enterritorio Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.	**POLÍTICA DE COMUNICACIONES**	CÓDIGO:	**O-CO-01**
		VERSIÓN:	**04**
		VIGENCIA:	**2024-10-04**
	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	CLASIFICACIÓN:	**IP**

TABLA DE APROBACIÓN	
REVISÓ Y APROBÓ CAMBIO MENOR	
Argemiro Unibio Ávila Gerente Grupo Planeación y Desarrollo Organizacional.	**Sandra Millady Riveros Barbosa** Subgerente Administrativo

AMCA

CONTROL DE MODIFICACIONES			
VERSIÓN	**FECHA**	**CAMBIO REALIZADO**	**SOLICITADO POR**
01	2023-05-31	Creación del documento con el fin de definir los lineamientos generales para establecer criterios encaminados a la toma de decisiones frente a todos los procesos de comunicación que realicen o gestionen las distintas áreas generando así coherencia entre la narrativa y el quehacer, tanto a nivel interno como externo.	Grupo de Gestión de las Comunicaciones
02	2023-06-06	Cambio menor debido a ajustes en la redacción del lineamiento 7 del numeral 4. Compromisos	Grupo de Gestión de las Comunicaciones
03	2023-10-31	Ajuste de la política debido a la inclusión de lineamientos de acuerdo con la Circular Externa 008 de la Superintendencia Financiera de Colombia, ajustes en la redacción de la Introducción e inclusión de lineamientos relacionados con los documentos del Proceso de Gestión de las Comunicaciones.	Grupo de Gestión de las Comunicaciones
04	2024-10-04	Cambio menor masivo por ajuste de la imagen institucional y de la razón social debido a la transformación de la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial, mediante Decreto 1962 de 2023, en una sociedad por acciones, del tipo de las anónimas, cuya razón social será Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.	Gerente Grupo Planeación y Desarrollo Organizacional

POLITICA DE COMUNICACIONES

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento nace de la necesidad de ENTerritorio S.A. de contar con una hoja de ruta encaminada al fortalecimiento de las comunicaciones, tanto internas como externas, que permanezcan en el tiempo y que comprendan un estilo de narrativa definido para posicionar la marca, su propósito superior, líneas de negocio, productos, proyectos, obras y procesos.

Esta política define la forma como se estructuran las estrategias de comunicación, los encargados de revisarlas y aprobarlas, además de los canales a través de los cuales se envía y publica información relacionada con ENTerritorio S.A.. Es, entre otras, una guía que busca dar una orientación hacia los colaboradores para que, desde el interior, se establezca una dinámica clara, contundente y estratégica.

De igual forma, la política establece las directrices para tratar las solicitudes, coyunturas, crisis y recursos relacionados con los medios de comunicación, para dar a conocer los logros de la empresa, así como para respetar la identidad corporativa y responder a los criterios de relacionamiento con la prensa, establecidos bajo el criterio del Grupo de Comunicaciones.

La Política de Comunicaciones de ENTerritorio S.A. está proyectada para que su aplicación sea transversal a todas las áreas de la empresa y sirva como base para fortalecer la cultura organizacional. Por ende, uno de sus objetivos es propender por la buena imagen y reputación de la institución y, por ende, su buen nombre.

2. ALCANCE

La Política de Comunicaciones de ENTerritorio S.A. es transversal y estratégica. Está orientada a definir los mensajes, canales, tiempos y recursos cuyo uso redunde en una comunicación asertiva, eficaz, oportuna y contundente de todos los productos comunicativos que se generen desde cualquier área, para su difusión, socialización y presentación.

3. OBJETIVO

Definir los lineamientos generales para establecer criterios en caminados a la toma de decisiones frente a todos los procesos de comunicación que realicen o gestionen las distintas áreas generando así coherencia entre la narrativa y el quehacer, tanto a nivel interno como externo.

