

	MANUAL DE COMUNICACIONES	Código:CM-MN-01
		Versión: 03
		Página: 1 de 26

MANUAL DE COMUNICACIÓN

EMPRESA DE ASEO DE BUCARAMANGA
EMAB S.A. E.S.P.

NOVIEMBRE DE 2016

1. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

1.1 OBJETIVO ESPECIFICO

El presente Manual de Comunicación, establece las condiciones básicas para la comunicación en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, como un proceso estratégico transversal a su estructura organizacional, a sus prácticas informativas y a la manera como se da cumplimiento al principio constitucional de publicidad y de Rendición de Cuentas a la sociedad.

Estandarizar las acciones de comunicación interna y externa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, para unificar la proyección de la imagen corporativa.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Promover la comunicación entre los Empleados.
- Facilitar la integración entre las acciones personales y las institucionales.
- Reducir los focos de conflicto interno a partir del fortalecimiento de la cohesión de los miembros.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- Instituir la comunicación como una herramienta para el logro de los objetivos organizacionales.

2. ALCANCE

En el presente documento se instituye la política de comunicaciones de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., que se entiende como la estrategia para conducir las acciones comunicativas y la construcción de herramientas para conseguir un sistema de comunicación interactivo entre la Empresa, usuarios y sociedad, en el que se logre formar e informar; así las cosas se propende por fortalecer la comunicación organizacional y garantizar la socialización, circulación y veracidad de la información que debe llegar a los empleados y grupos de interés para que enriquezca y desarrolle la rendición de cuentas a la sociedad.

Las políticas plasmadas en el presente Manual ayudarán a difundir acciones y crear mecanismo para que tanto el empleado como el usuario no sean solo receptores sino retro alimentadores para la toma de decisiones en la Empresa.

De esta forma el establecimiento de políticas, estrategias y lineamientos para las Comunicaciones en la Empresa se convierten en una herramienta para el logro de los objetivos organizacionales y permite garantizar la divulgación, difusión y promoción de la información pertinente a la gestión institucional y promover el buen uso de la identidad corporativa, la conducción de relaciones públicas estratégicas y en general los procesos de comunicación eficientes.

En este sentido se dota a la Empresa de un modelo general de pautas, procedimientos y políticas que institucionalizan las comunicaciones, la imagen corporativa, la atención del público interno y externo y la Gerencia del servicio.

3. DEFINICIONES

- **Manual:** Es un documento de procedimientos que contiene una descripción precisa de cómo deben desarrollarse las actividades en una institución.
- **Identidad Corporativa:** Se define como un conjunto de atributos y valores que toda empresa o cualquier individuo, posee: su personalidad, su razón de ser, su espíritu o alma. Esta está compuesta por Identidad Conceptual e identidad Gráfica.
- **Imagen corporativa:** “Es la idea que tienen los públicos de una organización en cuanto a entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta”.
- **Comunicación externa:** Transmisión de mensajes de la organización a públicos externos para mantener con estos una interacción con intenciones operativas, estratégicas, de difusión y de promoción de una buena imagen.
- **Comunicación interna:** Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones, a través de medios específicos para ello.
- **Comunicación organizacional:** Comunicación que se gesta dentro de una organización. Sistema que sufre ajustes con frecuencia, complejo por sus relaciones con diversos públicos (tanto internos como externos). Procesos inherentes a la organización que no sólo tienen que ver con intercambio de información, sino también con los medios utilizados y los individuos (con su cultura, actitudes, sentimientos y capacidades). Es también la disciplina que se encarga de investigar y teorizar acerca de todo lo anterior con la voluntad de dar explicación a las organizaciones sociales.

4. CONDICIONES GENERALES

En la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se definen las siguientes categorías que debe contener el Plan Estratégico de Comunicación:

4.1. COMUNICACIÓN INTERNA: Campo de actuación de la comunicación que busca crear y mantener canales y medios de comunicación interna que contribuyan a la creación de espacios de formación, información, participación y opinión entre empleados, Oficinas y contratistas.

4.1.1 Herramientas de Comunicación Interna: Es importante la generación de distintos Soportes de Comunicación Interna en la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., para que sea más efectiva la comunicación. Los mismos pueden ser orales, escritos, audiovisuales, digitales etc.

4.1.1.2 Memorandos Internos: Comunicación escrita de carácter interno tramitada entre las diferentes Oficinas de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., que se utiliza para transmitir información importante tales como convocatorias a reuniones, resultados, cambios en la organización, orientaciones y pautas. Su ventaja radica en la rapidez de su llegada y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja no realizarlas en forma múltiple con un destinatario común sino personalizado.

