

	COMUNICACIÓN PÚBLICA	
	Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá	
	Código: D-DI-01	Versión: 11
	Revisó: Representante de la Dirección	Aprobó: Subdirector Planeación y O.T.
	Fecha: 16 de Septiembre de 2024	Fecha: 16 de Septiembre de 2024
	Resolución: 300-03-10-23-1741-2024	Páginas: 1 de 14

1. Antecedentes

La comunicación pública está encaminada a la difusión de información y mensajes, con distintos propósitos y dirigida a un público masivo conformado por los grupos de interés y/o los usuarios de la Corporación. Comprende las actividades encaminadas a fomentar la construcción de un Estado más transparente, participativo y colaborativo en los asuntos públicos mediante el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, integrando medios como: televisión, prensa, radio e internet, aunque todos los mecanismos para el envío de datos son válidos.

Este tipo de comunicación se desenvuelve en un marco público, generalmente su intervención social está orientada al correcto ejercicio de la libertad de expresión a través de la discusión y el debate sobre temas de interés general, cuyo fin primordial es el involucramiento de los usuarios en asuntos donde su intervención y conocimiento es trascendental.

Enmarcada en la estrategia Gobierno en línea, tiene su base en el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones 1078 de 2015, el cual comprende cuatro grandes propósitos: lograr que los ciudadanos cuenten con servicios en línea de muy alta calidad, impulsar el empoderamiento y la colaboración de los ciudadanos con el Gobierno, encontrar diferentes formas para que la gestión en las entidades públicas sea óptima gracias al uso estratégico de la tecnología y garantizar la seguridad y la privacidad de la información. Y del Decreto 1081 de 2015 – Título 4, Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano, Metodología para Diseñar y hacer seguimiento a las estrategias.

En este documento se determina para la Corporación las comunicaciones internas y externas pertinentes al Sistema de Gestión Corporativo con el cual se pretende:

- Cumplir del requisito de la norma ISO 9001:2015 (criterio 7.4), la dimensión 5 “Información y Comunicación” del Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG y el Eje Transversal de Información y Comunicación del Modelo Estándar de Control Interno - MECI.
- Construir una visión compartida, el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales en concordancia con lo establecido en el artículo 32 de la Ley 489 de 1998.
- Establecer un sistema de interrelaciones y entendimientos entre sus actores internos y externos, que favorezca el cumplimiento de sus objetivos misionales en consonancia a la visión definida, buscando el beneficio Corporativo y de sus partes interesadas.
- Definir las estrategias de desarrollo y manejo de los diferentes medios de información, fortaleciendo la cultura y los valores institucionales, a fin de optimizar su clima organizacional y la calidad de sus servicios.

2. Objetivo General

Establecer eficazmente la comunicación pública, participación y sensibilización a los diversos grupos de interés sobre la gestión, las políticas de manejo ambiental, el desarrollo organizacional y las acciones que de ellas se demande, mediante la utilización de medios masivos y alternativos de comunicación interna y externa.

2.1. Objetivos Específicos

- Gestionar en medios de comunicación internos y externos (*radio, impresos, redes sociales, campañas, entre otros*) la información emitida por la Corporación para los usuarios y grupos de interés, buscando su comprensión y aplicación en la práctica diaria y con ello la implementación del desarrollo sostenible y la preservación del ambiente.
- Participar en la ejecución de la estrategia de Gobierno en Línea (actualización sitio Web, redes sociales, etc...).
- Apoyar en eventos de Rendición de Cuentas (audiencias, encuentros sectoriales, informes, etc) para los usuarios en la jurisdicción.
- Facilitar el flujo de información entre la directiva y los empleados para tener una mejor fluidez comunicativa interna.
- Propender en la mejora del ambiente organizacional de la entidad, teniendo en cuenta la unificación de información dentro de los funcionarios.

3. Política General y Específicas de Comunicación

3.1. Política General

Para cumplir los objetivos misionales, lograr una interacción permanente e ininterrumpida con la comunidad y fortalecer la cultura organizacional en la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá, CORPOURABA, la comunicación pública adquiere un carácter estratégico, para lo cual asignan recursos para la implementación de procesos comunicacionales y la ejecución de una estrategia de Comunicación permanente con cobertura las partes interesadas sobre los temas de la jurisdicción.

