



**Ambiente**



# Plan de comunicación de crisis

**Proceso**  
**Gestión de Comunicación**  
**Estratégica**  
**Versión 4**  
**31/03/2025**

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	<b>SOMOSIG</b> Sistema Integrado de Gestión
	Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica	
Versión: 4	Vigencia: 31/03/2025	Código: DS-E-GCE-02

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. ANTECEDENTES.....	4
2. OBJETIVOS, METAS E INDICADORES.....	5
3. MARCO CONCEPTUAL.....	6
4. MARCO NORMATIVO.....	7
5. LINAMIENTOS ANTE UNA CRISIS.....	8
6. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE RIESGOS.....	9
7. ROLES Y RESPONSABILIDADES.....	10
8. CRONOGRAMA.....	10
9. RECURSOS NECESARIOS.....	11
10. GLOSARIO.....	11
11. BIBLIOGRAFÍA.....	13



SC-2000142



SA-2000143

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	 Sistema Integrado de Gestión
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

## INTRODUCCIÓN

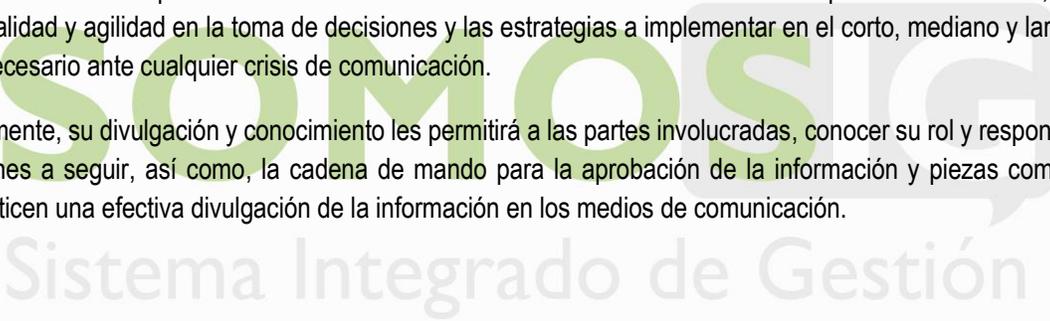
Las crisis en materia de comunicación son comunes a todas las entidades, tanto privadas como públicas, pero en la actualidad por la dinámica de los medios de comunicación se ha hecho más especial y frecuente en las instituciones públicas y no solo por las razones propias de su gestión y los efectos que sobre los diferentes grupos de interés tienen sus decisiones, sino también por el contexto estratégico propio de la administración de lo público.

De allí, la importancia que el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible esté preparado para gestionar crisis de comunicación que puedan afectar su reputación, la confianza ciudadana y la percepción de su gestión.

Este Plan de comunicación de crisis, establece los protocolos de acción, comunicación y coordinación para mitigar impactos negativos, responder con rapidez y garantizar la transparencia ante situaciones de crisis mediática y se complementa con el P-E-GCE-03 Procedimiento de manejo de crisis, para así evitar o mitigar el impacto sobre la imagen institucional y la credibilidad de la entidad.

El Ministerio tiene el presente Plan de comunicación de crisis debidamente avalado por la Alta Dirección, para garantizar la legalidad y agilidad en la toma de decisiones y las estrategias a implementar en el corto, mediano y largo de plazo, de ser necesario ante cualquier crisis de comunicación.

Finalmente, su divulgación y conocimiento les permitirá a las partes involucradas, conocer su rol y responsabilidad en las acciones a seguir, así como, la cadena de mando para la aprobación de la información y piezas comunicativas, que garanticen una efectiva divulgación de la información en los medios de comunicación.



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

## 1. ANTECEDENTES

Las crisis de comunicación se caracterizan por ser inesperadas, imprevisibles y que coartan la capacidad de acción, son relevantes para los diferentes públicos, rara vez tienen su origen en la comunicación, pero rápidamente se convierten en noticia.