Para la elaboración de los memorandos internos, se establecen las siguientes pautas para la elaboración de los documentos:

- a. Las oficinas productoras deberán producir sus documentos en hoja tamaño carta, en letra Arial número 11, espaciado sencillo, con la respectiva codificación en la parte superior derecha sobre la línea de la fecha. Otros formatos (oficios y media carta) se emplea en aquellos documentos que así lo requieran.
- b. La documentación del SGC, instructivos, manuales y guías, serán desarrolladas en letra Arial Narrow 11.
- c. Las comunicaciones, de contenido concreto y preciso, deberán dirigirse al destinatario siguiendo el protocolo:

Ciudad, FECHA: día de mes de año

PARA: Título NOMBRE EN MAYÚSCULA Y NEGRILLA
Cargo en mayúscula las iniciales

DE: DEPENDENCIA QUE ENVÍA EL DOCUMENTO

ASUNTO: máximo ocho palabras.

Las comunicaciones serán codificadas de acuerdo a la siguiente manera:

OFICINA PRODUCTORA	CODIFICACIÓN	RESPONSABLE FIRMA
Gerencia	1000	Gerente
Planeación	1100	Director de Planeación
Jurídica	1200	Director jurídico
Control Interno	1300	Jefe control interno
Subgerencia Operativa	2000	Subgerente operativo
Mantenimiento	2100	Jefe de mantenimiento
Disposición Final	2200	Jefe de disposición final
Salud Ocupacional	2300	Auxiliar administrativo
Subgerencia Comercial	3000	Subgerente Comercial
Dirección de PQR y Servicio al Cliente	3100	Director de PQR
Facturación	3200	Profesional de Facturación
Subgerencia Administrativa y Financiera	4000	Subgerente administrativo y financiero
Almacén	4100	Jefe de almacén
Compras y Activos Fijos	4200	Profesional de compras y activos fijos
Contabilidad	4300	Profesional de contabilidad
Nomina	4400	Auxiliar administrativo
Presupuesto	4500	Técnico de presupuesto
Sistemas	4600	Profesional de sistemas
Tesorería ²	4700	Profesional de tesorería

- d. El logo será ubicado en la parte derecha superior de las comunicaciones como encabezado de página y solo se podrá usar el siguiente logo



Tendra las siguientes medidas

Alto: 3
Ancho: 5:52

- e. La fecha será expresada siguiendo la norma ISO 8601:2004 en formato aaaa-mm-dd (año, mes, día), con excepción de las comunicaciones que llevarán la fecha en formato natural (dd de mm de aaaa).

- f. El interlineado será espacio sencillo para las comunicaciones.
- g. Todo documento debe contener de forma clara el autor, fecha y lugar de producción. El nombre del autor debe ir en **LETRA MAYÚSCULA NEGRILLA**, señalando su cargo sin negrilla en mayúscula.
- h. Los documentos que sean relacionados con copia, estos deberán ser referenciados en la parte inferior de la comunicación de la siguiente manera:

Copia/Nombre(s) de la oficina(s) o entidad(s) a quien se anexa la copia
Tipo de letra para la referenciación de copias erial número 09.

En caso de anexar documentación a la comunicación, debe relacionarse como Anexo indicando el número de folios útiles tanto en letra como en número y el tipo medio que se envía (físico o digital).
- i. En caso de anexar documentación a la comunicación, debe relacionarse como Anexo indicando el número de folios útiles tanto en letra como en número y el tipo medio que se envía (físico o digital).
- j. En el evento de proyectar comunicación para la firma de otro servidor de la entidad, deberá indicarse, en letra Arial 8, la letra p seguida de barra inclinada y las iniciales de quien proyectó.
- k. Quien suscribe el documento debe firmarlo con tinta negra.
- l. Las comunicaciones son controladas y numeradas con un consecutivo por la oficina a cargo.
- m. Todo documento producido en la entidad hace parte de un expediente el cual debe estar identificado e inserto dentro del mismo.

4.1.1.2 Carteleras o Paneles Institucionales: Este medio de comunicación se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal. Para la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., estas deben contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Su contenido debe ser ordenado para que tenga lectura rápida y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha, lo mismo que el responsable que difunde la información.

Para su utilización en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se han definido las siguientes normas de uso:

- ✓ La información debe ser revisada y aprobada con anterioridad por el Gerente o por el delegado del Manual de Comunicaciones.

- ✓ Los paneles serán renovados por el responsable dependiendo de la importancia de la información.
- ✓ En los paneles se publica información de interés institucional para los Empleados y los usuarios.
- ✓ Toda correspondencia externa recibida de información o publicidad a colaboradores y usuarios debe ser enviada al responsable del proceso.

4.1.1.3 Folletos: Cuando existan programas, planes o proyectos de interés general o que coadyuven al mejoramiento Institucional se deben diseñar folletos de fácil lectura y asimilación y divulgarlos en todos los niveles de la Empresa, así mismo crear mecanismos de retroalimentación que hagan efectivo su conocimiento.

En la forma de elaboración de los folletos tendrán en cuenta el logo de la Empresa y el logo de Pacto Global.