3.2. Políticas Específicas

- En la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá, CORPOURABA, la comunicación organizacional, informativa y de apoyo a la rendición de Cuentas, estará caracterizada por el mejoramiento continuo, el sentido de pertenencia y la prestación de un servicio público transparente y eficiente.
- La gestión de comunicación en la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá CORPOURABA, propende por la difusión del conocimiento e interiorización de la normatividad, los planes de acción y los objetivos institucionales por parte de

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 2 de 14

los diversos grupos de interés para su comprensión y aplicación en la práctica diaria.

- Se generan espacios, campañas y programas de motivación al trabajo colectivo (*trabajo interdisciplinario que integra diferentes saberes y aptitudes entre sus integrantes y que beneficia a cada uno de los miembros y al grupo en general dentro de la búsqueda de un propósito en común*), el diálogo (*conversaciones, debate entre los funcionarios públicos para que de las opiniones diferentes se llegue a un propósito en común sin que los demás deban renunciar a su propias convicciones*) y la participación dentro de la Corporación (*La participación como un derecho del ser humano, elemento esencial de la democracia que contribuye a la construcción de un proyecto social incluyente*).
- La información es un bien colectivo e indispensable para el conocimiento de los procesos internos y el cumplimiento de la misión institucional; en consecuencia, se fomenta su producción y circulación fluida mediante la implementación de sistemas de información y procedimientos que contribuyan al entendimiento de los procesos y la toma acertada de decisiones por parte de los funcionarios, garantizando el adecuado flujo de la información en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal.
- Se promoverá al interior de la institución el correcto uso del “*Manual de Identidad Visual Corporativa*” con el fin de fortalecer la imagen institucional.
- La relación con los medios de comunicación o emisión de información al exterior estará reglado de la siguiente forma:
 - CORPOURABA tendrá al Director General como vocero institucional en los temas estratégicos y críticos de su gestión, sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios.
 - En circunstancias extraordinarias, el Director General de CORPOURABA delegará dicha función en el Subdirector de la Corporación directamente implicado en el proceso a divulgarse, teniendo muy presente que el funcionario representante tenga dominio del tema, seguridad para enfrentar medios de comunicación y fluidez verbal.
 - En caso de tratarse de un tema de carácter técnico u operativo el Director General de CORPOURABA definirá a criterio propio quien es el funcionario más adecuado de su equipo de trabajo para hacer las veces de vocero, basándose en el nivel de conocimiento de la información y el manejo del tema.
 - Los voceros designados tendrán la competencia de expresarse en los temas que sean de su conocimiento y dominio; en ningún caso en otro tema de la gestión administrativa que no conozca o maneje.
 - Los voceros institucionales acatarán los criterios de manejo de la información, cuidado de la imagen corporativa y niveles de confidencialidad.
 - Los voceros oficiales o designados verificarán la información antes de dar cualquier declaración respecto a un tema determinado y no emitirán información dudosa o para la cual no hayan sido autorizados previamente.

- Las declaraciones en medios masivos de comunicación o en espacios públicos que hagan los voceros institucionales, deben ir siempre en beneficio de la imagen institucional de la Corporación.
- CORPOURABA informa de forma amplia, oportuna y suficiente a través de su página Web y los medios masivos de comunicación, sobre contratación pública, cobro coactivo y trámites ambientales.
- Cuando la noticia o información que se envíe a los medios de comunicación sea de gran impacto, será importante y fundamental brindarles espacios como ruedas y conferencias de prensa programadas, además de entrevistas asistidas por la Oficina de Comunicación junto con el vocero oficial del asunto en cuestión.
- La relación con los medios de comunicación será mediada a través de la Subdirección de Planeación y Ordenamiento - área de comunicaciones y tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad y publicidad, mediante la convocatoria permanente a ruedas de prensa, emisión de boletines de prensa, conversatorios, entrega de publicaciones con la información de interés para los medios y la presencia de la organización en los medios a través de mensajes de educación ambiental.
- La relación de CORPOURABA con los medios de comunicación tendrá carácter institucional en dirección a los intereses Corporativos manejando criterios de objetividad, transparencia y cooperación con ellos.
- Con el fin de erradicar el rumor y la distorsión de la información CORPOURABA dispondrá de los medios y espacios para difundir oficialmente y de manera oportuna la información que se genere en las diferentes instancias y niveles de la corporación.

