

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

El Gerente General de la EMPRESA DISTRIBUIDORA DEL PACIFICO S. A. - E.S.P., en uso de sus facultades estatutarias y

CONSIDERANDO

Que de acuerdo con los estatutos sociales, artículo 52 numeral 15 y 16 respectivamente, al Gerente General de Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P. (ahora en adelante DISPAC) le corresponde “dirigir, coordinar, vigilar, controlar y evaluar la ejecución y cumplimiento de los objetivos, políticas, planes, programas y proyectos inherentes al objeto de la sociedad”, y en efecto, “adoptar las decisiones y velar por la ejecución de los actos a que haya lugar para el cumplimiento del objeto social de la sociedad, dentro de los límites legales y estatutarios”.

Que DISPAC en el giro ordinario de su operación desarrolla una serie de acciones, que sin el intercambio de información no podría mantenerse y trasladarse a otros lugares de intención y relación, es decir, que la producción de datos es constante y por medio de estrategias comunicativas se administran, se explican, se comparten y se asumen, con el fin de que al interior se facilite los equilibrios y controle las diferentes contingencias hasta donde sea posible.

Que la comunicación dentro de la organización es una herramienta fundamental, toda vez que se encarga de la gestión de las relaciones públicas que contribuyen al posicionamiento de la empresa y su reputación. Además, permite que la empresa pueda relacionarse con todos sus grupos de interés externos e internos, facilitando el cumplimiento de los objetivos institucionales y sociales, a través de diferentes estrategias, campañas y soluciones de comunicación, que permiten la consolidación de una cultura organizacional y dinamizar los flujos multidireccionales de la información de la empresa.

Que DISPAC, cuenta con una visión comunitaria, de compartir y construir un ambiente organizacional fuerte que, junto con la misión, los principios y valores, constituyen el pilar para su desarrollo y crecimiento, por lo que es importante adoptar una política de comunicaciones que oriente y dirija el flujo de información, para el mejoramiento y fortalecimiento de los procesos de comunicación al interior y exterior de la empresa.

En atención a lo anterior,

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

RESUELVE

CAPÍTULO I ASPECTOS GENERALES

ARTÍCULO 1. OBJETO.

La presente directiva tiene por objeto adoptar la política de comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P. –DISPAC- por medio la cual se establecen los lineamientos que se deben observar para que los procesos de comunicación interna y externa se desarrollen de una forma eficiente y eficaz, garantizando que la información con todos los grupos de interés de la compañía y opinión pública en general sea en todas sus formas de expresión veraz, clara, suficiente, oportuna, genuina y responda a los requerimientos de comunicación establecidos en la ley, las disposiciones estatutarias y buenas prácticas corporativas.

ARTÍCULO 2. ÁMBITO DE APLICACIÓN.

La política de comunicación es de obligatorio cumplimiento para todos los colaboradores, empleados, contratistas y órganos de administración de DISPAC.

Así las cosas, la gestión de la comunicación es responsabilidad primaria del nivel directivo, con la coordinación y asesoría de los responsables del proceso de comunicación, entendiendo que todos los colaboradores de la empresa son corresponsables de una comunicación efectiva, en el marco de la Política de Comunicación.

Las relaciones entre los miembros de la organización, en todos sus niveles jerárquicos, con los grupos de interés, deberán estar basadas en el respeto, principios éticos y valores corporativos.

ARTÍCULO 3. PRINCIPIOS QUE ORIENTAN LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

La política de comunicación debe tener como marco de actuación el respeto, transparencia, oportunidad, pertinencia, veracidad y el diálogo; así mismo estar orientada a garantizar la reputación y relación con los grupos de interés, contribuyendo a la sostenibilidad y

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

desarrollo de los objetivos estratégicos y misionales de DISPAC.

ARTÍCULO 4. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

Hace referencia a los canales y las herramientas necesarias para transmitir y recibir información de interés sobre la gestión de la organización con destino a los públicos internos y externos de la empresa. Está dividida en comunicación interna y externa.

ARTÍCULO 5. PÚBLICOS DE INTERÉS.

Dentro del marco de la política de comunicación es importante identificar los grupos de interés de la empresa a quienes se desea informar, dentro de los cuales se destaca:

- o Público interno: (colaboradores, empleados, contratistas y órganos de administración de la empresa).