4.1.1.4 Circular: Es una comunicación escrita de carácter interno, que se utiliza para informar a los Empleados decisiones, políticas y lineamientos que la Gerencia quiere dar a conocer por este medio. Es de uso exclusivo de la Gerencia General de la Empresa y debe estar controlado dentro del Sistema de Gestión de la Calidad de la entidad.

Tiene carácter comunicativo más amplio, pues va dirigido a varios lectores con un mismo encabezamiento.

Contiene la siguiente información:

Consecutivo de la Circular: Número por año

1. Fecha
2. Contenido
3. Firma del Gerente
4. Nombre del área que proyecta la circular

Presentación:

La circular tiene un único formato

- Tamaño Carta
- Tipo de papel: Bond de 75 gramos
- Márgenes tamaño media carta:

- Superior: 2 cm
- Inferior: 2 cm
- Lateral izquierdo: 3 cm
- Lateral Derecho: 2 cm
- Interlineado: Sencillo
- Alineación: Justificada
- Fuente institucional: Arial Narrow
- Tamaño fuente: 11 puntos

4.1.1.5 Boletín Interno : Es un medio informativo que comprende las diversas actividades dirigidas a los públicos internos de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., su diseño y presentación debe ser avalado por la Gerencia o el funcionario designada, y debe cumplir con lo establecido para la emisión de comunicaciones.

4.1.1.6 Reuniones: Las reuniones para la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., son un espacio de comunicación para: Informar, capacitar, analizar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con espacio acorde y convocar a los empleados con la debida antelación (mínimo dos días). Uno de los medios para convocar las reuniones será el correo oficial.

4.1.1.7 Chat Interno: Es un sistema de comunicación interno establecido por la Oficina de Sistemas, bajo la aprobación del Gerente o delegado del Manual de Comunicaciones de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., mediante el cual dos o más Empleados pueden comunicarse a través de internet, en forma simultánea, es decir en tiempo real, por medio de texto, audio y video, el cual puede facilitar los sistemas internos de comunicación de la Empresa.

Este medio tendrá como objetivo agilizar los sistemas de comunicación al interior de la Empresa.

4.1.1.8 Correo Electrónico

Esta herramienta es de uso exclusivo de información de la Empresa y se aplica conforme a las políticas establecidas por la Oficina de Sistemas; se recuerda que se debe utilizar con el propósito de ahorrar papel y contribuir con el impacto ambiental y no se utiliza con fines personales, ni para el envío de mensajes o cadenas de correo.

Estas herramientas se institucionalizan como un medio de comunicación oficial en la Empresa, de conformidad con las políticas generales establecidas por gobierno electrónico.

Y corresponde con dar aplicación a la política nacional de “eficiencia administrativa y cero papel” que consiste en la sustitución de los flujos documentales en papel por soportes y medios electrónicos, sustentada en la utilización de tecnologías de la información y las telecomunicaciones, según disposiciones generales de la Directiva Presidencial Número 004 de abril 03 de 2012.

En consecuencia todos los Empleados deben surtir el trámite respectivo legal, proyectando respuestas, oportunas y completas en los términos de ley, cuando reciban un correo electrónico, de la misma manera deben proteger y preservar toda la información generada, enviada, recibida, almacenada o comunicada por medios electrónicos, ya que la misma se constituye como la memoria institucional de la Empresa.

Mediante acto administrativo se reglamentará la política de “eficiencia administrativa y cero papel” al interior de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**

RELACIÓN DE CORREOS INSTITUCIONALES DE LA EMPRESA

CORREOS INSTITUCIONALES		
No.	DEPENDENCIA	CORREO
1	Gerencia	gerencia@emab.gov.co
2	Emab	empresadeaseo@emab.gov.co
3	Subgerencia Administrativa y Financiera	subadministrativa@emab.gov.co
4	Subgerencia Técnica Operativa	suboperativa@emab.gov.co
5	Subgerencia Comercial	subcomercial@emab.gov.co
6	Sistemas De Gestión	calidad@emab.gov.co
7	Dirección de Planeación	planeacion@emab.gov.co
8	Dirección Jurídica	juridica@emab.gov.co
9	Dirección de PQR y Servicio al Cliente	direccionpqr@emab.gov.co
10	Secretario de jurídica	secretariojuridico@emab.gov.co
11	Disposición Final	disposicionfinal@emab.gov.co
12	Control Interno	controlinterno@emab.gov.co
13	Sistemas	sistemas@emab.gov.co
14	Soporte Sistemas	soportesistemas@emab.gov.co
15	Gestión Documental	gestiondocumental@emab.gov.co
16	Contabilidad	contabilidad@emab.gov.co

17	Compras	compras@emab.gov.co
18	Almacén	almacen@emab.gov.co
19	Mantenimiento	mantenimiento@emab.gov.co
20	Nomina	nomina@emab.gov.co
21	Tesorería	tesoreria@emab.gov.co
22	Barrido	barrido@emab.gov.co
23	Atención al Cliente	pqryservicioalcliente@emab.gov.co
24	Facturación	facturacion@emab.gov.co
25	Presupuesto	presupuesto@emab.gov.co
26	Secretaria Operativa	secretariaoperativa@emab.gov.co
27	Soporte Arcosis	soportearcosis@emab.gov.co

La firma será de la siguiente manera:

Nombre

Cargo

Empresa de Aseo de Bucaramanga S.A. E.S.P.

