



MANUAL DE CRISIS COMUNICACIONAL ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

**CÓDIGO: E-GGE-MA-002
Versión:1.0**

Fecha de Aprobación: 26/12/2024

San José del Guaviare



	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	2 de 14

1. INTRODUCCIÓN

Un Manual de Crisis Comunicaciones es una herramienta clave para gestionar eficazmente las crisis en una organización. A continuación, te presento los pasos y secciones que debería incluir el manual de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

La comunicación efectiva en situaciones de crisis es fundamental para preservar la confianza de los usuarios, garantizar la transparencia y cumplir con las disposiciones legales y normativas que regulan el sector de servicios públicos. Este protocolo está diseñado para establecer lineamientos claros en la gestión de la información que ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. transmite a través de las emisoras, en concordancia con las leyes vigentes en Colombia y los valores corporativos de la empresa.

2. PROPÓSITO

Establecer protocolos claros para gestionar la comunicación interna y externa en situaciones de crisis, minimizando el impacto en la reputación de la empresa y asegurando la confianza de los stakeholders.

- a) Proveer lineamientos para la emisión de información clara, precisa y oportuna a través de emisoras radiales, minimizando rumores y asegurando la transparencia durante situaciones críticas.
- b) Cumplir con las exigencias legales y regulatorias del sector eléctrico colombiano en materia de información pública.
- c) Fortalecer la confianza de la comunidad y los usuarios, mostrando un enfoque proactivo y comprometido con la resolución de la crisis.

3. ALCANCE

Aplica a todas las áreas de la empresa y a los colaboradores involucrados en la gestión de crisis.

El protocolo aplica a todas las comunicaciones realizadas por ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. a través de los canales oficiales de la empresa o medios de comunicación tradicionales y/o digitales, especialmente durante:

- a) Interrupciones prolongadas del servicio.
- b) Emergencias relacionadas con la infraestructura eléctrica.
- c) Accidentes o eventos que involucren a la empresa y puedan generar impacto social.

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	3 de 14

4. DESARROLLO

4.1. Normatividad relacionada

La gestión de crisis y comunicación en el sector de energía eléctrica está regida por las siguientes normas y principios:

Ley 142 de 1994 (Ley de Servicios Públicos Domiciliarios):

- **Artículo 2:** Define el acceso al servicio eléctrico como un derecho de los usuarios, subrayando la obligación de las empresas de garantizar información clara, oportuna y precisa durante interrupciones o fallas del servicio.
- **Artículo 9:** Obliga a las empresas prestadoras a informar a los usuarios sobre las causas y soluciones frente a eventos que afecten la prestación del servicio.

Resolución CREG 123 de 2013:

- Regula los indicadores de calidad en la prestación del servicio de energía eléctrica, estableciendo la importancia de comunicar de manera efectiva cualquier desviación en los estándares establecidos.

Ley 1341 de 2009 (Ley de TIC):

- Resalta la importancia de utilizar medios de comunicación masivos para informar y educar a la ciudadanía sobre asuntos de interés público, incluyendo emergencias relacionadas con servicios básicos.

Decreto 1076 de 2015 (Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible):

- Requiere a las empresas del sector energético garantizar la transparencia en sus operaciones y comunicar oportunamente cualquier impacto ambiental derivado de situaciones de crisis

Norma ISO 22301:2012 (Gestión de Continuidad de Negocio):

- Establece lineamientos internacionales para la gestión de crisis, incluyendo protocolos de comunicación claros y efectivos.

4.2. Crisis

Explicación de qué constituye una crisis para ENERGUAVIARE S.A. E.S.P., como:

- Interrupciones graves del servicio eléctrico.
- Accidentes laborales graves.
- Fallos de infraestructura.
- Ciberataques o filtración de datos.

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	4 de 14

- Problemas regulatorios o legales.
- Mala prensa o conflictos sociales.

4.3. Comité de crisis

Integrantes:

- Gerente, Secretario General y Jurídica, Director de Planeación, Subgerente Financiera, Subgerente Administrativo, Subgerente Comercial y Mercadeo, Subgerente de Distribución.

Roles y responsabilidades:

- Director de crisis: Coordina todas las acciones.
- Vocero oficial: Encargado de comunicarse con los medios y stakeholders.
- Equipo de soporte: Realiza análisis de impacto y propone soluciones.

4.4. Protocolo de respuesta

4.4.1. Detección de la crisis

- Proceso para identificar alertas tempranas.
- Herramientas de monitoreo (prensa, redes sociales, sistemas internos).

4.4.2. Evaluación inicial

- Clasificación de la crisis según nivel de gravedad: baja, media, alta.
- Identificación de stakeholders afectados.