El capital humano en todos sus niveles debe permanecer bien informado frente a las acciones que realiza la compañía con el fin de mantener el compromiso en su labor y su concientización frente al papel que desempeña para el buen desarrollo de la empresa; ese compromiso se debe reflejar en el sentido de pertenencia y el fortalecimiento de la imagen corporativa.

- o Usuarios: De conformidad con la ley 142 de 1994, los usuarios tienen derecho a solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que se realicen para la prestación del servicio público, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley, por lo que se debe tener un flujo de información constante de las actividades y la gestión que realiza la empresa en el desarrollo de su operación.
- o Contratistas externos y proveedores: De su buena ejecución dependen muchas de las actividades que permiten el buen funcionamiento de la misión de la empresa, que estén bien informados de las acciones e información que emita la compañía permite la correcta aplicación de su labor. La comunicación con los contratistas y proveedores estará enmarcada bajo los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

- o Medios de Comunicación: masifican la información a través de múltiples canales, la cual se debe brindar de forma clara con el fin de evitar malas interpretaciones de las acciones y que se genere una divulgación negativa o errónea.
- o Entidades de Gobierno: Las entidades del Estado son portadores de información, por lo tanto, debe existir sincronización y buen uso del flujo de la información con el Gobierno Nacional conjunto.
- o Organismos de control y vigilancia, y regulación: La importancia de entregar información transparente y precisa de los temas tanto técnicos como de gestión de la empresa debido al relacionamiento que tienen con la toma de decisiones del sector.
- o Autoridades locales y regionales: las regiones del país cobran importancia, especialmente las zonas de influencia y aquellas receptoras de proyectos energéticos, por lo que demandan información de la gestión en las comunidades para proyectar sus regiones hacia el desarrollo.

ARTÍCULO 6. DEBERES DE DISPAC EN EL MARCO DE LA COMUNICACIÓN.

1. Diseñar, fomentar, propiciar y divulgar información a los grupos de interés dentro del marco de los postulados éticos, de buen gobierno y valores corporativos.
2. Disponer de procesos de comunicaciones con una orientación de servicio y apoyo hacia los grupos de interés, con una actitud de escucha activa que le permita recoger sus requerimientos y atender sus quejas o reclamos, de acuerdo con sus competencias y recursos.
3. Adoptar los mecanismos comunicativos pertinentes para informar periódica y sistemáticamente a los grupos de interés sobre sus actuaciones y los resultados obtenidos de la gestión.
4. Dar estricto cumplimiento a lo estipulado en el artículo 125 de la Ley 142 de 1994. “Por la cual se establece el régimen de los servicios públicos domiciliarios y se dictan otras disposiciones”
5. Informar a los grupos de interés de manera clara y oportuna las actividades que se desarrollen o se desarrollarán en el marco de la ejecución de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

6. Generar procesos comunicativos alineados con su direccionamiento estratégico e imagen corporativa, buscando fortalecer las relaciones de mutuo beneficio con los grupos de interés y contribuyendo al logro del propósito empresarial, utilizando los canales, medios y espacios de interacción establecidos para garantizar los flujos multidireccionales de la información.
7. Liderar la gestión para la implementación, seguimiento, monitoreo, control y mejora continua de la presente política.
8. Brindar toda la información posible así como las herramientas necesarias para que toda acción de comunicación de la entidad o que esté relacionada con ella, cumpla de manera adecuada con los estándares de uso de imagen corporativa, lenguaje, mensajes estratégicos y posicionamiento de marca.

Estas acciones estarán descritas en los manuales adicionales y que instrumentalizan la presente política como lo son el manual de uso de imagen, manual de crisis y el plan de acción estratégico de comunicación.

PARÁGRAFO: Los mensajes utilizados dentro y fuera de la organización no deben representar, en ningún escenario, una postura personal, política o ideológica; por el contrario, siempre responderán al propósito superior de los objetivos misionales de la compañía.

CAPÍTULO II COMUNICACIÓN INTERNA

ARTÍCULO 7. COMUNICACIÓN INTERNA.

