

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 1 de 14

## TABLA DE CONTENIDO

OBJETIVO .....	2
ALCANCE .....	2
ÁREA RESPONSABLE.....	2
CONTENIDO .....	2
1. PLANEACIÓN DE LAS COMUNICACIONES.....	2
1.1. OBJETIVOS DE LAS COMUNICACIONES .....	2
1.1.1. COMUNICACIÓN INTERNA.....	2
1.1.2. COMUNICACIÓN EXTERNA.....	3
1.2. PRINCIPIOS DE LAS COMUNICACIONES.....	4
1.3. PILARES DE LAS COMUNICACIONES.....	4
1.4. PÚBLICO OBJETIVO DE LAS COMUNICACIONES .....	5
2. EJECUCIÓN DE LAS COMUNICACIONES.....	5
2.1. IDENTIFICACIÓN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS.....	5
2.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES.....	6
2.3. MANEJO DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA.....	8
2.4. PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN .....	8
2.5. ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO Y AUDIOVISUAL .....	9
3. EVALUACIÓN DE LAS COMUNICACIONES.....	9
3.1. ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES .....	9
3.2. ANÁLISIS DE INTERACCIÓN EN SITIO WEB .....	9
3.3. ANÁLISIS DEL USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA RECEPCIÓN DE PQRSD .....	10
3.4. MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS .....	10
CONDICIONES GENERALES.....	11
CARGOS O ROLES RESPONSABLES .....	12
DOCUMENTOS INTERNOS RELACIONADOS .....	12
REGISTROS ASOCIADOS .....	12
DEFINICIONES .....	12
NORMATIVIDAD APLICABLE .....	13
CONTROL DE CAMBIOS.....	14

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 2 de 14

OBJETIVO	ALCANCE	ÁREA RESPONSABLE
Orientar las acciones de comunicación interna y externa de la entidad con calidad, asertividad y coherencia, de manera que permitan el cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales	Aplicable a la gestión de todas las acciones de comunicación interna y externa que se desarrollen en las diferentes áreas y procesos de la Empresa de Servicios Públicos de Santander S.A. E.S.P. – ESANT S.A. E.S.P. con grupos de valor y partes interesadas pertinentes	Dirección de Planeación

## CONTENIDO

### 1. PLANEACIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Las acciones de comunicación dentro de la entidad se conciben como un proceso transversal, donde la participación activa de todos los integrantes es fundamental para garantizar el flujo adecuado de información tanto a nivel interno como externo. En este contexto, se identifican los siguientes elementos que establecen las bases fundamentales para el desarrollo de las comunicaciones a nivel interno y externo:

#### 1.1. OBJETIVOS DE LAS COMUNICACIONES

##### 1.1.1. COMUNICACIÓN INTERNA

En el contexto de las comunicaciones orientadas a los públicos internos, el propósito fundamental es lograr que la transmisión y distribución de información relevante y estratégica de la entidad se lleve a cabo en un entorno corporativo. Esto implica facilitar el intercambio de discursos y mensajes tanto en direcciones verticales (entre líderes y sus equipos de trabajo) como horizontales (entre trabajadores del mismo nivel jerárquico).

Por lo tanto, el principal objetivo de las comunicaciones internas es mantener a los trabajadores enfocados y comprometidos con las aspiraciones, causas y discursos de la organización, estimulándolos a reflejar y respaldar los valores y metas institucionales. De esa manera, se establecen y estimulan conductas que se conectan a lo que manifiesta la empresa, tales como:

- **Mejorar el clima organizacional:** Contribuir a la mejora del clima laboral mediante la comunicación efectiva y transparente, fomentando un ambiente de colaboración, confianza y trabajo en equipo.
- **Facilitar la adaptación de nuevo personal:** Facilitar la integración y adaptación de nuevo personal a la cultura organizacional, proporcionando información clara sobre las expectativas y valores de la entidad.
- **Minimizar los rumores:** Reducir la propagación de rumores y malentendidos a través de una comunicación abierta y oportuna, estableciendo canales efectivos para abordar inquietudes y preguntas.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 3 de 14

- **Reducir los efectos de una crisis:** Minimizar los efectos adversos de posibles crisis internas mediante una comunicación proactiva, proporcionando información veraz y oportuna para gestionar este tipo de situaciones de manera eficaz.