4.4.3. Activación del comité de crisis

- Procedimiento para convocar al comité.
- Uso de canales de comunicación internos rápidos (teléfono, correos de emergencia, chat corporativo).

4.4.4. Plan de acción

- Elaboración del mensaje clave.
- Definición del canal de comunicación más apropiado (comunicado de prensa, redes sociales, reuniones internas).
- Estrategia para atender a medios de comunicación y redes sociales.

4.5. Comunicación interna

- Canales para informar a los empleados (boletines, intranet, reuniones urgentes).

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	5 de 14

- Capacitación previa en manejo de crisis.

4.6. Comunicación externa

- Lineamientos para comunicados de prensa: Breve, claro y transparente.
- Interacción con medios: Cómo manejar entrevistas y responder preguntas difíciles.
- Gestión en redes sociales: Publicar actualizaciones regulares y responder consultas de manera profesional.

4.7. Mensajes clave por tipo de crisis

Ejemplo:

Interrupción del servicio eléctrico:

- "Estamos trabajando para restablecer el servicio lo más pronto posible. Garantizamos nuestra dedicación a la comunidad y agradecemos su comprensión."

Accidente laboral:

- "Nuestra prioridad es la seguridad de nuestros colaboradores. Estamos investigando lo sucedido para tomar las medidas necesarias."

Evaluación post-crisis

- Análisis de lo ocurrido: ¿Qué funcionó? ¿Qué no?
- Informe detallado para prevenir futuras crisis.
- Propuesta de mejoras al manual según el aprendizaje obtenido.

Apéndices

- Plantillas de comunicados de prensa.
- Contactos de emergencia (internos y externos).

4.8. Protocolo de Manejo de Redes Sociales en Situaciones de Crisis ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

4.8.1. Objetivo del Protocolo

Garantizar la gestión profesional y efectiva de las redes sociales durante una crisis, minimizando riesgos reputacionales, asegurando la transparencia y manteniendo una comunicación clara con los usuarios.

4.8.2. Principios básicos

Rapidez: Responder con prontitud para controlar la narrativa.

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	6 de 14

Transparencia: Comunicar información verificable, evitando rumores o especulaciones.

Empatía: Reconocer las preocupaciones de los usuarios y demostrar comprensión.

Unificación: Asegurar que los mensajes sean consistentes con la estrategia global de comunicación.

4.8.3. Responsabilidades clave

Equipo de redes sociales:

- Monitorear menciones, hashtags, y comentarios relacionados con la crisis.
- Escalar casos sensibles al comité de crisis.
- Publicar mensajes aprobados por el comité.

Vocero digital:

- Encargado de interactuar con los usuarios en nombre de la organización.

Monitoreo y análisis:

- Uso de herramientas como Hootsuite, Brandwatch, o similares para analizar el impacto de las publicaciones.

4.8.4. Fases del protocolo

4.8.4.1. Identificación de la crisis en redes

- Activar alertas de monitoreo para detectar menciones negativas o inusuales.
- Evaluar el origen y alcance del problema en plataformas como Facebook, Twitter, Instagram o TikTok.
- Reportar al comité de crisis cualquier publicación que represente un riesgo reputacional.

4.8.4.2. Preparación del mensaje

- Consulta con el comité de crisis:

a) Aprobar el contenido del mensaje

Estructura básica del mensaje:

- Apertura: Reconocimiento del problema.
- Cuerpo: Explicación breve (sin revelar información sensible).
- Cierre: Acciones en curso y llamada a la calma.

b) Ejemplo de respuesta en redes sociales:

"Somos conscientes de [situación específica]. Nuestro equipo está trabajando para solucionarlo a la brevedad. Agradecemos su paciencia y les mantendremos informados por este medio."

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	7 de 14

4.8.4.3. Publicación en redes sociales

- Publicar el mensaje inicial en todas las plataformas activas.
- Usar un diseño gráfico simple y oficial (logos de la empresa y colores corporativos).
- Fijar el mensaje en la parte superior de cada perfil para asegurar visibilidad.

4.8.4.4. Respuesta a interacciones

- Priorizar comentarios críticos o con mayor alcance (retuits, compartidos).
- Responder con empatía y profesionalismo, siguiendo las pautas:
 - Nunca entrar en discusiones o ataques.
 - Derivar a atención personalizada si es necesario, "Por favor, escríbenos por mensaje directo para atender tu caso específico."
 - Usar frases positivas y conciliadoras.

4.8.4.5. Monitoreo y actualizaciones

- Publicar actualizaciones regulares (cada 2-3 horas en una crisis activa).
- Reforzar mensajes positivos y mostrar avances en la solución.
- Identificar cambios en el tono de los comentarios (si son más positivos o negativos).