4. Comunicación Organizacional (Interna)

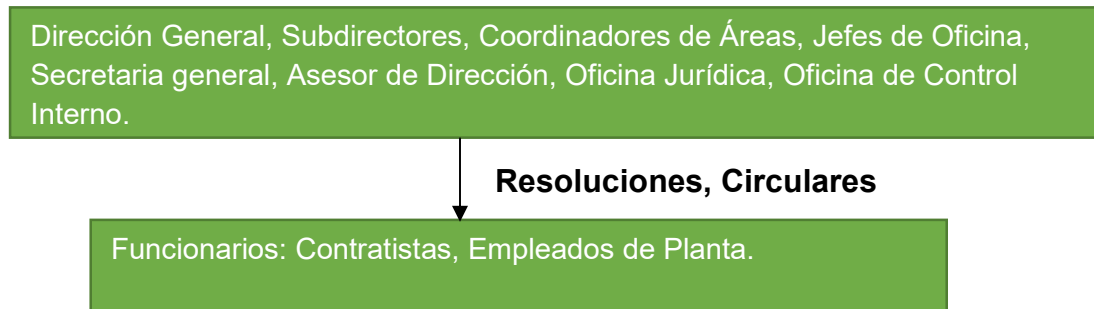
4.1 Objetivo

Identificar la organicidad y coherencia de la Corporación, desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional, que facilite la participación con el público objetivo (Funcionarios, contratistas, aprendices), la credibilidad y la buena imagen.

4.2 Alcance

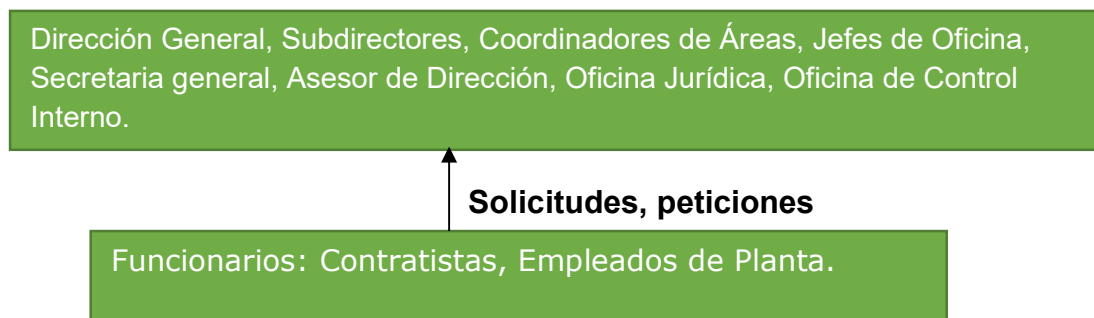
La Subdirección de Planeación y Ordenamiento Territorial en cabeza del Área de Comunicaciones de CORPOURABA, implementa sistemas de comunicación y procedimientos que contribuyan a la difusión de los procesos y las decisiones de la Corporación, garantizando el adecuado flujo de la información en forma descendente, ascendente, cruzada y horizontal con el público objetivo (Funcionarios, contratistas, aprendices).

- Comunicación descendente:



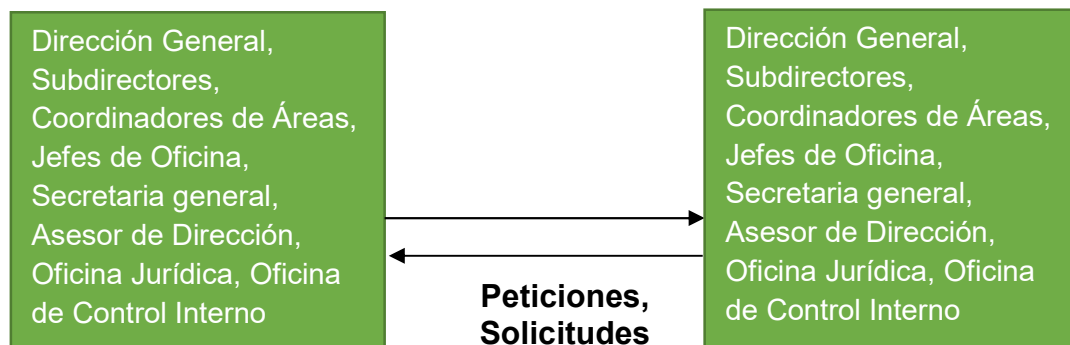
La comunicación descendente consiste en la divulgación de la información de la alta gerencia a los demás empleados de la entidad

- Comunicación ascendente:



La comunicación ascendente consiste en la solicitud de información de los empleados de la Corporación (*empleados, contratistas, bolsa de empleo*) a la alta gerencia (*Dirección, Asesor de Dirección, Subdirectores, Coordinadores de Sub-Áreas*).