### 1.1.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Para las comunicaciones orientadas hacia públicos externos se deben diseñar estrategias de comunicación centradas en la imagen, las relaciones y el posicionamiento corporativo, para ello, es necesario:

- Diseñar, implementar y evaluar campañas de comunicaciones orientadas a fortalecer la imagen institucional.
- Analizar la pertinencia, asertividad y efectividad de las señales o mensajes que, mediante actuaciones y decisiones institucionales, se envía a la sociedad, la opinión pública y otros públicos.
- Gestionar el registro en medios masivos, comunitarios, alternativos, digitales y aquellos especializados en alguno de los temas asociados con la misión o la planeación estratégica de la entidad.
- Fomentar y velar por el desarrollo y fortalecimiento de las competencias informativas, comunicativas y relacionales en el personal.
- Impulsar y gestionar nuevas estrategias, competencias y oportunidades de gestión y mejora institucional.
- Destacar los esfuerzos individuales y colectivos que la empresa realiza en el cumplimiento de sus funciones, asegurando la provisión eficiente de servicios públicos como agua, alcantarillado, saneamiento básico y energía
- Desarrollar y promover estrategias de comunicación que fortalezcan los ejes misionales de la empresa, incluyendo la calidad del suministro, la gestión sostenible de recursos y el cumplimiento de normativas
- Fomentar la participación activa de la sociedad en actividades relacionadas con los servicios públicos, informando sobre eventos, proyectos de mejora y programas comunitarios
- Propiciar la divulgación y aprendizaje del conocimiento relacionado con la gestión sostenible de los recursos hídricos, el saneamiento ambiental y el uso eficiente de la energía.
- Mantener una relación efectiva con los medios de comunicación locales, regionales y, nacionales para asegurar una cobertura precisa y equitativa de las actividades de la empresa.
- Desarrollar estrategias de convergencia de medios para promover la cultura ciudadana y el uso adecuado de los servicios públicos, educando a la comunidad sobre prácticas responsables.
- Posicionar la imagen de la empresa como un referente positivo en la gestión de servicios públicos, construyendo una reputación sólida y confiable en todos sus públicos de interés.
- Fortalecer los procesos comunicacionales, asegurando una transmisión eficaz y coherente de la información.
- Alinear las estrategias comunicativas con las necesidades específicas de la empresa, respondiendo a sus objetivos estratégicos y a las demandas de la comunidad.
- Canalizar de manera eficaz y positiva la información, asegurando la transparencia y la claridad en la comunicación.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 4 de 14

## 1.2. PRINCIPIOS DE LAS COMUNICACIONES

El desarrollo de acciones de comunicación interna y externa en la entidad se sustenta en la aplicación de los siguientes principios, orientados a establecer un lenguaje claro y cercano con los diversos públicos:

- **Cercanía:** Exhibir empatía, calidez y sencillez, elementos característicos de las relaciones personales, mediante la implementación de un lenguaje claro y directo.
- **Trabajo en equipo:** Fomentar la confianza para comunicarse efectivamente con los diversos grupos de valor y partes interesadas, contribuyendo a abordar problemas y resolver conflictos de manera constructiva.
- **Actitud positiva:** Enfocarse en oportunidades, logros, beneficios e impactos positivos, abordando las dificultades como oportunidades de desarrollo y progreso.
- **Coherencia:** Asegurar la alineación entre las acciones de la entidad y su comunicación, diciendo lo que se hace y poniendo en marcha lo que se dice.
- **Innovación:** Buscar constantemente alternativas que permitan alcanzar los objetivos establecidos.

## 1.3. PILARES DE LAS COMUNICACIONES

Las acciones de comunicación interna y externa en la entidad se estructuran en base a los siguientes pilares:

- **Comunicación organizacional:** Se concibe la comunicación como una red estructurada en torno a significados y relaciones sociales. Su objetivo es lograr un clima de implicación e integración entre trabajadores, grupos de valor y partes interesadas.
- **Comunicación informativa:** Esta modalidad busca garantizar la interacción entre la organización y los medios de comunicación de su entorno. Destaca la importancia de la veracidad, transparencia, prontitud y oportunidad de la información emitida.
- **Rendición de cuentas a la comunidad:** Se promueve la transparencia, disponibilidad y alta calidad de la información proporcionada a la ciudadanía a través de diversos medios (redes sociales, página web, medios internos). El propósito es llegar a todos los grupos de valor y partes interesadas.