Se refiere a todos los procesos comunicativos e informativos al interior de la empresa y que permiten hacer partícipes a todos los miembros de la organización de lo que esta hace, motivándolos a colaborar, a sugerir, a comentar; de esta manera, el intercambio de información se vuelve bidireccional, adoptando así un verdadero carácter comunicativo, facilitando el trabajo en la organización y generando una cultura del buen manejo de la comunicación e información, promoviendo de esta manera espacios de confianza, dialogo, retroalimentación e incentivando el conocimiento de la visión y misión de la empresa entre sus colaboradores, y propendiendo por el desarrollo de un adecuado clima organizacional.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

ARTÍCULO 8. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA.

La comunicación interna u organizacional deberá contribuir al cumplimiento de los siguientes objetivos:

- Establecer una relación fluida entre empleados y empleadores, por medio de canales adecuados entre todos los niveles de la compañía.
- Motivar y dinamizar la labor del todo el equipo humano.
- Fomentar los valores corporativos y promover los objetivos misionales y empresariales.
- Potenciar el sentido de pertenencia y la disposición al cambio.
- Mejorar las relaciones y el clima laboral.
- Conocimiento y fortalecimiento de los procesos.
- Generar una cultura del buen manejo de la comunicación e información.
- Promoción del trabajo en equipo.
- Construcción de identidad.
- Fomentar la circulación, fluidez e intercambio de la información descendente (de la Gerencia hacia la base), ascendente (de la base hacia la Gerencia), cruzada (entre el personal), horizontal (entre áreas o direcciones).
- Impulsar espacios de participación interna.
- Brindar visibilidad interna de todas las acciones que realiza la organización externamente.
- Minimizar la ocurrencia de factores que conlleven al rumor interno y luego a la desinformación institucional.
- Crear y mantener una imagen favorable de la empresa en los miembros de la organización.

ARTÍCULO 9. TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

Para mantener una comunicación interna efectiva, se deberá tener en cuenta los siguientes tipos de comunicación:

1. Comunicación descendente: Tiene como fin informar objetivos, instrucciones, estrategias, programas, proyectos, lineamientos o diferentes políticas o decisiones que

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

se adopten al interior de la empresa por parte de las personas que se encuentran en la cúpula de la organización (los directivos) y va descendiendo a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Para el desarrollo de este tipo de comunicación, se podrá utilizar:

- 1.1. Comunicación escrita al personal.
 - 1.2. Cartelera.
 - 1.3. Correos electrónicos individuales o grupales.
 - 1.4. Reuniones.
 - 1.5. Comités.
 - 1.6. Boletín interno.
 - 1.7. Uso de herramientas de tecnologías de la información y las comunicaciones.
2. Comunicación ascendente: En este tipo de comunicación la información circula de abajo hacia arriba, permitiendo que los colaboradores puedan plantear diferentes ideas, recomendaciones o sugerencias, que nacen en la base de la organización y llegan hasta los directivos de la misma. Las herramientas que podrán usar para el desarrollo de este tipo de comunicación son:
- 2.1. Buzón de sugerencias.
 - 2.2. Reuniones
 - 2.3. Comités.
 - 2.4. Correo electrónico.
3. Comunicación cruzada u horizontal: esta se desarrolla entre el personal o entre diferentes áreas que se encuentran en el mismo nivel jerárquico en la empresa, es decir que se desarrolla entre pares. Se caracteriza por ser informal y se da por medio de relaciones de compañerismo y amistad. Las herramientas que se podrán usar para el desarrollo de este tipo de comunicación son:
- 3.1. Reuniones
 - 3.2. Correo electrónico.
 - 3.3. Sesiones informativas.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

ARTÍCULO 10. CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA:

La divulgación de la información dentro de la organización se podrá realizar a través de los siguientes medios:

- 1. Carteleras:** A través de ellas se pueden transmitir mensajes o información básica de la empresa, de actualidad interna, fechas de cumpleaños, frases para reflexionar, entre otros. Estas deben estar ubicadas en lugares visibles y de alto tránsito, con el objetivo de impactar el mayor número de personas y optimizar su alcance. Requiere de una supervisión semanal, máximo quincenal, por parte del jefe de talento humano ya que por sus características, la información se desactualiza rápidamente y cualquier persona puede colocar información sobre la que está actualmente. Su diseño debe ser ágil y llamativo. Puede usarse además, para reforzar una campaña interna.
- 2. Correo electrónico institucional:** Constituye un medio digital rápido, eficiente y sencillo de utilizar, con el objetivo de difundir de manera práctica y directa la información que se requiere.