- Comunicación Horizontal



4.3 Responsables

Dirección General y Subdirección de Planeación y Ordenamiento Territorial - área de comunicaciones con la participación del comité de calidad, el comité de dirección, líderes de procesos, coordinadores territoriales y/o funcionarios de la Corporación.

4.4 Funciones

- Revisar periódicamente los resultados de los propósitos establecidos en la Comunicación Organizacional.
- Revisar el cumplimiento efectivo de las actividades que hacen parte de la Comunicación Organizacional.
- Definir los insumos, proveedores, productos, clientes y/o grupos de interés del proceso, sus características y requerimientos.
- Velar por los resultados eficientes y oportunos de la Comunicación Organizacional.
- Presentar las propuestas del mejoramiento para la Comunicación Organizacional.

4.5 Estrategias Operativas Internas

Son todas aquellas acciones encaminadas a fortalecer y transformar positivamente la comunicación interna, de manera que todos los actores que intervienen siempre estén bien informados, oportunamente y con veracidad, generando confianza, sentido de pertenencia y responsabilidad.

Es el conjunto de propósitos, herramientas y acciones comunicativas que buscan fomentar y fortalecer las acciones de difusión, los escenarios de interacción, el diálogo y la participación de los diferentes públicos corporativos, promoviendo y motivando una cultura organizacional coherente con la misión institucional; proporcionando en forma oportuna y suficiente la información que debe estar a disposición de los funcionarios, evitando distorsiones en los mensajes y desestimando el rumor.

Entre otros se pueden utilizar los siguientes medios:

- RED INTERNA: El total de las oficinas existentes cuentan con infraestructura de red local, lo que permite que los computadores compartan recursos de almacenamiento de datos y de impresión.
- INTRANET: Aplicativo desarrollado para mantener las versiones vigentes (copias controladas) de la documentación del Sistema de Gestión Corporativo en formato PDF, excepto cuando por su formato o presentación no sea posible o se trate de formatos. A él tienen acceso todos los funcionarios de la Corporación vía internet,

con el nombre de usuario y contraseña que se le asignó para su correo corporativo.

Nota: Adicionalmente se podrá utilizar para la publicación de contenidos internos ampliados:

- Información sobre Plan de Bienestar laboral.
- Convocatorias Internas de la Corporación.
- Plan Institucional de capacitaciones (PIC).
- Decisiones de la Dirección General.
- Eventos internos y fechas Especiales.
- Eventos externos que se realizan dentro de la Corporación.
- Procesos de Certificación. Actividades de las Oficinas, Subdirecciones y Direcciones Territoriales.
- Información del Fondo de Empleados.
- Procesos Corporativos: Modernización en la planta física y administrativa.
- Compartir el contenido publicado por medios de comunicación, entidades y líderes de opinión que resalten el trabajo de la institución o sus funcionarios.
- Visibilizar a quienes hayan obtenido logros recientemente, fomentando las relaciones entre compañeros.
- Difusión de campañas digitales internas.
- Crear álbumes de fotografías institucionales con historias.
- Generar actividades que promuevan interacción como concursos, trivias, etc.

- CORREO ELECTRÓNICO INTERNO (CORREO CORPORATIVO): Se convierte en una alternativa de comunicación rápida, eficaz y oportuna sobre asuntos internos ordinarios y extraordinarios y para multiplicar información de interés, tanto de la visión de empleado como de ciudadano que se tenga de cada miembro de la Corporación; informando en tiempo real decisiones, actividades, circulares, invitaciones, actos administrativos relevante para todos los funcionarios, entre otros.

- SISTEMA DE CARTELERAS INTERNAS: Ubicadas en sitios estratégicos de las instalaciones de CORPOURABA sede central y se utilizan para socializar los actos administrativos, las convocatorias, noticias generadas por el Sistema Nacional Ambiental, la prensa regional y nacional, asimismo como información general de interés específico para el público en general y los funcionarios de la Corporación (*campañas, eventos, fechas especiales, ingreso y egreso del personal, indicadores, circulares, actos administrativos*).

- COMUNICACIÓN VERBAL: La comunicación que se realiza en los lugares de integración entre los públicos de la corporación, donde convergen los funcionarios a departir y a tratar asuntos internos de interés general o particular. Se dispone de varios sitios como: salones de reuniones, sala de juntas, cafetín, auditorio, etc...