Estos enfoques comunicativos definen objetivos y plantean propósitos para las prácticas comunicativas en la entidad, impulsando el desarrollo adecuado de su plataforma estratégica en busca de la satisfacción del usuario y sus familias. Esto se logra mediante la entrega de información veraz, adecuada, transparente y oportuna.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 5 de 14

## 1.4. PÚBLICO OBJETIVO DE LAS COMUNICACIONES

La definición del público objetivo para las comunicaciones es un componente esencial en la estrategia de la ESANT S.A. E.S.P. Esta determinación se basa en la caracterización de los grupos de valor y partes interesadas, alineándose con la planificación estratégica de la entidad. A continuación, se detallan los públicos objetivos, tanto internos como externos:

### 1.4.1. Partes interesadas internas:

- Miembros de la junta directiva
- Accionistas
- Trabajadores de nómina de la entidad
- Contratistas de apoyo a la gestión

### 1.4.2. Partes interesadas o grupos de valor externos:

- Clientes
- Suscriptores y/o usuarios
- Alcaldías de los municipios vinculados al Plan Departamental de Aguas (PDA)
- Ciudadanos y comunidad en general
- Proveedores y/o contratistas
- Entidades de normalización, regulación, vigilancia y control
- Instituciones educativas

## 2. EJECUCIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Las acciones de comunicación interna y externa de la entidad, se realizan con base en los siguientes elementos:

### 2.1. IDENTIFICACIÓN DE COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

Para cada área de la entidad, se determinan las comunicaciones que deben llevarse a cabo como parte de la gestión de los procesos y subprocesos bajo su responsabilidad. Este proceso se efectúa mediante el diligenciamiento del formato de **Identificación de Comunicaciones Internas y Externas (FR-RGV-RIN-001)**, que incluye los siguientes aspectos:

- Información: ¿Qué se comunica?
- Remitente: ¿Quién comunica?
- Destinatario: ¿A quién se comunica?

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 6 de 14

- Frecuencia: ¿Cuándo se comunica?
- Medio: ¿Cómo se comunica?

## 2.2. MEDIOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONALES

Para el desarrollo de acciones de comunicación interna y externa, la entidad cuenta con los siguientes medios de comunicación disponibles:

MEDIO	DESCRIPCIÓN
Boletín institucional	Comunicación escrita dirigida a públicos internos y externos donde se anuncian temas organizacionales de impacto. Se envía por correo electrónico y se publica a través de las diferentes carteleras dispuestas dentro de la entidad.
Comunicado de prensa	Comunicación escrita dirigida a los miembros de los medios de comunicación externos con el propósito de anunciar temas de interés periodístico que involucran a la entidad. Se envía por correo electrónico y se publica a través de las diferentes carteleras dispuestas dentro de la entidad.
Material impreso	Comunicación escrita donde se incluye información de interés de la entidad que se puede entregar en medio físico a partes interesadas internas y externas. Por ejemplo, portafolio de servicios, volantes, entre otros.
Buzón de sugerencias	Mecanismo ubicado en puntos de atención físicos de la entidad para recibir comunicaciones escritas relacionadas con peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y reconocimientos por parte de las partes interesadas internas y externas.
Oficios, circulares, memorandos	Comunicaciones escritas de carácter oficial que se reciben o se envían por correo electrónico o medio físico para notificar o dar a conocer temas generales o particulares de la entidad. Los oficios aplican para partes interesadas internas y externas; circulares y memorandos para partes interesadas internas.
Correo postal	Sistema utilizado para la recepción o envío de correspondencia con partes interesadas internas y externas a través de un intermediario externo que garantiza la confirmación de recibido de los documentos por parte del destinatario.
Redes sociales / Canal de YouTube	Estructuras en internet (X, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube) donde, a través de cuentas institucionales, se promueve la interacción con partes interesadas internas y externas. Se comparte información de interés general.