Los usuarios son completamente responsables de todas las actividades realizadas con sus cuentas de correo. Es importante tener en cuenta que es considerado como falta grave el facilitar y ofrecer su cuenta de correo electrónico (e-mail) a personas no autorizadas. El uso de esta herramienta es exclusiva e intransferible, y toda información o contenido que sea transmitido es responsabilidad exclusiva del titular de la cuenta.

- 3. Reuniones:** Consiste en la reunión de un grupo de personas, ya sea presencial o virtual, para comentar situaciones propias de determinada área, definir acciones a tomar sobre algún suceso específico de la operación o del departamento, entre otros. Estas se podrán realizar en todas las direcciones: descendente, ascendente o horizontal.

Se elaborará un acta con los temas desarrollados y los compromisos adquiridos por cada participante y en la siguiente reunión y dentro de los temas a tratar, estará el seguimiento a las tareas asignadas.

- 4. Comités:** Herramienta de planeación, organización, coordinación, evaluación, asesoría, direccionamiento y decisión de las diferentes temáticas estratégicas de la

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

empresa que faciliten la interacción entre los participantes de las diferentes áreas, tales como: comité de gerencia, comité de conciliación, comité de ética; comité jurídico, comité de comunicaciones.

Adicionalmente, la Junta Directiva podrá crear los comités que considere convenientes para apoyar las funciones y actividades a su cargo.

- 5. Buzón de sugerencias:** Espacio ubicado en uno o varios sitios de la empresa para que los empleados depositen allí sus sugerencias, inquietudes, comentarios o propuestas de mejoramiento o implementación en asuntos relacionados con la operación o el funcionamiento de la organización a los directivos. Su efectividad depende de la cultura de la organización y del grado de compromiso que los empleados tengan con esta. Sin embargo al igual que todas las estrategias desarrolladas en comunicación, trae múltiples beneficios: Estimula el compromiso de sus empleados al sentir que sus sugerencias son atendidas y escuchadas ya que son ellos quienes viven el día a día en cada proceso y conocen a fondo el desarrollo de la organización y la manera de mejorar los procedimientos.

De forma semanal, máximo quincenal, el jefe de talento humano deberá recoger las sugerencias depositadas y entregarlas a cada jefe de área, quien tendrá un plazo no mayor a 15 días para responderla; si la sugerencia es viable, determinará el procedimiento para su implementación, en caso contrario y si la sugerencia no registra nombre, se utilizará uno de los medios internos de comunicación para informar que fue leída y analizada pero que por determinadas razones no es viable en la organización.

Es obligatorio dar respuesta a las sugerencias para así motivar a los empleados. Aunque además de sugerencias, se pueden encontrar otro tipo de escritos, la persona encargada tendrá el criterio para desechar las que no correspondan a los parámetros establecidos.

- 6. Herramientas de tecnologías de la información y las comunicaciones:** Se podrá hacer uso de aquellas herramientas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como medio para desarrollar capacidades de diálogo, discusión, debate, interacción y comunicación y, lo más importante, de información.
- 7. Boletín interno:** Es una estrategia interna de mailing, que consiste en una pieza

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

comunicativa a manera de boletín dinámico que permita mantener informados a todos los integrantes de una organización de todo los proyectos y logros de la empresa, en donde el grupo de interés interno se vea reflejado, cuya periodicidad será mensual.

Para efectos de lo anterior, los responsables de enviar la información más relevante serán los jefes de cada una de las áreas antes del último día de cada mes, bajo la coordinación de la gerencia general y gerencia gestor.

