


MINISTERIO DE AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE		MANEJO DE CRISIS				 Sistema Integrado de Gestión
		Proceso: Gestión de Comunicaciones Estratégicas				
Versión: 01		Vigencia: 11/10/2021				Código: P-E-GCE-03
1. OBJETIVO		Implementar un plan de manejo de crisis para minimizar el impacto negativo de una situación o suceso sobre la reputación de la Entidad.				
2. ALCANCE		Inicia con la identificación de un momento de crisis y termina hasta la toma de acciones de un plan de mejoramiento asociadas a los resultados.				
3. POLITICAS DE OPERACIÓN		<p>La crisis es propia de la entidades públicas y su que hacer. La mesa de crisis en caso de no presentarse crisis, se reunirá una vez por vigencia, con el fin de analizar el listado de posibles crisis y tomar medidas de forma anticipada, así como nombrar voceros de crisis</p> <p>Cuando se presenta la crisis, lo más importante es comunicarse correctamente con las partes interesadas. Nunca se debe ocultar información. Es necesario implementar un plan de manejo de crisis donde debe estar claramente establecido la información a divulgar, el responsable de la misma, el vocero designado, entre otros datos. La crisis se puede convertir en una oportunidad para divulgar la gestión y mostrar los logros de la institución</p> <p>Si la crisis es por causa de un error de la empresa se debe admitir. Ante una crisis es necesario hablar de forma oportuna, clara, concisa y veraz. Se debe designar el vocero más capacitado para hablar sobre el tema.</p> <p>Además del plan de comunicación, si la crisis tiene su origen por problemas operativos se les debe dar solución, si no se cuenta con una en el corto y mediano plazo se debe dar a conocer el plan a largo plazo y los recursos para alcanzarlo. De igual manera se debe revisar el mapa de riesgos, pues si está registrado como tal debe contar con un plan de contingencia.</p> <p>Se utilizarán los medios de comunicación habituales, pero si se requiere una respuesta urgente se analizará la ventaja de utilizar las redes sociales y el sitio web.</p> <p>El éxito en el manejo de crisis estará en la preparación de la información a entregar a los medios de comunicación, procurando dar respuesta a las inquietudes de los grupos de interés. De igual forma se deben priorizar las necesidades y las expectativas de los mismos</p> <p>Ante todo, La entidad debe mantener su posición de fuente confiable, para ello debe actuar rápida y efectivamente, con claridad y verdad.</p> <p>Dado que las crisis tienden a constituirse en un riesgo reputacional, las acciones deben quedar registradas en el plan de mejoramiento. Por otra parte, si se identifica un riesgo producto de la crisis, éste deberá incluirse en el mapa de riesgos de la entidad.</p> <p>El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, como cabeza de sector, deberá implementar un plan de comunicación de crisis para sucesos cuyo desencadenante proviene de otras entidades del Sistema Nacional Ambiental.</p> <p>Garantizar que al interior de la entidad se maneje la misma información sobre el tema en cuestión. Así como, con la entidad involucrada en la situación crítica, con el fin de garantizar que todo el personal de la entidad conozca que hacer en caso de crisis, este documento debe ser socializado junto con el plan de comunicación de Crisis.</p>				
4. NORMAS Y DOCUMENTOS DE REFERENCIA		<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Política de Colombia. Artículos 61, • Ley 99 de 1993, Por la cual se crea el MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental –SINA y se dictan otras disposiciones. Todo Ley 1444 de 2011, por la cual se escinden unos ministerios, se otorgan precisas facultades extraordinarias para el Presidente de la República para modificar la estructura de la administración pública y la Planta de Personal de la Fiscalía General de la Nación y se dictan otras disposiciones. • Decreto 3570 de 2011. Por el cual se modifican los objetivos, la estructura del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y se integra el Sector Administrativo de Ambiente y Desarrollo Sostenible. Todo. Decreto 3575 de 2011. Por el cual se establece la planta de personal del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y se dictan otras disposiciones. Decreto 1499 de 2017 • Ley 190 de 1995. Por la cual se dictan normas tendientes a preservar la moralidad en la Administración Pública y se fijan disposiciones con el objeto de erradicar la corrupción administrativa. Artículo 76, 77, 78, 79 • Directiva 01 del 10 de febrero de 2016 				
5. PROCEDIMIENTO						
Nº.	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO
1	Realizar Plan de Comunicación de crisis	P	Realizar un plan de estratégico de comunicación de crisis determinando las acciones a tomar si se llegare a presentar una crisis.	Grupo de Comunicaciones		Plan Estratégico de comunicación de crisis
2	Implementar la mesa de manejo de crisis,	P	Nombrar los cargos de quienes conforman la mesa de crisis Se asignarán las funciones por cargo, así como la línea de mando con responsabilidades Nombra al Coordinador de Comunicaciones como secretaríatécnica de la mesa de crisis Establecer los mecanismos para reunir la mesa y los responsables de las distintas actividades según el origen de la crisis	Alta Dirección	X	Acta de reunión
3	Identificar temas críticos	P	Identificar los temas críticos con base al análisis de Contexto estratégico. Mapa de riesgos de la entidad. Seguimiento a través del Monitoreo de Prensa y redes sociales Cambios normativos que puedan afectar la institucionalidad Problemas climáticos y sus consecuencias Incendios forestales y otros que se puedan presentar Situaciones previas entre otras	Grupo de Comunicaciones	X	Análisis de temas crítico. Monitoreo de prensa P-E-GCE-01 Análisis de Monitoreo de Prensa F-E-GCE-01 Seguimiento a Noticias críticas