- CIRCULARES, MEMORANDOS Y/O OFICIOS: Los documentos que se expiden al interior de la Corporación, que son de interés general o particular y que expresen orientaciones, recomendaciones e invitaciones, contribuyen a mejorar la comunicación interna.

- **BOLETÍN INFORMATIVO:** Recopila información que se haya desarrollado al interior de la Corporación durante el último mes, visibilizando a los protagonistas, resaltando nuevos liderazgos y propiciando la participación de los funcionarios.
- **ACTIVIDADES DE INTEGRACIÓN Y/O PARTICIPACIÓN:** Contempla:
 - Apoyo y difusión a las actividades del Plan de Bienestar laboral.
 - Eventos internos y fechas especiales.
 - Reconocimiento por cumpleaños con tarjeta web y tarjeta física firmada por la directora.
 - Generar recordación de la filosofía corporativa: a través de e-cards, Stickers, post it, fondos de pantalla, entre otros.
 - Campañas en fechas especiales (*Semana Santa, Día Mundial del Medio Ambiente, temporadas navideñas y/o vacacionales*).

Nota: Para la organización de eventos internos como fechas especiales, fiestas fin de año, semana de la seguridad y salud en el trabajo y demás actividades de bienestar laboral siempre serán coordinadas con el área de Talento Humano.
- **ACTIVIDADES DE FORMACIÓN Y/O CAPACITACIÓN RELACIONADAS A COMUNICACIÓN:** Realización de actividades que permitan fortalecer la comunicación como una acción fundamental para el posicionamiento interno y externo de la corporación. Ejemplo: Capacitación en comunicación asertiva.

5. Comunicación Informativa (Externa)

5.1 Objetivo

Determinar la comunicación pública como órgano de expresión de la Corporación frente a la sociedad y/o demás partes interesadas (Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, líderes de opinión, medios de comunicación (nacionales, regionales, comunitarios y alternativos), públicos con formación ambiental y/o conocimiento corporativo, organizaciones sociales, comunidades étnicas, usuarios de servicios ambientales, sector privado y gremios, ciudadanos en general) para divulgar sus logros, avances, proyectos y limitaciones, basándose en la veracidad, transparencia, suficiencia y oportunidad de la información emitida.

5.2 Alcance

La Subdirección de Planeación y Ordenamiento Territorial en cabeza del área de Comunicaciones de CORPOURABA, contribuye a lograr que la Corporación esté abierta y receptiva a los requerimientos de la comunidad, informando acerca de las decisiones que se derivan a partir de estas solicitudes, que permitan así adoptar medidas de solución y mejoramiento en la calidad del servicio y efectividad en la función pública.

La comunicación externa se puede entender desde dos aspectos esenciales, la prestación del servicio a través de los diferentes canales cuando éstos sean requeridos (*derechos de petición, acciones de tutela, solicitud de licencias ambientales, tramitación del proceso sancionatorio ambiental, consultas*) y los

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 8 de 14

mensajes institucionales que tienen como propósito la conservación y la preservación del medio ambiente.

- **Prestación del Servicio:** Se entiende que es esencial que todas las decisiones que emite la Corporación no solamente deben afectar a los interesados en el surtimiento de las actuaciones de la entidad, sino que también los ciudadanos conozcan a fondo las determinaciones que haya surtido la Corporación. Es decir, llevar un mensaje, por medio del cual, la ciudadanía comprenda los alcances de las determinaciones que adopta la institución.
- **Mensaje Institucional:** Es esencial llevar el mensaje institucional, que se contempla en la misión corporativa de la entidad de concientizar a la ciudadanía de los problemas ambientales que afectan a gran parte de la población y generar campañas educativas para que las futuras generaciones puedan disfrutar de un ambiente sano. De igual forma se intenta que los mensajes institucionales fortalezcan la imagen corporativa de la institución ya que la finalidad última es el uso y preservación de los recursos naturales, pueda establecerse como una entidad pública que propende por la conservación y uso de los ecosistemas de la jurisdicción.

5.3 Responsables

Dirección General y Subdirección de Planeación y Ordenamiento Territorial - área de comunicaciones con la participación del comité de calidad, el comité de dirección, líderes de procesos, coordinadores territoriales y/o funcionarios de la Corporación.