En general, tienen su origen en fenómenos naturales; acontecimientos políticos y conflictos sociales; accidentes y eventos como: (tráfico de fauna y flora silvestre, madera ilegal, minería ilegal, siembra de cultivos para usos ilícitos, entre otros).

Toda crisis tiene una parte operativa cuya finalidad es darle solución al problema que dio origen y otra comunicacional, que tiene como objetivo mantener informada a la ciudadanía sobre las acciones a tomar y así minimizar los efectos sobre la imagen institucional.

Contar con un Plan de comunicación de crisis, facilita una comunicación proactiva, permite contar con un equipo humano preparado para actuar con transparencia y rapidez y define con antelación quién, cómo y cuándo activar el Plan y bajo qué circunstancias debe hacerse.

De igual forma, establece los parámetros a tener en cuenta a la hora de tomar en una situación crítica, contar con Bullets y pre-Boletines de prensa, según la temática, identificar las partes interesadas y los mejores canales de comunicación y piezas divulgativas (correo electrónico, X, página Web, comunicados de prensa, etc.), entre otros.

Los colaboradores de la Entidad son uno de los públicos más importantes en la gestión de una crisis, ya que pueden funcionar como aliados y portavoces del Ministerio, pues divulgarán el mensaje de forma contundente. Además, de constituirse en defensores del sector Ambiente y sus valores por una Colombia potencia de Vida.

Otros elementos fundamentales en el Plan de comunicación de crisis es el relacionamiento con los diferentes medios de comunicación, ya que se convierten en aliados estratégicos de la entidad a la hora de divulgar la información en los territorios.

Cuando hay una crisis lo primero es resolverla, nunca huir. Una crisis bien gestionada puede incluso mejorar la imagen de la entidad.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	
	Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica	
Versión: 4	Vigencia: 31/03/2025	Código: DS-E-GCE-02

## 2. OBJETIVOS, METAS E INDICADORES

OBJETIVO GENERAL	INDICADOR
Implementar un Plan de comunicación de crisis	El plan implementado ante una crisis desarrollada

OBJETIVO ESPECÍFICO	INDICADOR DE PRODUCTO	META
Garantizar una respuesta rápida, coordinada y efectiva ante una crisis de una temática ambiental.	Las estrategias de comunicación desarrolladas	100%

### ✓ ACTIVIDADES

Número	ACTIVIDAD	INDICADOR DE PRODUCTO	META
1.1	Priorizar y listar casos y escenarios de crisis que ameriten un despliegue de acciones de comunicaciones externas e internas.	Listado de casos y escenarios identificados	100%
1.2	Gestionar la información necesaria para realizar la divulgación de los diferentes contenidos estratégicos.	No. de contenidos gestionados	100%
1.3	Combatir la desinformación y fortalecer la relación con los medios de comunicación.	Relacionamiento con medios de comunicación alcanzado	100%
1.4	Realizar monitoreo de medios, para determinar cómo se va presentando la situación.	No de Informes de Monitoreo de Medios.	100%

### ✓ LOCALIZACIÓN

Nacional e Internacional

### ✓ POBLACIÓN

Ciudadanía en General

### ✓ DURACIÓN

CUATRO AÑOS: 2025, 2026, 2027, 2028



SC-2000142



SA-2000143

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

### 3. MARCO CONCEPTUAL

El primero en utilizar el término comunicación pública, a mediados del Siglo XIX, fue el filósofo Alemán Jürgen Habermas, quien, a raíz de la respuesta de la ciudadanía a la opresión del estado y la Iglesia, que hasta entonces habían desarrollado una comunicación unidireccional, describe estos nuevos comportamientos a través de los conceptos de esfera y comunicación pública.

Se refiere específicamente al momento cuando las clases burguesas comienzan a dar a conocer sus opiniones abiertamente como un acto normal y legítimo de la vida política e incluso como un derecho del ciudadano a dar conocer sus intereses y reclamos.