**PROCESO:** Relacionamiento con Grupos de Valor / **SUBPROCESO:** Relaciones Institucionales

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 7 de 14

MEDIO	DESCRIPCIÓN
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuenta institucional en X: <u><i>EsantSantander</i></u></li> <li>• Cuenta institucional en Instagram: <u><i>@santanderesant</i></u></li> <li>• Cuenta institucional en Facebook: <u><i>EsantSantanderPDA</i></u></li> <li>• Cuenta institucional en Tik Tok: <u><i>@esantsantander</i></u></li> <li>• Canal institucional en YouTube: <u><i>EsantSantander</i></u></li> </ul>
Sitio web de la entidad	Conjunto de páginas web accesibles a través de internet en la ruta <a href="https://www.esant.com.co/">https://www.esant.com.co/</a> donde se publica información pública de la entidad para el conocimiento de partes interesadas internas y externas.
Sitios web entidades externas	Conjuntos de páginas web accesibles a través de internet destinadas por entidades externas para el reporte y publicación de información por parte de la entidad.
Medios radiales y de televisión locales	Plataformas de comunicación a través de radio o televisión utilizadas para difundir información relevante a la audiencia local.
Correo electrónico	Servicio de red que permite a partes interesadas internas y externas el envío y recepción de comunicaciones escritas en medio electrónico o digital relacionadas con el desarrollo de las actividades propias de la entidad a través de cuentas institucionales (No personales).
Mensajería Instantánea (Ej. WhatsApp)	Aplicación tecnológica que permite la comunicación basada en texto en tiempo real entre dos (2) o más personas donde es posible el intercambio de información pública relacionada con la entidad, principalmente con partes interesadas internas; la cual se regula a partir de la creación de grupos institucionales y donde se recomienda no compartir información clasificada o reservada.
Drive corporativo	Espacio de almacenamiento accesible a través de internet <a href="https://srvesantkb.us5.quickconnect.to/drive/">https://srvesantkb.us5.quickconnect.to/drive/</a> donde es posible la publicación y consulta por parte de partes interesadas internas de documentos y registros aprobados por cada uno de los procesos de la entidad.
Teléfono / Fax	Comunicación verbal a través de aparatos tecnológicos destinados por la entidad que permitan el intercambio de información en tiempo real con partes interesadas internas y/o externas de la entidad.
Reuniones / Charlas	Comunicación verbal entre dos (2) o más personas para tratar temas puntuales relacionados con el desarrollo de las actividades propias de la entidad y donde

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 8 de 14

MEDIO	DESCRIPCIÓN
	pueden participar partes interesadas internas y externas, dejando como evidencia listados de asistencia y/o actas de reunión.
Capacitaciones / Inducciones	Comunicación verbal donde uno (1) o varios expositores imparten información general y/o particular que permita la expansión o mejoramiento de conocimientos, habilidades, competencias y/o aptitudes de partes interesadas internas o externas para el desarrollo de sus actividades, dejando como evidencia listados de asistencia y/o actas de reunión.

### 2.3. MANEJO DE IMAGEN E IDENTIDAD CORPORATIVA

Con el propósito de garantizar que las comunicaciones internas y externas contribuyan a la consolidación de una imagen institucional clara, se establece el **Manual de Imagen e identidad corporativa (MA-RGV-RIN-001)**. Este documento proporciona información detallada sobre diversos aspectos, incluyendo:

- **Logos:** Detalles sobre su estructura, versiones cromáticas, composición, versión vertical y horizontal, manejo de imagen institucional, manejo de imagen sobre colores, y usos incorrectos.
- **Papelería corporativa:** Establece pautas para mantener coherencia visual y profesional en todos los documentos corporativos, que incluye elementos impresos como carnets, certificados, pendones, entre otros.
- **Imágenes institucionales para redes sociales:** Directrices para el uso adecuado de imágenes en plataformas como Facebook, Instagram y otras, asegurando consistencia y alineación con la identidad visual de la entidad.
- **Insumos, presentaciones y otros elementos institucionales:** Normativas para la creación y uso de diversos elementos visuales que representan a la organización.