Km. 4 vía a Girón Edif. Dirección de Tránsito segundo piso

PBX (+576)373434 Ext.

4.2 COMUNICACIÓN EXTERNA: Campo de la actuación de la comunicación que busca crear y mantener canales y medios de comunicación con los usuarios, clientes, ciudadanía en general, organismos de control, y los entes estatales de interés.

4.2.1 Herramientas de Comunicación Interna: La comunicación con los usuarios y entes externos de interés se fortalecerá con el desarrollo y puesta en marcha de canales o medios de información cuyos objetivos primordiales deben ser: Escuchar, poner en conocimiento de la comunidad, e intercambiar información de interés general sobre la gestión de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., este medio de comunicación se desarrollará dentro de las políticas de comunicación diseñadas para la Empresa.

4.2.1.1 Boletín de Prensa: Es un documento de carácter informativo que se construye con base en las diversas actividades, eventos que realice la Empresa, contiene información institucional que se quiere dar a conocer a la comunidad en general.

4.2.1.2 Hoja Membrete o Carta Externa

Es una comunicación escrita de carácter externo que se utiliza para pedir y confirmar información, recordar, registrar, entregar y explicar a instituciones externas alguna situación que tenga que ver con la Empresa.

Las Normas a seguir para elaborar una Carta Externa son las siguientes:

Señores

Ciudad, FECHA: día de mes de año

ENTIDAD U ORGANIZACIÓN EN MAYÚSCULA

Atte. Título NOMBRE EN MAYÚSCULA Y NEGRILLA

Cargo en mayúscula las iniciales

Dirección en minúscula con abreviaturas

Ciudad

ASUNTO: máximo ocho palabras.

La hoja membrete o carta externa, tendrá el siguiente formato y será firmada por el Gerente; las únicas Oficinas que podrán firmar oficios externos serán las Subgerencias, solo en el caso, en que la información solicitada venga dirigida a ellos.

FORMATO: Hoja Membrete establecida por la Gerencia.



I

Km. 4 vía Girón, Edificio Dirección de Tránsito y Transporte, Piso 1 - PBX: (7) 6373434 - MIE: 804.0066748
Página web: www.emabesp.com.co - Correo Electrónico: empresadeaseo@emabesp.com.co

 Lógica Ética & Estética
Gobierno de los Ciudadanos

4.2.1.3 Portal web www.emab-esp.com: La Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., cuenta con una herramienta web cuyo principal objetivo es mantener información actualizada de los diversos servicios y de la actualidad de la Empresa, así como de las políticas institucionales en ejecución.

La actualización de la información se realizará según la necesidad por la Oficina de Sistemas, bajo la supervisión del funcionario delegado de administrar las comunicaciones de la Empresa.

4.2.1.4 Boletines Electrónicos Informativos: Corresponde a publicidad e información para los diferentes públicos de interés que se envía por medio del portal oficial de la Empresa.

4.2.1.5 Implementación y Ejecución de Campañas Publicitarias: La Empresa institucionaliza las siguientes campañas publicitarias.

➤ **Pare y separe de reciclaje (separación en la fuente).**

Esta campaña consiste en promover y fortalecer la cultura del reciclaje, sensibilización a la ciudadanía en el proceso de reciclaje en la fuente y en instituir una cultura que permita reducir los residuos sólidos que llegan al relleno sanitario y realizar su posterior recuperación.

➤ **Ciudad de los Parques, (brigadas de aseo).**

Esta campaña consiste en mejorar y embellecer un parque, apoyando dicha estrategia con podas y brigadas de aseo entre otras actividades, de tal forma que se recupere el entorno ambiental y el embellecimiento de espacios públicos para mejorar el entorno socio ambiental de las comunidades.

➤ **Divulgación de horarios y frecuencias masivas.**

Esta campaña consiste en informar y divulgar a los usuarios y comunidad en general (barrios y conjuntos residenciales) los horarios y rutas de la Empresa, de tal forma que los usuarios y la comunidad las conozcan con anticipación, de igual manera se reciben peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS), con el fin de mejorar nuestro servicio.

➤ **Instituciones educativas.**

Esta campaña consiste en realizar brigadas en las instituciones educativas con la finalidad de fortalecer y sensibilizar la cultura del reciclaje.

➤ **Avanzadas comerciales sociales.**

Esta campaña consiste en ejecutar estrategias para la recuperación de cartera, sensibilización, hábitos de pago y actualización de base de datos entre otras actividades.