5.4 Funciones

- Establecer indicadores que permitan revisar periódicamente los resultados de los propósitos establecidos en el Proceso de Comunicación Informativa (Externa) y/o el PAI.
- Revisar el cumplimiento efectivo de las actividades que hacen parte de los subprocesos de la Comunicación Informativa (Externa) contemplados en el PAI mediante el seguimiento a los indicadores.
- Definir los insumos, proveedores, productos, clientes y/o grupos de interés del proceso, sus características y requerimientos.
- Velar por los resultados eficientes y oportunos de la comunicación informativa (Externa).
- Presentar las propuestas del mejoramiento para la comunicación informativa.

5.5 Estrategias Informativas

Entre otros se pueden utilizar los siguientes medios:

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 9 de 14

- RELACIONES PÚBLICAS CORPORATIVAS. Acompañamiento y potencialización de las actividades de fomento de las relaciones de confianza que realiza la Dirección General y la Corporación mediante la realización de encuentros, capacitaciones, reuniones con entes externos u otros como:

- Generales: Entre otros:
 - Vinculación a actividades de interés institucional que permitan el fortalecimiento de la imagen y la difusión de la misión corporativa.
 - Envío de comunicaciones de agradecimiento, felicitación o información que permitan la visibilización de CORPOURABA ante los sectores.
 - Participación en ferias o eventos estratégicos.
- Con Medios de Comunicación: Entre otros:
 - Ruedas de prensa.
 - Boletines de prensa y comunicados.
 - Desayunando con la prensa.
 - Ronda de medios.
 - Gestión de freepress.
 - Plan de medios para difusión de campañas corporativas.
 - Alianzas estratégicas: Aunar esfuerzos con medios de comunicación regional y local para difundir la información ambiental y fortalecer la educación ambiental.
- Alianzas Estratégicas con otras entidades: Para el desarrollo de actividades educomunicativas en fechas especiales ambientales relacionadas con la protección del medio ambiente, por ejemplo: El uso de la fauna y flora en semana santa.

- REALIZACIÓN DE LA SECCIÓN RADIAL “VOCES AMBIENTALES”.

- En medios radiales privados que cuenten con una cobertura regional. Son espacios contratados por CORPOURABA en los espacios noticiosos de estos medios, que garantizan audiencia en horario triple A, para difundir noticias, beneficios y programas que brinda la Corporación para sensibilizar, educar e informar sobre el ambiente y su normatividad.
- En medios radiales de entidades públicas asentadas de la jurisdicción, entes territoriales, policía o fuerzas militares. Son espacios gestionados sin costo para CORPOURABA.

- PÁGINA WEB DE CORPOURABA www.corpouraba.gov.co

La Página Web de CORPOURABA publica periódicamente los boletines de prensa, información corporativa, banner con información importante de la Corporación, Proyectos, información importante para la jurisdicción de CORPOURABA y de interés para la comunidad. Así mismo en ella se publica el Plan de Acción Institucional, información específica de las Subregiones y los ecosistemas, entre otros. Este sitio además de informar los procesos de contratación y licitaciones que se llevan a cabo en la Corporación, sirve para manejar procesos de total transparencia y pulcritud administrativa, en el marco del Pacto por la Transparencia con la Presidencia de la República (*conexión Portal de Contratación, SECOP, Rendición de Cuentas, etc*).

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 10 de 14

Notas:

- La página WEB de la Corporación es el boletín oficial de la Corporación, su redacción, investigación y manejo de la información está a cargo de la Subdirección de Planeación – área de comunicaciones y la oficina jurídica; su objetivo es informar sobre los actos administrativos, las problemáticas ambientales y los proyectos que adelanta la Corporación para el mejoramiento ambiental y la calidad de vida de los 19 municipios que hacen parte de la jurisdicción.
- Se busca desde las otras herramientas generarle tráfico a la página web, la cual tendrá contenido más detallado para públicos con mayor necesidad de información.
- Se realizan convocatorias, se publica contenido informativo y educativo, de forma atemporal sobre el quehacer corporativo, programas y proyectos.
- Difusión de campañas digitales.

- **BOLETINES Y COMUNICADOS DE PRENSA ENTRE OTROS:** Permiten a los Usuarios de CORPOURABA y los medios de comunicación acceder al conocimiento de los planes de acción ofrecidos desde las Subdirecciones y territoriales, para que así puedan informarse permanentemente y con facilidad sobre los servicios ofrecidos.

Nota: Contempla contenido informativo y educativo del quehacer de la Corporación, programas y proyectos.