### 2.4. PROTOCOLOS DE COMUNICACIÓN

Para el desarrollo de eventos institucionales que involucren a partes interesadas internas y externas, se determina la **Guía de desarrollo de eventos, socializaciones y entregas de proyectos (GU-RGV-RIN-001)**, donde se establecen lineamientos que aseguran el manejo adecuado de la imagen institucional durante dichos eventos, manteniendo coherencia y profesionalismo, y que incluyen la aplicación de **Encuesta de satisfacción de eventos externos (FR-RGV-RIN-002)**.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código: MA-RGV-RIN-002</b>
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión: 01</b>
		<b>Fecha: 27/12/2023</b>
		<b>Página: 9 de 14</b>

## 2.5. ELABORACIÓN Y PUBLICACIÓN DE MATERIAL GRÁFICO Y AUDIOVISUAL

El material gráfico y audiovisual necesario para respaldar las comunicaciones internas y externas se genera de acuerdo con lineamientos de la **Guía toma de fotografías y videos (GU-RGV-RIN-002)** y del **Procedimiento de elaboración y publicación de material gráfico y audiovisual (PR-RGV-RIN-001)**. Estos documentos definen las pautas para la creación de contenido visual que refleje los estándares y valores de la entidad.

**Nota.** En todo caso, durante la elaboración y publicación de material gráfico y audiovisual, se garantizará el tratamiento adecuado de los datos personales que sean suministrados por partes interesadas internas y externas, de acuerdo con lo establecido en el **Manual de protección de datos personales (MA-GER-PLA-001)** y la **Política de tratamiento de datos personales (DG-GER-PLA-004)**.

## 3. EVALUACIÓN DE LAS COMUNICACIONES

Para evaluar la efectividad de los medios de comunicación utilizados para llegar a sus diferentes públicos objetivos internos y externos, se determinan las siguientes actividades, cuyos resultados se analizan de forma conjunta con la **Dirección de Planeación y Personal de Apoyo a Dirección de Planeación (Comunicaciones y TIC)**.

### 3.1. ANÁLISIS DE LA INTERACCIÓN EN REDES SOCIALES

Considerando que las redes sociales que más se utilizan en la entidad para publicar información institucional de interés para públicos internos y externos son Facebook, Instagram y X, dentro de los primeros cinco (5) días hábiles de cada mes el **Personal de Apoyo a Dirección de Planeación (Comunicaciones)** genera informe con estadísticas que permitan identificar el nivel de interacción que tienen partes interesadas con las publicaciones que se realizan en estos medios, teniendo en cuenta reacciones y comentarios, de manera que se pueda establecer cuáles publicaciones o mensajes son de mayor interés, cuáles generan más reacciones positivas o negativas, cuáles son las personas que más interactúan, entre otras, e identificar mejoras en las estrategias y acciones de comunicación que se adelanten para próximos mensajes.

### 3.2. ANÁLISIS DE INTERACCIÓN EN SITIO WEB

Considerando que el sitio web de la entidad <https://www.esant.com.co/> se utiliza de forma permanente para publicar información institucional, dentro de los primeros cinco (5) días hábiles de cada mes el **Personal de Apoyo a Dirección de Planeación (TIC)** genera informe con estadísticas que permitan identificar el número de visitas que se realizan al sitio y las páginas dentro del sitio principal que más se consultan, de manera que se puedan establecer estrategias para generar y/o aumentar el tráfico web y facilitar la consulta de información.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 10 de 14

### 3.3. ANÁLISIS DEL USO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA RECEPCIÓN DE PQRS

Considerando que la recepción de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y reconocimientos se realiza a través de diferentes medios de comunicación tales como sitio web, correo electrónico, medio físico, verbal o redes sociales, se determina la necesidad de generar de forma trimestral un informe por parte de **Personal de Apoyo a Dirección Jurídica (Ventanilla Única)** que se socialice con el equipo designado por la **Dirección de Planeación** donde se identifiquen los medios más utilizados para la radicación de peticiones, quejas, reclamos, sugerencias y reconocimientos, de manera que se identifiquen mejoras en las estrategias para promover el uso de medios que faciliten la comunicación con partes interesadas.

### 3.4. MEDICIÓN Y ANÁLISIS DE LA PERCEPCIÓN DE PÚBLICOS OBJETIVOS

Con el objetivo de medir el nivel de satisfacción y percepción de las partes interesadas internas y externas respecto a la información difundida en los medios de comunicación y el uso de los mismos, de forma anual se aplica la **Encuesta de percepción de grupos de valor y partes interesadas (FR-RGV-RIN-006)**, la cual está diseñada para evaluar la eficacia de las estrategias de comunicación y obtener retroalimentación valiosa que contribuye a la mejora continua de nuestras prácticas corporativas en alineación con la planeación estratégica de la entidad.