Las mismas se ejecutarán conforme a las estrategias, periodicidades y planes de acción de la Subgerencia Comercial, teniendo en cuenta que esta Oficina es la responsable de ejecutarlas.

De igual manera se podrán instituir comerciales que permita promocionar los trámites, servicios y los canales de interacción dispuestos entre la Empresa y el ciudadano, los mismos se podrán difundir a través del sitio Web.

4.2.1.6 Protocolos para la Ejecución de Campañas Publicitarias Institucionales

- La Subgerente Comercial informa por medio electrónico o a través de requisición escrita al funcionario delegado de las comunicaciones, la ejecución de dicha campaña.
- El funcionario delegado de las comunicaciones (revisará que esta cumpla) con el boceto del plan de medios, medios en donde se publica y las piezas que acompañan la campaña.
- El funcionario delegado de las comunicaciones verifica el cumplimiento de las políticas de comunicaciones, según propuesta presentada por la Subgerencia Comercial y el boceto de plan de medios para su previa aprobación.
- Una vez se apruebe, la Subgerente Comercial responsable de la campaña procede a solicitar las cotizaciones conforme al manual o procedimiento de compras y las presente al Gerente para su aprobación final
- Cuando se apruebe el presupuesto y se elija el proveedor, el responsable de la campaña solicitará al proveedor para el diseño en el caso de impresión de piezas y en el caso audiovisual se entrega el copy o mención comercial para realización de spot publicitario o cuña radial.
- En todos los casos las solicitudes se deben realizar con 8 días hábiles para generar el boceto del plan de medios, para diseño de piezas una semana adicional y para producción otra semana adicional, es decir en total es un proceso que requiere de 20 días de previa solicitud.
- En todos los casos el funcionario delegado de las comunicaciones verifica el cumplimiento del boceto por parte del proveedor según las características establecidas.

4.2.1.7 Suvenires, Material Audiovisual, Multimedia y su Elaboración

Entre los suvenires que hacen parte y dan apoyo a las campañas publicitarias se establecen los siguientes:

Bloc de notas, bolígrafos, agendas, pancartas, pasacalles, rompe tráfico, imán para las neveras, bolsas ecológicas, kits de aseo y kits escolares entre otros.

Dentro del material audiovisual y multimedia se tendrán en cuenta todos los medios disponibles de tecnologías de la información y de las telecomunicaciones.

4.2.1.7.1 Protocolos para la Adquisición de Suvenires y Elaboración del Material Audiovisual y Multimedia

- La Subgerente Comercial solicita al funcionario delegado de las comunicaciones la verificación del material a elaborar, el material puede ser escrito, sonoro o audiovisual y debe especificar la cantidad y características de la pieza, y determina si cumple con los requisitos de divulgación del evento, en caso que no cumplir ordenará los ajustes respectivos.
- El funcionario delegado de las comunicaciones podrá verificar la elaboración y entrega del material.
- En todos los casos las solicitudes se deben realizar con 15 días hábiles de anticipación. Para el diseño de piezas la unidad requiere 3 días y para producción una semana adicional, es decir en total es un proceso que requiere de 15 días hábiles, según corresponda.

4.2.1.8 Apoyo de Eventos

La Oficina o Subdirección solicita al funcionario delegado de las comunicaciones la verificación y cumplimiento de las políticas de comunicación en la preparación de la logística para los diferentes eventos:

Registros Fílmicos y Fotográficos

- Para solicitar dicho servicio la Oficina o Subdirección solicita al funcionario delegado de las comunicaciones el acompañamiento por medio electrónico o a través de requisición escrita.
- Toda solicitud debe realizar por lo menos con un (1) día de anticipación, de lo contrario no se prestará el servicio.

4.2.1.9 Protocolos – Maestros de Ceremonia

- Para solicitar el servicio de maestro de ceremonia la Oficina o Subdirección hace la solicitud al funcionario delegado de las comunicaciones por medio electrónico.
- Debe especificar cuáles son los puntos a tratar durante el evento, personalidades de la mesa principal, objeto del evento.
- El funcionario delegado de las comunicaciones define el perfil del maestro de ceremonia que amenizará el evento e informa a la Gerencia.
- Toda solicitud debe realizar por lo menos con dos (2) días de anticipación, de lo contrario no se prestará el servicio.

4.2.1.10 Redes Sociales: Teniendo en cuenta que las redes sociales son un medio dinámico de intercambio de información entre personas, grupos e instituciones, la Empresa podrá adoptar las redes sociales que considere necesarias y que se consideren idóneas como medio de comunicación interno de la Empresa, actuaciones que se harán bajo la verificación de la Oficina de Sistemas y del funcionario delegado del Manual de Comunicaciones.