El boletín podrá contener las siguientes secciones:

- **Novedades:** Corresponde a los últimos acontecimientos novedosos en materia de proyectos, planes, programas, decisiones de gran importancia y/o información que requiera ser conocida y compartida con todos los empleados por parte del Gerente General o Gerente Gestor; así como ingresos, retiros o cualquier modificación al interior de la empresa, embarazos, entre otros.
- **Aprendiendo del sector:** Este espacio se utiliza para consignar lo nuevo que haya en legislación o decisiones del gobierno, respecto al sector eléctrico y que afecte directamente la labor en DISPAC.
- **Fechas especiales:** Se registrarán las fechas especiales tales como día del padre, de la madre, nombres y fechas de cumpleaños de quienes cumplan en el mes en que se entregue el boletín, fechas importantes relacionadas con el sector de servicios públicos.
- **Nuestra gente:** esta sección estará dedicada a nuestros colaboradores, en la cual se destacará mediante fotos el desarrollo de sus actividades y cumplimiento de labores con una breve descripción de las mismas.

CAPÍTULO II COMUNICACIÓN EXTERNA

ARTÍCULO 11. COMUNICACIÓN EXTERNA.

Conjunto acciones comunicativas y de divulgación que la organización realiza sobre su gestión, con el fin de mantener informados a todos sus públicos objetivo de manera adecuada y permanente, garantizando siempre la transparencia de sus actividades frente a la comunidad, hacer pedagogía sobre distintos temas específicos, así como para aprovechar las oportunidades de comunicación de los acontecimientos, proyectos y asuntos de interés nacional, regional, y del contexto del sector energético en general.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

ARTÍCULO 12. OBJETIVOS DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA.

La comunicación externa tiene un carácter estratégico para al logro de los objetivos que a continuación se relacionan:

- Informar sobre la gestión realizada parte de la empresa, así como sus principales actividades, en cumplimiento del mandato de transparencia, rendición de cuentas y acceso a la información.
- Establecer canales de información a través de las redes sociales.
- Generar visibilidad y posicionamiento de la empresa en todos los medios de comunicación y espacios relacionados con el sector.
- Mejorar la comunicación con la ciudadanía y la cercanía con las audiencias claves del sector a través de información oportuna y relevante.
- Ofrecer información que favorezca la comprensión a cerca de los servicios que presta la empresa.
- Fortalecer la imagen e identidad corporativa.
- La generación de confianza.
- Generar campañas y mensajes a través de redes sociales que destaquen la gestión de la empresa y sus dependencias, con información de interés para la comunidad.
- Informar a la comunidad de las acciones internas que se están realizando en la empresa.
- Dar a conocer el lado humano de la compañía.
- Lograr una interacción eficaz entre la empresa y los clientes.
- Promover y fortalecer las relaciones entre la empresa y el cliente final.
- Proporcionar mayor visibilidad a la organización en los grupos de interés.

ARTÍCULO 13. TIPOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN.

Para obtener y establecer una comunicación sólida, se desarrollarán tres tipos de comunicación externa:

1. Comunicación externa operativa: Este tipo de comunicación se encuentra vinculada

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

con acciones, actividades y el desarrollo diario de la compañía que se produce con todos los públicos de la organización.

2. Comunicación externa estratégica: El propósito de este modelo de comunicación es obtener información sobre diferentes aspectos estratégicos de la organización, con el fin de mejorar la posición competitiva de la empresa.
3. Comunicación externa de notoriedad y posicionamiento de marca: La forma en la que se desarrolla este tipo de comunicación es cuando la empresa da a conocer los servicios que ofrece y trata de mejorar su imagen y reputación.

ARTÍCULO 14. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA.

Constituyen los procedimientos, métodos, recursos e instrumentos utilizados por DISPAC para garantizar la divulgación, circulación amplia y focalizada de la información y de su sentido hacia los diferentes grupos de interés, dentro de los cuales se encuentran:

1. PÁGINA WEB

La página web (www.dispac.com.co) es uno de los medios más importantes para que los grupos de interés tanto internos como externos accedan a la información relacionada con la operación, actuación, funcionamiento y resultados de gestión de la empresa.

Dicha página debe garantizar que la información allí dispuesta cumpla siempre con los aspectos de confiabilidad, seguridad, pertinencia, oportuna, transparente y fácil acceso.

El responsable de la administración de la página será el profesional del área de sistemas de la Gerencia General, para el efecto, el respectivo jefe de cada área, de forma semanal debe enviar la información que debe ser publicada.