La aparición de los medios de masivos de comunicación y el avance en las nuevas tecnologías como el telégrafo, la telefonía y la radiotelegrafía plantean la necesidad de una definición legal y algún tipo de reglamentación de estas manifestaciones sociales, que en Colombia se ven reflejados en la Constitución Política de Colombia, en los conceptos de transparencia y publicidad de las actuaciones de los servidores públicos.

En el país, el Modelo Macro intencional de Comunicación del investigador José Bernardo Toro y la Fundación Social concluyen: *“nadie reproduce ni multiplica un sentido en forma mecánica, sino que lo apropia y al hacerlo lo convierte en su propio contenido; y por consiguiente es autónomo en la generación de su mensaje, en su articulación y la de su público a la movilización”*, dando apertura a una discusión sobre la temática de la comunicación pública y su aplicación.

En la reconstrucción del Eje Cafetero después del terremoto de 1999, la Corporación vive la Ciudadanía aplicó por primera vez este modelo, quedando como experiencia la necesidad de involucrar a la ciudadanía en el seguimiento a los bienes públicos y se comenzó a hablar de la importancia de contar en el estado con un modelo general de comunicación pública de carácter organizacional, corporativo, informativo o de interacción comunicativa.

El propósito es dotar a las entidades públicas de una herramienta que le permita cumplir con el Artículo 209 de la Constitución Política, en la construcción de lo público, la generación de confianza y la transparencia en el marco de los principios de la Función Administrativa: igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad. Así como a la naturaleza y propósito del Estado Social de Derecho, consignado en el Artículo 1 de la Carta Magna.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	
	Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica	
Versión: 4	Vigencia: 31/03/2025	Código: DS-E-GCE-02

#### 4. MARCO NORMATIVO

La comunicación pública tiene sus fundamentos constitucionales en los Artículos 1, donde se establece que Colombia es un Estado Social de Derecho, y el artículo 209 que recoge los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad e imparcialidad.

ELEMENTO	NORMA	ARTICULO
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	Constitución Política de Colombia	16, 20
COMUNICACIÓN INFORMATIVA	Constitución Política de Colombia	15, 20, 23, 74, 78, 268, 270, 272, 274, 277, 284
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Ley 87 de 1993	4
	Ley 190 de 1995	76
	Decreto 1499 de 2017. Por medio del cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Gestión establecido en el artículo 133 de la Ley 1753 de 2015 – Dimensión información y comunicación	Todo
	Directiva Presidencia 01 de 1997	Todo



SC-2000142



SA-2000143

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	 Sistema Integrado de Gestión
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

## 5. LINEAMIENTOS ANTE UNA CRISIS

### Lo que se debe hacer

- Cualquier pronunciamiento en nombre del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible que se transmita a medios de comunicación, canales internos, redes sociales y página WEB a los diferentes grupos de interés, debe haber sido revisado y autorizado por el Grupo de comunicaciones.
- Solo los voceros autorizados para cada escenario de crisis previamente definido podrán dar declaraciones públicas y asumir la voz de la Entidad.
- Cualquier requerimiento de información o explicación por parte de un medio de comunicación o líder de opinión deberá ser remitido al Grupo de comunicaciones.
- Tener en cuenta que cada escenario tiene su matiz y situación particular de origen y además de guiarse por lo planteado en este plan, debe adecuarse a la particularidad.
- Los pronunciamientos y acciones de comunicación sí y solo sí deben responder a las políticas de categorización y matriz de criticidad previamente definidos según la incidencia.