4.2.1.11 Buzón de Sugerencias: Permite que todos los Empleados de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., así como los usuarios, se expresen con libertad y puedan dar a conocer a los niveles directivos de la Empresa sus planteamientos, quejas reclamos y sugerencias. En la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., se implementa mediante resolución el procedimiento que define las actividades para la administración de información mediante el modelo de Buzón de Sugerencias.

Mediante acto administrativo se institucionaliza el buzón de sugerencias.

4.3 REALIZACIÓN DE MEDIOS INSTITUCIONALES CORPORATIVOS INTERNOS Y EXTERNOS

4.3.1 Página Web

- El funcionario delegado de las comunicaciones es el responsable de verificar que la información expuesta en la página web de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P., se encuentre actualizada.

- El funcionario delegado de las comunicaciones debe solicitar con un día (1) de anticipación al funcionario responsable la actualización respectiva.
- El funcionario delegado de las comunicaciones determina el enfoque que se le debe dar a la información y cómo puede estructurarse dentro de la página web.

4.3.2 Informe de Gestión

Bajo la coordinación de la Dirección de Planeación se editará cada cuatro meses, un documento de gestión y resultados denominado “Informe de Gestión”, documento que va recopilar las acciones administrativas y operativas de la Empresa, el cual permitirá una amplia difusión de la gestión de la Empresa a los grupos de interés: Usuarios, organismos de control y comunidad en general.

Las Oficinas responsables que deben suministrar de manera oportuna la información respectiva son las siguientes:

- **La Subgerencia Administrativa y Financiera:** Información relacionada con recursos humanos y la información financiera y presupuestal de la Empresa.
- **La Subgerencia Comercial:** Información relacionada con la simbolización de usuarios, nuevos usuarios atención PQRS, eficiencia del recaudo y rotación de cartera.
- **La Sugerencia Técnica Operativa:** Información relacionada con el servicio de barrido, recolección y transporte, disposición final, gestión ambiental y mantenimiento.
- **Dirección de Planeación:** Información relacionada con la gestión de la Gerencia y el plan estratégico anticorrupción y de atención al ciudadano 2013, lo mismo que los avances obtenidos con las mejoras realizadas al Modelo Estándar de Control Interno MECI y al Sistema de Gestión de Calidad.
- **Dirección Jurídica:** Estado de los procesos relevantes para la Empresa.
- **Oficina de Control Interno:** Información relacionada con auditorias y planes de mejoramiento.

Esta información debe corresponder al periodo respectivo y debe estar soportada.

En la edición de dicho informe, el funcionario delegado del Manual de Comunicaciones verificará el cumplimiento de los criterios editoriales establecidos en el presente Manual.

4.4 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Una política es una directriz de orientación acerca de cómo debe relacionarse la entidad en un campo específico de su gestión para el cumplimiento de los Objetivos que se ha propuesto, de manera que se garantice la necesaria coherencia entre sus prácticas y sus propósitos. En la medida en que las políticas de comunicación regulen la actividad comunicacional en todas las Oficinas y procesos desarrollados en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, serán fundamentales para el buen desenvolvimiento del Plan de comunicación, pues ellas determinan el conjunto de responsabilidades que les corresponde asumir a cada área o proceso, al tiempo que establecen normas claras para las prácticas comunicativas en todas las instancias de la Empresa, en la medida en que regulan sus procesos.

4.4.1 Política General de Comunicación

El Proceso de Comunicaciones de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, propende por el fortalecimiento de la cultura de información permanente, con base en la producción de estrategias, herramientas, medios y canales que informen y orienten al cliente interno y externo de forma efectiva.

Con el fin de garantizar el logro de los propósitos misionales y la planeación estratégica de la Empresa, y de construir confianza en todos sus usuarios internos y externos, la comunicación en la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, tendrá un carácter estratégico y estará orientada al fortalecimiento de los canales y medios de comunicación, para ello, las acciones comunicativas se efectuarán según los parámetros que se establezcan y los procesos comunicacionales y el plan de comunicación de la entidad.

4.4.1.1 Primera Política de Dirección: Carácter de la Comunicación

La comunicación organizacional estará orientada a la construcción de sentido de pertenencia, visión compartida, y al establecimiento de relaciones de diálogo, colaboración y entendimiento entre directivos y empleados, con el fin de posibilitar una sana interacción entre los mismos.

- **Lineamientos de política 1:** Las decisiones tomadas por la Gerencia encaminadas al mejoramiento Institucional o que afecten el normal desarrollo de las actividades serán comunicadas a los empleados a través de medios como el memorando interno, la cartelera principal, reuniones, e-mail, entre otros para permitir su oportuna, adecuada difusión y retroalimentación.
- Todos los empleados deberán actuar con integridad en el cumplimiento de sus funciones, y estar abiertos a transmitir o solicitar la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o de las demás áreas de la Empresa.
- Cuando la información interese sólo a un área específica, el jefe respectivo la difundirá de manera personal o a través de memorando interno a los empleados a su cargo y/o interesados.
- En la perspectiva del mejoramiento continuo, los jefes promoverán la discusión de temas de interés general, que permita a los empleados hacer propuestas sobre el desarrollo de los procesos internos. Las reuniones se harán en el marco de los comités o las mesas de trabajo con una periodicidad trimestral o semestral según se considere conveniente.
- Los empleados podrán solicitar al Jefe de Talento Humano (Subgerente Administrativa y Financiera) mediante oficio remisorio sustentado la realización de reuniones para analizar irregularidades que afecten el desarrollo de la gestión interna o aún la gestión de la Empresa.