- **REDES SOCIALES:** Facebook, Youtube, Instagram y/o Twitter medios manejados por el comunicador de la corporación que permiten compartir información relevante, algunas en tiempo real, con la comunidad. Las audiencias de rendición de cuentas se transmite vía '*streaming*' de video desde la red social Facebook.

Notas: Se deben tener en cuenta los siguientes tips de comunicación digital en la implementación de redes sociales:

- Twitter:
 - Publicar contenido informativo y educativo, en tiempo real sobre el quehacer corporativo, programas y proyectos.
 - Compartir el contenido publicado por medios de comunicación, entidades y líderes de opinión, según lineamientos institucionales
 - Difusión de campañas digitales.
 - Promoción de contenidos.
 - Gestionar contenidos que puedan ser viralizables y que estén relacionados con la misión, visión y funciones institucionales.
 - Generar actividades que generen interacción como concursos, trivias, etc.
 - Responder las solicitudes, quejas, reclamos y felicitaciones (PQRs) y dando el respectivo traslado al área de espacio vital - atención al ciudadano.
- Facebook:
 - Publicar contenido informativo y educativo, diariamente sobre el quehacer corporativo, programas y proyecto.
 - Compartir el contenido publicado por medios de comunicación, entidades y líderes de opinión, según lineamientos institucionales.

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 11 de 14

- Difusión de campañas digitales.
 - Promoción de contenidos.
 - Crear álbumes de fotografías institucionales con historia y sentido que puedan ser compartidos y comentados por los seguidores.
 - Gestionar contenidos que puedan ser viralizables y que estén relacionados con la misión, visión y funciones institucionales.
 - Generar actividades que promuevan interacción como concursos, trivias, etc.
 - Responder las solicitudes, quejas, reclamos y felicitaciones (PQRs) y dando el respectivo al área de espacio vital - atención al ciudadano.
- Instagram:
- Compartir contenido de alto valor visual.
 - Enfocar campañas en contenido gráfico.
 - Mantener un nivel de contenidos compartido según el lenguaje de la red, sin exceder en publicaciones.
 - Optimizar cada publicación, buscando viralizar la información, referenciar hashtags y cuentas de alto flujo de seguidores -Promoción de contenidos.
 - Generar actividades que promuevan interacción como concursos, trivias, etc.
 - Responder las solicitudes, quejas, reclamos y felicitaciones (PQRs) y dando el respectivo traslado al área de espacio vital - atención al ciudadano.
- MASCOTA INSTITUCIONAL: Se sugiere hacer la selección a través de propuestas y votación, contemplando:
- Deberá presentar, reflejar y ser congruente con el espíritu, valores, misión, visión y colores de nuestra Institución y de su imagen institucional.
 - La mascota deberá representar un personaje animal o humano que refleje la esencia de la Corporación
- VIDEO INSTITUCIONAL: Herramienta corta, precisa y concisa donde muestre lo que es y lo que hace la corporación dentro de su jurisdicción. Es vital en los eventos, redes sociales, página web.
- EVENTOS Y COMPAÑAS DE EDUCACIÓN:
- Presencias institucionales
 - Celebraciones ambientales (DMA)
 - Campañas ambientales de sensibilización sobre temáticas de interés corporativo
- CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR Y/U OTROS DE INTERÉS DE CORPOURABA: Identificar los grupos de valor y/u otros de intereses de CORPOURABA y sus atributos, mediante el reconocimiento de sus necesidades y requerimientos, así como la medición de su desempeño, con el fin de planificar una acción integral.

6. Rendición de Cuentas:

6.1 Objetivo

Implementar desde la práctica de la comunicación organizacional e informativa, la aplicación del precepto constitucional de la publicidad que se refleja en el acto político que responde al derecho/deber que tiene el ciudadano de exigirle al administrador público que muestre el resultado de su gestión.

6.2 Alcance

Desarrollo oportuno de la Rendición de Cuentas bajo los términos legales y normativos.

6.3 Responsables

Dirección General y Subdirección de Planeación y Ordenamiento Territorial - área de comunicaciones con la participación del comité de calidad, el comité de dirección, líderes de procesos, coordinadores territoriales y/o funcionarios de la Corporación.

6.4 Funciones

- Revisar el cumplimiento efectivo de las actividades que hacen parte de la Rendición de Cuentas a la Sociedad.
- Definir los insumos, proveedores, productos, clientes y/o grupos de interés del proceso, sus características y requerimientos.
- Velar por los resultados eficientes y oportunos de la Rendición de Cuentas a la Sociedad.