2. REDES SOCIALES

Teniendo en cuenta que las redes sociales digitales se constituyen como medios de comunicación y permiten la creación e intercambio de información con diferentes públicos de interés, DISPAC tendrá presencia digital a través de Facebook, Twitter, Instagram y

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

YouTube, garantizando siempre el objetivo de informar a través de contenidos multiformato en tiempo real y de manera clara, oportuna, eficaz y transparente la gestión de empresa, así como información relevante para el sector o la comunidad en la cual se desarrollan las acciones institucionales.

El responsable de la administración de las redes sociales será la persona o profesional encargado de las comunicaciones bajo la coordinación de la secretaría general.

El suministro de la información deberá ser entregada de forma clara, precisa y oportuna por parte la persona que el Gerente Gestor designe para el efecto, a la persona o profesional encargado de las comunicaciones de la Gerencia General.

- **FACEBOOK: @DispacComunica** A través de una Fanpage, esto es, una página creada especialmente para DISPAC que permita establecer un canal de comunicación directa con fans o seguidores interesados en todos los asuntos e información de interés relacionada con la empresa, generando visibilidad y fortaleciendo la presencia de la compañía a nivel regional y nacional. Por su acceso más amplio en el país y su capacidad de ser motor de consulta informativa es el vehículo de social media idóneo para trazar el vínculo de información sobre el quehacer técnico de la empresa y posicionar las campañas que se originen desde el plan de acción estratégico de comunicaciones.
- **TWITTER: @DispacComunica** Esta red social conecta a las instituciones con los usuarios en tiempo real construyendo relaciones de beneficio para ambos. Por este medio se transmite información a través de tweets, o se comparte información de interés general a través de otras cuentas oficiales. Es una red que permite además cultivar la reputación corporativa.
- **INSTAGRAM: @DispacComunica** Esta plataforma permite difundir imágenes de alta calidad y posibilita la creación de un “engagement” de los usuarios con la organización. La audiencia que posee busca frecuentemente contenido visual en diferentes horas del día y su formato y presentación facilita la interacción a través de likes, a través de los cuales es posible establecer cuáles fueron las publicaciones que más generaron un “engagement”, debido a que a mayor cantidad de interacción, se generan más likes y visualizaciones para la empresa.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

- **YOUTUBE: DispacComunica** Este canal permite la publicación de contenidos en tipo vídeo, con los cuales se busca generar información de forma más sencilla de los diferentes procesos o aspectos relevantes de la compañía, que permita una mayor comprensión frente a los contenidos escritos o las piezas gráficas estáticas.

Parágrafo: Las redes sociales anteriormente relacionadas no constituye ni reemplaza los canales dispuestos en la presente política para la recepción de PQRs, Derechos de Petición, quejas y reclamos de los clientes.

- 3. MODALIDADES DE ATENCIÓN:** DISPAC dispondrá de un proceso de recepción, sistematización y repuesta para todas las peticiones de información, sugerencias, quejas o reclamos, a través de las siguientes modalidades:

- **INTERNET:** A través del formulario ubicado en el portal web www.dispac.com.co/contactenos o en el enlace [Radica Tu PQR Aquí](#).
- **LÍNEA TELEFÓNICA:** Para la atención de peticiones, quejas y reclamos de los clientes, DISPAC contará de líneas telefónicas de atención al cliente en constante y continuo servicio
- **BUZÓN DE SUGERENCIA:** DISPAC dispondrá en lugar visible y de fácil acceso de un buzón de sugerencias físico, con el fin de que el usuario, cliente o trabajador de la empresa, pueda hacer apreciaciones a la organización con el fin de mejorar la calidad del servicio de la misma. De forma semanal, el jefe de atención al cliente deberá recoger las sugerencias depositadas y en un plazo no mayor a 15 días deberá responderla, o trasladarla al área competente para su estudio y respuesta de forma oportuna.
- **COMUNICACIÓN ESCRITA:** Cualquier tipo de petición, reclamo, queja o sugerencia podrá radicarse en la Oficina de Atención al Cliente del domicilio de DISPAC, vía Fax o correo electrónico en las direcciones disponibles para el efecto.
- **PRESENCIAL:** En las oficinas de Dispac, centros de atención y unidad móvil, se

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

encuentran los puntos de información, servicio al cliente y recaudo.