### Lo que no debe hacerse

- Precipitarse sin haber evaluado las condiciones del caso y el nivel de criticidad y tomar la decisión de pronunciarse sin tener la autorización del Grupo de comunicaciones.
- Precipitarse e impulsar a que el vocero haga declaraciones públicas sin preparar previamente sus intervenciones.
- Activar un vocero no autorizado o desconocedor del tema.
- No decir la verdad y ocultar información completa.
- Minimizar la situación y no hablar con transparencia.
- Pronunciarse sin reflejar empatía cuando existen personas afectadas.
- No evaluar previamente la totalidad de implicaciones del caso.
- Tener en consideración sólo a los periodistas a la hora de comunicar y desconocer a todos los involucrados.
- Caer en la presión, el desespero y actuar “en caliente” sin calma y cabeza fría.
- Precipitarse sin haber comprobado el alcance y cobertura de la crisis y sus implicaciones.
- Admitir la culpa hasta que no se tengan todos los hechos.
- Dejar que los medios de comunicación y el público tengan la delantera en cuanto al conocimiento de la información.



## 6. CLASIFICACIÓN Y CATEGORIZACIÓN DE RIESGOS

- **Alto extremo – criticidad 1**

Atención extrema

- **Alto fuerte – criticidad 1**

Atención inmediata

- **Medio moderado – criticidad 2**

Preparación acción

- **Medio activo – criticidad 3**

Monitorear velocidad

- **Bajo difuso – criticidad 3**

Tener en el radar

ORIGEN CRISIS - CRITICIDAD 1	ORIGEN CRISIS - CRITICIDAD 2	ORIGEN CRISIS - CRITICIDAD 3
<p>Esta clase de incidentes tienen una alta capacidad de generar un impacto masivo negativo o mala reputación para el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible frente a sus grupos de interés debido a una rápida y amplia cobertura mediática y digital.</p> <p>El Grupo de Comunicaciones recibe alerta de un potencial incidente y se activa el comité de crisis, máximo 30 minutos después de la materialización del incidente.</p>	<p>A esta clase de incidentes se les debe prestar atención detallada, ya que si no se monitorean con cierta rigurosidad, tienen el potencial de volverse graves o mal manejados o pueden elevar el nivel de impacto y afectación.</p> <p>El Grupo de Comunicaciones debe estar informado de esta situación, y dentro del equipo de trabajo se debe determinar si la coyuntura es lo suficientemente riesgosa como para convocar al Comité, 1 hora después del inicio del incidente.</p>	<p>Situaciones que deben ser estudiadas, pero que no representen un riesgo grave de atención inmediata para el Ministerio.</p> <p>En este caso, el Grupo de Comunicaciones debe ser informado y sólo si la situación lo amerita, o empieza a tomar fuera a través de medios o redes sociales y en tal caso, debe ser convocado.</p> <p>Dependiendo de la velocidad y volumen de la amplificación, se activan los protocolos de comunicación predefinidos en este manual.</p>

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	<b>SOMOSIG</b> Sistema Integrado de Gestión
	Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica	
Versión: 4	Vigencia: 31/03/2025	Código: DS-E-GCE-02

## 7. ROLES Y RESPONSABILIDADES

Ministro/a de Ambiente: Máxima autoridad, aprueba el plan y toma decisiones estratégicas.

Direcciones Técnicas: Proveen la experticia específica (ej.: Dirección de Bosques para incendios).

Corporaciones Autónomas Regionales - CAR: Ejecutan acciones en los territorios.

Vocero Oficial: Comunica avances y medidas al público.

## 8. CRONOGRAMA

FASE	TIEMPO	ACTIVIDADES CLAVE
Preparación	Permanente	Monitoreo, capacitación, alianzas
Detección/Alerta	Horas a 1 día	Evaluación inicial, emisión de alertas
Respuesta inmediata	1-15 días	Contención, coordinación, comunicación
Recuperación	1 mes a 1 año	Restauración, apoyo comunitario
Lecciones aprendidas	1-3 meses postcrisis	Evaluación, actualización del plan

**SOMOSIG**  
Sistema Integrado de Gestión



SC-2000142



SA-2000143

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	
	Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica	
Versión: 4	Vigencia: 31/03/2025	Código: DS-E-GCE-02

## 9. RECURSOS NECESARIOS

- Humanos: Equipos técnicos, brigadistas, voluntarios.
- Tecnológicos: Satélites, drones, software de monitoreo.
- Financieros: Fondo de emergencia, cooperación internacional.
- Logísticos: Vehículos, equipos de contención, insumos.