6.5 Estrategias para la Rendición de Cuentas

- Para dar cumplimiento a los principios de probidad, publicidad y transparencia, CORPOURABA informará periódicamente a la ciudadanía sobre los resultados de su gestión en diferentes medios y canales de comunicación.
- Convocar por medio de cuñas e intervenciones radiales a la población en general a audiencias, en las cuales se abrirá el espacio para socializar los informes acerca de la gestión.
- En los medios de comunicación, que cuenten con contratación vigente, y comunitarios que lo permitan se podrán socializar aspectos importantes y se divulgarán asuntos relacionados con la gestión adelantada por la Corporación, generándose un espacio de acercamiento con la comunidad.
- Se publicarán los resultados de la gestión pública en los medios y publicaciones propias de la Corporación y en los medios masivos de comunicación.
- Publicar en la página web los resultados de la gestión realizada por las diferentes dependencias; además este medio permitirá enterar a la comunidad acerca de los servicios ofrecidos y los beneficios a los cuales puede acceder y estará a cargo de la Oficina de Comunicación.

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 13 de 14

- Previo a la audiencia se debe promocionar en la página web de la Corporación mediante un banner que contenga la invitación a la audiencia, la información relevante que deban conocer los asistentes y el enlace a un foro con el tema respectivo.
- Hacer uso debido del mecanismo de la AUDIENCIA PÚBLICA, como el espacio de participación ciudadana, propiciado por las Entidades u Organismos de la Administración Pública, donde personas naturales o jurídicas y las organizaciones sociales se reúnen en un acto público para intercambiar información.
- Las audiencias de rendición de cuentas se transmite por medio de las redes sociales, por ejemplo vía “streaming” u otro.

6.6 Pautas para la rendición de cuentas en los medios de comunicación

- De conformidad con lo referido en el numeral “3.1. Política General” y “3.2. Política Específicas” del presente documento.

7. Control de Cambios

Fecha	Resolución	Versión	Detalle
22/11/2006	03-01-02-001881	01	Aprobación inicial con código y nombre “D-DI-01: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD”.
20/04/2007	03-01-02-000618	02	Se realizan ajustes con base en el Modelo Estándar de Control Interno.
02/10/2008	03-10-17-001649	03	Cambio del nombre pasando de ser “D-DI-01: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD” a “D-DI-01: COMUNICACIÓN PÚBLICA”. Se realizan nuevos ajustes con base en la implementación del Modelo Estándar de Control Interno.
17/08/2010	300-03-10-23-1025	04	Se modifica el logo de La Corporación y se incluye el ítem “Control de Cambios” en los documentos del Sistema de Gestión Corporativo.
18/10/2013	300-03-10-23-1764	05	Se realizan entre otros, ajustes en horarios de programas de radio y Estrategia GEL.
25/09/2015	300-03-10-23-1234	06	Se cambió en el documento lo relacionado con los medios de comunicación interna y externa. En los medios internos, el IGUANOTAS deja de ser un documento en físico para convertirse en un documento de manejo virtual, el mural se elimina y se incorpora el Aplicativo INTRANET. En los medios externos, se cambian los puestos de información por tomas lúdicas y se incorpora el sitio web como medio de comunicación.
04/05/2016	300-03-10-23-0486	07	Se adiciona como proceso de comunicación verbal interna los memorando y la comunicación verbal.
18/08/2016	300-03-10-23-1046	08	Se modifica el logo de la Corporación adoptado según resolución 300-03-10-17-0820-2016 del 7 de julio de 2016 y se realizan otros ajustes.
21/06/2017	300-03-30-99-0743	09	Se realiza ajuste en el ítem Antecedentes y actualización a las actividades que se desarrollan a la norma ISO 9001:2015
10/05/2019	300-03-10-23-0522	10	Se actualiza el documento eliminando la referencia de documentos no vigentes como la NTCGP 1000, se ajustaron las políticas, se precisan los alcances y estrategias operativas de comunicación organizacional (interna) y Comunicación Informativa (externa).
16/09/2024	300-03-10-23-1741	11	Se <u>“Incorporar la referencia del nuevo procedimiento “CARACTERIZACIÓN DE GRUPOS DE VALOR”</u> y se actualiza el logo corporativo.

Última línea-----última línea-----última línea

Corporación para el Desarrollo Sostenible del Urabá		
D-DI-01	Versión: 11	Página: 14 de 14