3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Presentar a los colaboradores de ENTerritorio S.A. los procesos institucionales, actualizaciones documentales, fechas específicas, como también los logros y avances que realice la empresa.
- Crear una línea clara y precisa de comunicaciones que permita otorgarle valor a la marca institucional, de tal modo que esto propicie el posicionamiento de ENTerritorio S.A. como aliado técnico de las regiones y su compromiso con el progreso y desarrollo social de la nación.
- Generar una campaña de relaciones públicas a gran escala para aumentar el conocimiento y la credibilidad de la marca, atrayendo nuevos clientes y oportunidades de negocio.
- Mejorar el relacionamiento con los clientes para impactar de manera positiva en la satisfacción que tengan acerca de los servicios prestados en el corto, mediano y largo plazo.
- Impulsar el sentido de pertenencia entre los colaboradores para contribuir a la mejora del clima organizacional.
- Consolidar la narrativa de ENTerritorio S.A. para que prevalezca y sea la hoja de ruta para los siguientes diez años.

- Generar un modelo que sea el soporte para responder a cada una de las coyunturas comunicacionales y a sus problemáticas específicas.

4. COMPROMISOS

El desarrollo de esta política se hará mediante la aplicación de las siguientes directrices:

- Todo contenido que se requiera publicar en las diferentes secciones de la página web de ENTerritorio S.A., debe estar revisado y aprobado por el Grupo de Comunicaciones, quienes tienen el conocimiento y manejo de la narrativa, así como del lenguaje institucional.
- El contenido de los productos audiovisuales que se soliciten estará a cargo de las áreas solicitantes, mientras que la propuesta creativa estará completamente a cargo del Grupo de Comunicaciones.
- Todo producto audiovisual o documento que contenga el logo de ENTerritorio S.A. deberá ser revisado y validado por el Grupo de Comunicaciones para su correcto uso.
- Cualquier documento externo utilizado por programas, proyectos o convenios deberá utilizar la línea gráfica de la empresa establecida en el Manual de Identidad Visual (M-CO-02).
- El Grupo de Comunicaciones tiene el deber de suministrar, de acuerdo con la solicitud, el logo de la empresa en todos los formatos requeridos para su correcta aplicación.
- El Grupo de Comunicaciones deberá validar todas las estrategias de comunicaciones creadas a través de los diferentes convenios o grupos de trabajo para la difusión de información.
- Todo producto o ayuda audiovisual que se contrate externamente en las diferentes áreas deberá contar con la aprobación de comunicaciones antes de su publicación.
- Todo colaborador que sea asignado a los diferentes grupos de trabajo o convenios y desarrolle actividades de comunicaciones deberá estar articulado con el Grupo de Comunicantes para implementar de manera adecuada los lineamientos y estrategias establecidas.
- Todo evento, actividad o reunión externa o interna realizada en el marco de los planes de acción de la empresa, deberá ser socializada con anticipación al Grupo de Comunicaciones para crear una estrategia de difusión.
- Toda la información publicada a través de los canales autorizados debe ser accesible, protegida y actualizada.
- A través del Plan de Acción de Comunicaciones y la Matriz de Comunicaciones del SIG se establecen el tipo de información que debe ser comunicada a los grupos internos y externos de acuerdo con su relevancia.
- Toda la información que se publique acerca de ENTerritorio S.A. debe ser presentada a través de los canales autorizados los cuales se especifican en el Manual de Comunicaciones (M-CO-01).
- Todas las quejas y denuncias serán recibidas a través de los canales de comunicación dispuestos por la empresa y se tramitarán de acuerdo con lo establecido en el procedimiento Seguimiento y Control a las Peticiones, Quejas, Reclamos, Denuncias, Sugerencias y Felicitaciones (P-RC-01).
- Toda la información audiovisual que se presente debe ser accesible a todos los grupos de interés de acuerdo con la norma NTC 5854.
- Las crisis comunicacionales que se presenten en la empresa deberán ser gestionadas bajo lo establecido en la Guía para el manejo de crisis en medios de comunicación (G-CO-02).
- Todas las redes sociales ENTerritorio S.A., así como las de programas o proyectos derivados de los convenios deberán ser administradas de acuerdo a lo establecido con la Guía para el uso y difusión en las redes sociales de ENTerritorio S.A. (G-CO-01).

Es competencia del Grupo de Comunicaciones, liderar la autoevaluación permanente de cada uno de los componentes aquí presentes, así como la identificación de oportunidades de mejora.