Público objetivo	Criterios a evaluar	Muestra
Grupos de valor y partes interesadas internas y externas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto positivo en la calidad de vida de la comunidad a través de los servicios prestados.</li> <li>• Reconocimiento de la entidad como una empresa socialmente responsable y amigable con el medio ambiente.</li> <li>• Posicionamiento de la entidad como un referente de innovación y buenas prácticas empresariales.</li> <li>• Fortalecimiento de la entidad en el manejo eficaz de la información asegurando la transparencia y celeridad en la respuesta a requerimientos de sus grupos de valor y partes interesadas por los</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 40 personas de la comunidad y/o ciudadanía en general</li> <li>• 30 usuarios de servicios de acueducto, alcantarillado y/o aseo</li> <li>• 10 contratistas de prestación de servicios de apoyo a las áreas</li> <li>• 6 representantes de municipios vinculados al Plan Departamental de Aguas donde se estén ejecutando proyectos.</li> <li>• 5 contratistas de obra, interventoría o consultoría de proyectos</li> <li>• 5 trabajadores activos vinculados directamente.</li> <li>• 2 representantes de entidades de normalización, regulación, vigilancia y control</li> </ul>

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 11 de 14

	diferentes medios institucionales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 clientes del servicio de comercialización de energía o nuevos negocios.</li> </ul>
--	--	---

**NOTA.** La recopilación, consolidación y análisis de los resultados obtenidos durante la aplicación de estos cuestionarios se realiza dentro de los 20 días hábiles posteriores a la finalización del año a evaluar.

### CONDICIONES GENERALES

- 1) Todas las acciones de comunicación que se desarrollen por la entidad que estén enmarcadas dentro de la Gestión del Plan Departamental de Aguas, deben estar alineadas con las directrices que determine la Gobernación de Santander a través de su Oficina de Comunicaciones.
- 2) Las acciones de comunicación en diversos medios deben centrarse en dar a conocer la gestión realizada por la entidad y su impacto en grupos de valor y partes interesadas. En el caso de comunicaciones relacionadas con proyectos, se debe incluir información detallada, como:
  - Nombre y objetivo del proyecto.
  - Acciones realizadas, incluyendo propósito, porcentajes de avance e inversión realizada, entre otros.
  - Impacto, expresado en el número de beneficiarios y otras cifras relevantes.
  - En menciones de personas participantes, se deben incluir nombre, cargo y entidad a la que pertenecen
- 3) Todas las acciones de comunicación en diferentes medios requieren la aprobación del director de cada área correspondiente. Este proceso garantiza la veracidad de la información difundida.
- 4) Cualquier consulta recibida a través de mensajes internos o comentarios en las redes sociales de la entidad, se gestionará como una PQRSD y se remitirá al correo electrónico [ventanilla.unica@esant.com.co](mailto:ventanilla.unica@esant.com.co) para su trámite y respuesta oficial, de acuerdo con lo establecido en el **Procedimiento de correspondencia y gestión de PQRSD (PR-RGV-PQR-001)**.
- 5) Toda la información que se genere frente a la planeación, ejecución y evaluación de las comunicaciones internas y externas se archivan de forma física y/o digital (Drive corporativo) por el **Personal de Apoyo Dirección de Planeación (Comunicaciones)** de acuerdo con lo establecido en la tabla de retención documental vigente del Director de Planeación.