5. PROCEDIMIENTO

Nº.	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO
4	Establecer Grupo de Interés	P	Establecer los grupos de interés con base en la información obtenida en la actividad anterior	Diferentes áreas relacionadas con el tema crítico.		Listado grupo de Interés
5	Levantar bases de datos	P	Levantar base de datos por personas o entidades que puedan aportar a una solución, bases de datos de Periodistas y Medios Directivos de las entidades adscritas y vinculadas Y otras que se puedan requerir según el tema.	Despacho y Grupo de Comunicaciones		Bases de datos
6	Actuar con rapidez	H	Actuar una vez se presente la crisis, con rapidez en la implementación del plan de comunicaciones y la designación de voceros.	Mesa de Crisis	X	Acta de reunión
7	Levantar información	H	Reunir toda la información existente sobre el tema	El personal de la mesa crisis relacionado con el tema motivo de la crisis		Documentos y Bullets
8	Desarrollar mensajes guía	H	Desarrollar mensajes claros y concisos para los grupos de interés y medios de comunicación y señarse a él durante la crisis y después de ella.	Grupo de Comunicaciones	X	Mensajes para los diferentes medios de comunicación.
9	Anticipar cuestionamientos	H	Hacer un cuestionario con preguntas complicadas	Mesa de crisis		Cuestionario
10	Hacer un plan de medios	H	Definir los medios más apropiados para dar a conocer los mensajes, ya sea por free press o pagando por su publicación	Grupo de Comunicaciones	X	Envío y publicación en medios
11	Responder rápidamente a los medios	H	Contar con la información necesaria para dar respuesta a los medios de comunicación.	El personal de la mesa crisis relacionado con el tema motivo de la crisis y grupo de comunicaciones	X	Respuesta a los periodistas
12	Comunicación interna	H	Reforzar la comunicación interna procurando que todos los miembros de la organización estén enterados de lo que está sucediendo y como se está respondiendo a la situación con el fin de evitar los rumores. De igual manera si en el hecho origen de la crisis están involucradas entidades adscritas, vinculadas o corporaciones autónomas asegurare que manejen el mismo mensaje.	Mesa de Crisis Grupo de comunicaciones		

5. PROCEDIMIENTO

Nº.	ACTIVIDAD	CICLO PHVA	DESCRIPCIÓN	RESPONSABLE	PC	REGISTRO
13	Análizar el comportamiento de los medios de comunicación	V	Realizar el monitoreo de prensa y determinar el daño de la crisis en la imagen institucional (P-E-GCE-01_Monitoreo de Prensa_V4-1)	Grupo de Comunicaciones	X	Monitoreo de prensa (F-E-GCE-01_Análisis de Monitoreo_V4)
11	Plan de Contingencia	A	Implementar(En caso de que se requiera,) un plan de Contingencia para recuperar el daño a la imagen institucional, definido en el marco de un plan de mejoramiento.	Grupo de Comunicaciones	X	* Plan de Mejoramiento definiendo las acciones correctivas a lugar.

6. TÉRMINOS Y DEFINICIONES

* **Crisis:** cualquier evento inesperado o previsible que intervenga en el funcionamiento normal de una empresa, ya sea pública o privada o Cualquier incidente que pueda llamar la atención de manera negativa para una compañía y tener un efecto adverso en su condición financiera general, sus relaciones con los diferentes públicos o su reputación en el mercado. Difiere del riesgo, en la incertidumbre propia a la crisis.

* **Comunicación de crisis:** centros de operaciones donde estén claramente definidos los procesos de comunicación, roles y responsabilidades (quién dice qué a qué público y quién se encarga de que funcionen todos los equipos necesarios). Estar preparados, deberá ayudar a operar eficientemente con mayor rapidez.

***Crisis repentina:** una crisis inmediata e impredecible.

***Crisis en ciernes:** crece y empeora poco a poco, empieza como un problema pequeño y crece cada vez que se conocen más datos de la misma

***Crisis extrañas:** una crisis inusual e inesperada que no encaje en las categorías anteriores.

*Grupos de interés, partes interesadas o públicos de interés: todos aquellos individuo (s), organizaciones o grupos que formen parte o se vean afectados directa o indirectamente por el desarrollo de la actividad institucional, y por lo tanto, también tienen la capacidad de afectar directa o indirectamente el desarrollo de la entidad o proceso.

***Públicos de interés primarios:** serán los primeros afectados al suceder cualquier tipo de crisis dentro de la organización puesto que estarán en contacto directo con la misma, ya sea de forma física o emocional.

*Públicos de interés secundarios: están conformados por los inversionistas, proveedores, clientes y comunidades aledañas a los centros de operación de la empresa.

***Públicos de interés adicionales:** conformados por medios de información y dependencias públicas o privadas. Aunque estos públicos no son afectados ni directa ni indirectamente por la crisis, podrían ayudar a la recuperación de la normalidad y la difusión controlada de la información acerca de la situación por la que atraviesa la empresa.

***Plan de manejo de crisis:** documento escrito donde se nombra cada posible problema identificado en la fase de planeación así como de los roles y responsabilidades tanto del equipo de manejo de crisis como de los colaboradores clave de la organización y el resto de los públicos de interés.