4.4.1.2 Segunda Política de Dirección: Interrelación Comunicativa con los Usuarios o Clientes Externos

La Comunicación con los usuarios, ciudadanía en general, los organismos de control, y los entes estatales de interés se hará desde la perspectiva de la administración pública como un servicio, el cual se hace visible a través del procedimiento de buzón de sugerencias, de la rendición de cuentas, los Informes fiscales, contables, y el Informe ejecutivo de control Interno y el informe de gestión y resultados.

- **Lineamientos de política 2: La Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P**, dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de la ciudadanía, procesarlos y adoptar las medidas pertinentes para satisfacerlos, de acuerdo con las competencias y posibilidades de la Empresa.

- Las respuestas a las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias de los ciudadanos se darán utilizando el procedimiento adoptado para los respectivos requerimientos.

- Los informes a los Organismos de Control y los entes estatales interesados serán específicos en la información requerida y presentados en forma oportuna.

- Para la presentación de informes, el Gerente debe delegar el responsable interno quien coordinará con las Oficinas el trámite de la información de interés, compilará dicho informe y lo presentará de manera oportuna. El responsable interno del informe debe solicitar por escrito o memorando, el trámite de formatos e información requerida a las dependencias al menos con cinco (5) días hábiles de antelación dependiendo de la complejidad del mismo y previendo un lapso no inferior a tres (3) días para su compilación y presentación.

4.4.1.3 Tercera Política de Dirección: Hacia una sistematización de la Información

En la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se promoverá la sistematización de la información para agilizar el desarrollo fluido de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo.

- **Lineamientos de política 3:** En concordancia con la política presidencial del Gobierno en Línea, la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, publicará y actualizará de manera frecuente su página Web.

- Las Oficinas suministrarán al área de sistemas o al área encargada por requerimiento explícito, la información que consideren pertinente, de interés general o de obligatoria publicación para ponerla en conocimiento social a través de la web.

- La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, asegurará la interconexión por Oficinas a través de la Intranet para que estas puedan suministrar, solicitar o compartir información que se considere de interés para la Gestión Institucional.

- Para garantizar la seguridad informática se deben realizar Backus o copias de seguridad diarias a los sistemas financieros (Contabilidad, Presupuesto y Tesorería) y demás que consideren sensibles o primordiales para la Gestión Institucional. El acceso a información será restringido a través de claves de usuario por cada dependencia. El servidor bloqueará el acceso a páginas o portales con contenidos no permitidos en horas laborales o que considere de alto riesgo para el contagio de virus informáticos.
- La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, garantizará a través de su plan anual de capacitación la actualización continua en sistemas e informática para los empleados de planta.

4.4.2 POLÍTICA ESPECÍFICA DE COMUNICACIÓN

4.4.2.1 Divulgación de información

- Se consideran voceros oficiales de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, los siguientes cargos:

Gerente General: Si la situación es de carácter institucional.

Subdirección Administrativa y Financiera: Si no se encuentra el Gerente.

Director de planeación: Si la situación tiene que ver con la función que representa y debe ser delegado por la Gerencia.

- Toda la información de interés general que vaya a ser divulgada externa o interna debe ser validada por el funcionario delegado de las comunicaciones de la Empresa para dar continuidad al manejo de la imagen institucional.
- Los mensajes emitidos en los medios de comunicación de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, deben ser:

Veraces: La información debe ser real y debe ser replicada a las personas a las cuales les compete apoyar o gestionar el proceso.

Oportunos: Los mensajes deben emitirse dentro de los límites de tiempo establecidos para generar en impacto real en el público objeto.

Completos: No se debe omitir ninguna información dentro del mensaje.

Coherentes: La información debe ser coherente con el qué hacer la organización y sus objetivos de proyección corporativa.

De interés para el público al cual va dirigido: La información debe construirse con base en las necesidades del cliente o usuarios al cual se dirige.

➤ La información emitida por la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, debe ser estructurada con base en cada uno de sus públicos de la siguiente manera:

1. Empleados
2. Clientes
3. Proveedores
4. Empresarios
5. Acreedores
6. Entidades del Estado del orden Local, Regional y Nacional
7. Entes de Control Regional y Nacional

4.5 PLAN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El plan de medios es la solución de la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste reciba el mensaje. Se lleva a cabo mediante la planificación de medios, procedimiento que aplica para solventar cómo difundir un mensaje de la manera más eficaz.