CARGOS O ROLES RESPONSABLES	DOCUMENTOS INTERNOS RELACIONADOS	REGISTROS ASOCIADOS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Director(a) de Planeación</li><li>• Personal de Apoyo a Dirección de Planeación (Comunicaciones)</li><li>• Personal de Apoyo a Dirección de Planeación (TIC)</li><li>• Personal de Apoyo a Dirección Jurídica (Ventanilla Única)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manual de Imagen e identidad corporativa (MA-RGV-RIN-001)</li><li>• Procedimiento de elaboración y publicación de material gráfico y audiovisual (PR-RGV-RIN-001)</li><li>• Guía toma de fotografías y videos (GU-RGV-RIN-002)</li><li>• Guía de desarrollo de eventos, socializaciones y entregas de proyectos (GU-RGV-RIN-001)</li><li>• Manual de protección de datos personales (MA-GER-PLA-001)</li><li>• Política de tratamiento de datos personales (DG-GER-PLA-004)</li><li>• Procedimiento de correspondencia y gestión de PQRSD (PR-RGV-PQR-001)</li><li>• Tabla de retención documental Director de Planeación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Identificación de comunicaciones internas y externas (FR-RGV-RIN-001)</li><li>• Encuesta de percepción de grupos de valor y partes interesadas (FR-RGV-RIN-006)</li><li>• Encuesta de satisfacción de eventos externos (FR-RGV-RIN-002)</li><li>• Consolidación resultados encuestas de percepción de grupos de valor y partes interesadas</li><li>• Consolidación resultados encuestas de satisfacción de eventos externos</li><li>• Informes con estadísticas de redes sociales y sitio web</li><li>• Informes con estadísticas de PQRSD</li><li>• Registros de comunicaciones ejecutadas en los diferentes medios de comunicación institucional</li><li>• Material gráfico y audiovisual</li><li>• Correos</li></ul>

## DEFINICIONES

- **Comunicación:** Se entiende como todo proceso de intercambio de información y siempre debe estar permeada por características de asertividad, claridad, respeto y moderación.
- **Grupos de valor:** Conjunto de personas u organizaciones a quienes van dirigidos los bienes y servicios de la entidad.
- **Información:** Conjunto de datos que otorgan significado o sentido a hechos en los que participan la entidad y sus partes interesadas.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 13 de 14

- **Material audiovisual:** Son instrumentos tecnológicos que presentan la información utilizando sistemas acústicos, ópticos o una combinación de ambos y que, por lo tanto, pueden servir de complemento a los medios de comunicación clásicos.
- **Material Impreso:** Engloba todo tipo de documentos, folletos, informes, volantes u otros elementos tangibles que contienen información relevante y que han sido producidos para su distribución física. Este material impreso puede ser utilizado tanto para comunicaciones internas como externas, proporcionando una forma tangible y duradera de transmitir mensajes clave de la entidad.
- **Medios de comunicación institucionales:** se refiere a los canales y herramientas de comunicación específicamente diseñados y gestionados por la Empresa de Servicios Públicos de Santander S.A. E.S.P. – ESANT S.A. E.S.P. para transmitir información de manera oficial y coherente. Estos medios pueden incluir boletines internos, insumos corporativos, plataformas en línea, redes sociales y otros recursos comunicativos bajo control directo de la entidad.
- **Partes interesadas:** Personas u organizaciones que pueden afectar, verse afectadas o percibirse como afectadas por decisiones o actividades desarrolladas por la entidad. Dentro de éstas se cuentan clientes, accionistas, proveedores, contratistas, trabajadores, entes de regulación, vigilancia y control, entre otros.
- **Pieza gráfica:** Se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.
- **Tráfico web:** Es la cantidad de datos enviados y recibidos por los visitantes de un sitio web. Esta es una gran proporción del tráfico de internet. El tráfico web es determinado por el número de visitantes y páginas web que visitan.

#### NORMATIVIDAD APLICABLE

- **Ley Estatutaria 1581 de 2012.** Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.
- **Ley 1712 del 2014.** Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.
- **NTC-ISO 9001:2015.** Sistema de Gestión de Calidad. Requisitos
- **Modelo Estándar de control Interno -MECI-** “Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI)”.

	<b>MANUAL</b>	<b>Código:</b> MA-RGV-RIN-002
	<b>COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS</b>	<b>Versión:</b> 01
		<b>Fecha:</b> 27/12/2023
		<b>Página:</b> 14 de 14

**CONTROL DE CAMBIOS**

VERSIÓN	FECHA	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	
01	27/12/2023	Emisión de la primera versión del documento bajo nueva plantilla base, estructura documental y codificación. Actualización del Manual de Comunicaciones Internas y Externas	
<b>ELABORÓ</b>		<b>REVISÓ</b>	<b>APROBÓ</b>
Nombre: Catalina Millán Chávez Cargo o rol: Prof. Comunicaciones		Nombre: Mónica C. Castellanos C. Cargo o rol: Prof. Apoyo Procesos  Nombre: Lady M. Bernard S. Cargo o rol: Prof. Gestión Procesos	Nombre: Juliana M. Ogliastri Martínez Cargo o rol: Directora de Planeación