- **VISITAS PERSONALIZADAS:** Se realizan a través del grupo de gestión social con un acompañamiento de todas las áreas del proceso comercial, lo que garantiza una atención integral a diversas comunidades de todas las zonas de influencia. Se hace atención de reclamaciones, talleres y sensibilización en los diversos temas relacionados con el servicio.
- **LÍNEA ÉTICA:** es un mecanismo mediante el cual, los proveedores, contratistas, usuarios, directivos y colaboradores en general pueden reportar actividades o conductas consideradas contrarias a los postulados éticos y normativos de DISPAC. Opera de manera independiente, garantizando la confidencialidad y el anonimato de quien reporta.

Los canales de denuncia autorizados para la recepción de reportes y/o denuncias con el fin de garantizar que se cumpla el proceso establecido y darle la trazabilidad pertinente son:

- a) Sitio web: A través del formulario disponible en la página web de DISPAC.
- b) Correo Electrónico específico: linea-etica@dispac.com.co
- c) Teléfonos: +57 [031] 467 22 03 – 467 22 04

ARTÍCULO 15. PRINCIPIOS DE GENERACIÓN DE CONTENIDOS WEB.

Teniendo en cuenta las características de los medios electrónicos, relacionadas especialmente con el hecho que los contenidos se pueden diseminar de forma rápida masiva, a continuación se enuncian los principios mínimos que deben preservar los contenidos generales en medios digitales:

- Los contenidos deben ser claros, precisos y de lenguaje sencillo.
- Evitar el uso de abreviaturas. En caso de utilizarse, deben ir referenciadas después que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- Evitar en lo posible el uso de lenguaje técnico. De ser necesario, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después que es utilizado por primera vez

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

dentro de paréntesis.

- En la relación de las fechas, no se deben utilizar abreviaturas para el nombre del mes.
- Se deben seguir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español, de acuerdo con la Real Academia Española.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Los contenidos de ninguna forma pueden ser ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos, ni atentar derechos fundamentales de los particulares.
- Se debe evitar todo tipo de estereotipos por raza, género, religión, origen étnico, localización geográfica, orientación sexual, discapacidad, apariencia física o estrato social o cualquier otra índole.
- No se deben ofrecer contenidos que revelen aspectos confidenciales de las personas o entidades, que afecten el buen nombre o que puedan generar efectos legales.
- El contenido generado por la empresa deberá respetar satisfactoriamente los postulados establecidos en la Ley 1712 de 2014 o de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información

CAPÍTULO IV VOCERÍAS

ARTÍCULO 16. VOCEROS.

DISPAC contará con voceros estratégicos para atender los diferentes temas inherentes a la prestación del servicio.

El vocero de DISPAC será el Gerente General o quien este delegue. En el caso del gestor, es decir, del administrador del establecimiento de comercio, actuará como vocero de la el gerente gestor o quien este delegue, quienes se registrarán por los lineamientos establecidos en la presente Directiva.

Ningún trabajador podrá ser emisario o portavoz ante los medios de comunicación y comunidad en general sin la autorización de los respectivos Gerentes.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

Cuando se presente una crisis comunicacional, el Gerente General o Gerente Gestor serán los únicos voceros oficiales para rendir declaraciones. Los profesionales o personas encargadas de las comunicaciones prestarán acompañamiento en el manejo de las mismas.

CAPÍTULO V MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

ARTÍCULO 17. INTERACCIÓN CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Se establecerán relaciones basadas en la objetividad, veracidad, libertad de expresión y publicidad con los medios de comunicación regional o nacional para garantizar la difusión informativa de manera permanente y positiva.

La empresa podrá contratar servicios de cubrimiento informativo a través de pauta comercial, publinreportajes y/o acciones de patrocinio de eventos esporádicos según se determine en la estrategia de comunicaciones y previa aprobación del Gerente General.