Los medios seleccionados por la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, para difundir programas, proyectos, resultados y gestión de las áreas misionales serán a través de la combinación efectiva de un medio principal y uno o varios secundarios.

De la misma manera, el plan de medios busca invitar a los ciudadanos a utilizar los canales de interacción establecidos y orientados al ciudadano.

4.5.1 Cuñas radiales, comerciales o prensa escrita sobre la imagen positiva de la Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.

Con el fin de mostrar a la comunidad en general los proyectos, la gestión administrativa se contrata con cadenas, emisoras y prensa del ámbito regional cuñas y espacios periodísticos por lapsos específicos dependiendo de la importancia del evento o proyecto.

Recursos

Humanos: Profesional asignado para tal fin.

Financieros: De acuerdo a la disponibilidad del presupuesto.

Tiempo de ejecución: Durante la Vigencia.

Responsables: Profesional asignado para tal fin.

4.5.2 Impresos y Publicaciones

Con el fin de realizar promoción de eventos se contratara con empresas privadas el desarrollo de folletos informativos que son distribuidos en los usuarios objetivo y la comunidad en general. Estos folletos contienen información particular sobre los eventos, dependencia gestora, participantes y fecha de realización.

Recursos

Humanos: Contrato de Prestación de Servicios con Litografías, e Imprentas etc.

Financieros: De acuerdo a la disponibilidad del presupuesto.

Tiempo de ejecución: Durante la Vigencia.

Responsables: Profesional asignado para tal fin.

4.5.3 Comunicación Telefónica

Se mantendrán disponibles las líneas telefónicas, como medio de comunicación interno de la Empresa y para recibir información externa de los diferentes grupos de interés.

4.6 MANEJO DE IMAGEN CORPORATIVA

➤ La imagen de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, se proyecta de acuerdo a su estrategia corporativa y a lo estipulado dentro de las directrices establecidas por la Empresa, por tal razón todo lo

referente a la imagen corporativa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, debe ser validado por la Gerencia. La entidad debe elaborar El Manual de Imagen de la Empresa.

➤ Las modificaciones en la Imagen Corporativa de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, solo podrá realizarla el funcionario delegado de las políticas de comunicaciones con la autorización de la Gerencia. Para realizar dichos cambios se debe dejar evidencia impresa del cambio y su justificación. Los cambios se deben anexar al Manual de Imagen la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**

➤ Se consideran elementos primordiales de la imagen visual de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, el logo símbolo de la Empresa, el eslogan con los colores institucionales respectivos y el logo de Pacto Global. Dichos elementos deben estar presentes en toda la papelería y los productos comunicativos que sean emitidos por la Empresa y para ello se darán a conocer a todos los miembros de ésta.

➤ La **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, adopta como imagen corporativo el Logo de Pacto Global, el cual debe ir impreso en toda la documentación externa pertinente, lo mismo que será incorporado en la página web institucional de la Empresa.

➤ Manejo de imagen corporativa en los puestos de trabajo: Los puestos de trabajo (escritorios, paredes, mobiliario en general) deben contener solo la información de la **Empresa de Aseo EMAB S.A. E.S.P.**, no se permite la utilización de elementos decorativos personales incoherentes.

➤ No se permite la entrega de información elaborada a mano, toda información debe entregarse bien presentada en el formato diseñado para tal fin.

➤ Cualquier medio de comunicación debe ser solicitado y aprobado con anterioridad por la Gerencia y el responsable del proceso.

4.7 RESPONSABLE DE APOYAR LA EJECUCIÓN DE LAS POLÍTICAS DEL MANUAL DE COMUNICACIONES

El Manual de Comunicaciones estará a cargo del Gerente, delegado a un comunicador social, en consecuencia dicha Oficina será la encargada de verificar y aprobar la ejecución de las políticas del Manual

de Comunicaciones y de mantener actualizada a la Gerencia sobre la implementación de las políticas y el desarrollo del plan estratégico de las comunicaciones.

En lo que respecta con la Implementación y Ejecución de las Campañas Publicitarias establecidas en el numeral 4.2.1.5, estas quedarán bajo la responsabilidad de la Subgerencia Comercial, ya que esta es la Oficina encargada de Implementarlas y Ejecutarlas, y será la responsable de administrar el buzón de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS), de conformidad con la reglamentación establecida.

5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES O INSTRUCTIVOS

No aplica

6. DOCUMENTOS RELACIONADOS

- Manual de marca
- Plan anticorrupción
- Manual de gobierno en línea
- Directiva Presidencial Número 004 de abril 03 de 2012

7. REGISTROS

Boletín de prensa

8. HISTORIAL DE REVISIÓN

Versión	Descripción	Fecha
00	Original	13 de diciembre de 2013
02	Modificación general del manual	Noviembre de 2016
03	Modificación general del manual debido a cambio de correos institucionales	01 junio de 2017