## 10. GLOSARIO

**Apertura:** es la capacidad organizacional de resonar, de estar abierto. La Entidad pública de manera particular se debe a sus audiencias externas, existe justamente en función de la ciudadanía y para ellos debe ser receptiva.

**Comunicación externa:** El propósito esencial de las estrategias enmarcadas en el ámbito de la comunicación externa es visibilizar la labor institucional en todos los ámbitos y escenarios considerando a la sociedad civil como objeto principal de las acciones comunicativas, así como los medios de comunicación nacionales y regionales, las entidades públicas y privadas, entidades internacionales, agremiaciones, y en general todo el público interesado en conocer la información que elabora el Ministerio desde cualquiera de sus áreas misionales o funcionales

**Comunicación informativa:** es el campo de actuación de la Comunicación Pública que busca garantizar que las entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato. Escenario comúnmente asociado a los medios de comunicación y de manera más específica al periodismo, en donde la veracidad, transparencia, suficiencia y oportunidad de la información emitida, son garantizados por el actuar de las oficinas de prensa o quien asuma estas funciones.

**Comunicación organizacional:** es el campo de la actuación de la comunicación que busca garantizar el orden y coherencia de las entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional. Este es un campo fundamental, pues de su acertado manejo dependen las señales que la entidad envía hacia la sociedad y revierten sobre su imagen y condicionan sus márgenes de credibilidad.

**Interlocución:** es la capacidad de construir sentido y visión compartida. Hace referencia a cuando el vocero y la organización desarrollan la capacidad de dialogar y estar abiertos a conversar e interactuar tanto con sus equipos de trabajo, como con la sociedad.

**Medios de comunicación:** instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso de comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o Mass media). Pero otra parte al interior de una empresa, deben considerarse como tal las carteleras, el correo electrónico, las circulares informativas, los memorandos, las reuniones de trabajo, entre otros.

MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	 Sistema Integrado de Gestión
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

**Plan de comunicaciones:** es un documento donde se establecen los recursos, objetivos y actividades de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

**Posicionamiento:** la comunicación hacia fuera debe estar enfocada en hacer visible la gestión, a mostrar cómo está actuando la organización y los resultados obtenidos.

**Publicidad:** significa el dar a conocer de manera abierta y transparente el actuar de la entidad y los programas y planes que desarrolla a favor de la comunidad, así como la utilización de los recursos económicos, humanos y tecnológicos.

**Rendición de Cuentas a la Sociedad:** es un campo derivado de la comunicación informativa, específico de las entidades del estado y que solamente es posible desde una práctica de la comunicación organizacional fundada en la aplicación del precepto constitucional de publicidad y transparencia.

**Visibilidad:** se relaciona con informar las políticas, los programas y planes que adelanta la entidad a favor de la comunidad y la manera como invierte los recursos asignados por el estado. Cuando se es visible se genera confianza y se construye una imagen institucional sustentada en el sentido de pertenencia de los ciudadanos hacia la entidad y su gestión.



MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE	<b>PLAN DE COMUNICACIÓN DE CRISIS</b>	 Sistema Integrado de Gestión
	<b>Proceso: Gestión de Comunicación Estratégica</b>	
<b>Versión: 4</b>	<b>Vigencia: 31/03/2025</b>	<b>Código: DS-E-GCE-02</b>

## 11. BIBLIOGRAFÍA

1. Modelo de Comunicación Pública Organizacional e informativa para entidades del Estado.
2. Manual de Implementación. Modelo Estándar de control Interno para el Estado Colombiano MECI: 2005

**Nota de reconocimiento:** Algunos de los textos de este documento se han tomado literalmente de la bibliografía citada.