La relación contractual publicitaria estará ligada única y exclusivamente a la difusión de piezas de publicidad institucional, campañas especiales y/o avisos de interés para la comunidad. No obstante, DISPAC será respetuosa de la relación creada con los medios de comunicación lo cual significa que no hará censura ni revisión previa de asuntos que estén ligados al cubrimiento periodístico investigativo de los periodistas.

En caso de tener reparos sobre el cubrimiento de hechos noticiosos se agotarán las instancias de relacionamiento mediático, rectificación y réplica en caso de ser necesario.

La relación será de confianza entre las partes y respeto mutuo. La crítica objetiva será objeto de escucha y receptividad por parte de la empresa y la desinformación o manipulación con fines que pongan en riesgo la reputación institucional se reclamará según las instancias jurídicas para la defensa del buen nombre corporativo.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

CAPÍTULO V INFORMACIÓN EN SITUACIONES DE RIESGO

ARTÍCULO 18. DEFINICIÓN.

Para DISPAC una situación de riesgo es cualquier evento que pueda afectar la marca, el normal funcionamiento de la empresa, o que pueda influir en forma negativa sobre su reputación.

ARTÍCULO 19. PERSONAS AUTORIZADAS.

Las personas autorizadas para dar algún testimonio o suministrar información sobre alguna situación de riesgo, son el Gerente General, o en su defecto, el Gerente Gestor, o a quien se delegue para el efecto.

ARTÍCULO 20. FORMA DE COMUNICAR.

El procedimiento, contenido y canales a usar en situaciones de riesgos o crisis estarán determinados y descritos en el manual de comunicación de crisis y se activará una vez lo indique el comité de crisis institucional.

ARTÍCULO 21. SOBRE EPISODIOS DE CRISIS EN REDES SOCIALES.

Se debe considerar como crisis en redes sociales las que tienen que ver con coyunturas que producen un pico de comentarios negativos continuos durante un periodo determinado de tiempo (A juicio de expertos por lo menos durante 24 horas seguidas).

Y las que tienen relación directa con sucesos que requieren de un pronto pronunciamiento por parte de los voceros de la entidad.

En el caso de coyunturas estas se pueden dar por manejos en la gestión de las redes sociales o por factores externos entre los que se cuentan opiniones de influenciadores contrarios a la actividad de la entidad, informes periodísticos hostiles o declaraciones de los mismos voceros “fuera de contexto” en medios de comunicación o que se presten para

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

malas interpretaciones.

Para el caso de las redes sociales se debe tener presente que se está ante un escenario de crisis cuando se cumple uno o varios de los siguientes hechos:

Aumento considerable del número de comentarios o reacciones negativas en un momento específico.

Los comentarios críticos trascienden las redes sociales propias y se trasladan a otros escenarios de influencia digital.

El flujo de comentarios negativos se extiende durante días e incluso semanas.

Cabe destacar que no todo comentario negativo es crisis ni toda opinión en contra de la institución es catalogada como tal. Crisis hace referencia a volumen y frecuencia reiterada en una línea de tiempo.

A la hora de abordar un “periodo de crisis” se debe contemplar el plan de prevención, reacción y recuperación así como el protocolo de responsables del plan, ambas instancias o momentos que deben ser instrumentalizados en el manual de comunicación de crisis en su apartado sobre redes sociales.

CAPÍTULO VI DIFUSIÓN Y VIGENCIA.

ARTÍCULO 21. DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

Los profesionales o personas encargadas de las comunicaciones de DISPAC, de la Gerencia General y del Gestor se encargarán de comunicar y difundir la presente política a través de los medios adecuados, en cumplimiento de la estrategia y plan de comunicaciones, garantizando que todas las disposiciones acá consignadas sean conocidas y acatadas por todos los niveles de la organización y por los grupos de interés externos.

DIRECTIVA DE GERENCIA No. 04 DE 2021

“Por medio de la cual el Gerente General adopta la Política de Comunicación de la Empresa Distribuidora del Pacífico S.A. E.S.P – Dispac”

ARTÍCULO 22. VIGENCIA.

La presente directiva rige a partir de la fecha de su expedición.

Dado en Bogotá D.C., a los 24 días del mes de junio de 2021.

COMÚNIQUESE Y CÚMPLASE

JORGE HERNÁN MESA BOTERO
Gerente General de DISPAC