4.9. Escenarios comunes y cómo actuar

a) Apagón generalizado:

- Publicar un mensaje inicial en 30 minutos desde la detección.
- Ofrecer detalles técnicos básicos sin especular.
- Promover el uso del canal de atención para consultas específicas.

b) Accidente laboral viralizado:

- Reconocer el incidente con empatía.
- Evitar revelar detalles confidenciales mientras se investiga.
- Actualizar al público sobre las medidas adoptadas.

c) Rumores o noticias falsas:

- Desmentir de manera clara, citando fuentes verificadas.
- Usar gráficos comparativos si es necesario para respaldar la información.

4.10. Evaluación post-crisis

- Realizar un análisis del alcance y la efectividad de las publicaciones.
- Generar un informe con:
 - Número de menciones positivas/negativas.
 - Incremento o decremento de seguidores.

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	8 de 14

- Engagement (me gusta, comentarios, compartidos).
- Identificar áreas de mejora para futuros eventos.

4.11. Apéndices

- Plantilla de respuesta rápida.
- Manual de estilo (tono, lenguaje y branding).
- Contactos del equipo digital y del comité de crisis.

4.12. Ejemplos de Mensajes e Infografías para Redes Sociales en Situaciones de Crisis

Las redes sociales son esenciales para comunicar información durante una crisis. Aquí tienes ejemplos de mensajes que se pueden adaptar según la situación y recomendaciones para infografías visualmente atractivas y efectivas.

4.12.1. Mensajes para Redes Sociales

a) Apagón Generalizado

- Publicación inicial:

" **Comunicado Oficial** 

Informamos a nuestros usuarios que estamos experimentando una interrupción del servicio eléctrico en [Zona afectada]. Nuestros equipos técnicos ya están trabajando para restablecerlo lo más pronto posible. Estimamos un tiempo de solución de aproximadamente [X horas]. Pedimos disculpas por los inconvenientes y agradecemos su paciencia. Seguiremos informando.

 Línea de atención: 018000-XXXXX."

- Actualización:

" Actualización sobre el servicio eléctrico:

Nuestros técnicos han identificado la causa del apagón en [Descripción breve del problema]. Continuamos trabajando intensamente para resolverlo.

 Tiempo estimado de restablecimiento: [X horas].

Agradecemos su comprensión y paciencia. Para más información, manténganse atentos a nuestras redes sociales."

b) Accidente Laboral Viralizado

- Declaración inicial:

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	9 de 14

"📢 Comunicado Oficial

ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. lamenta informar sobre un incidente ocurrido en nuestras instalaciones el día de hoy. Nuestra prioridad es garantizar la seguridad de todos los involucrados. Estamos trabajando en colaboración con las autoridades para investigar lo sucedido y tomar las medidas necesarias.

Agradecemos su comprensión y seguiremos compartiendo actualizaciones."

c) Desmentido de Rumores

- Respuesta rápida:

"🚨 Atención:

Circula en redes sociales información falsa relacionada con [Tema]. Queremos aclarar que:

❌ [Desmentir información falsa].

✅ [Información verificada].

Invitamos a la comunidad a verificar siempre nuestras publicaciones oficiales. Gracias por su atención."

4.13. Infografías para Redes Sociales

Las infografías son excelentes para comunicar de forma rápida y visual. A continuación, te propongo ideas para diseños según la crisis:

4.13.1. Infografía para Interrupción del Servicio

a) Título: "🔌 Información importante sobre la interrupción del servicio eléctrico"

b) Elementos visuales:

- Mapa de la zona afectada.
- Icono de tiempo estimado de solución.
- Pasos que está tomando la empresa para resolver el problema.
- Número de contacto y redes sociales oficiales.

Ejemplo de texto dentro de la infografía:

Causa: Fallo técnico en subestación [Nombre].

Zonas afectadas: [Listado].

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	10 de 14

Estado actual: Técnicos trabajando en sitio.

Tiempo estimado de solución: [Horas].

Contacto: 018000-XXXXX.

4.13.2. Infografía para Accidentes Laborales o Ambientales

a) Título: "Comprometidos con la seguridad y el medio ambiente 🌱"

b) Elementos visuales:

- Íconos de prevención y seguridad.
- Frases como "Estamos investigando" o "Toma de medidas inmediatas".
- Breve explicación de los pasos a seguir:
 - Investigación.
 - Colaboración con autoridades.
 - Compromiso con la transparencia.

4.13.3. Infografía de Desmentido de Información Falsa

a) Título: "📢 Atención: Información Oficial"

b) Elementos visuales:

- Fondo dividido en dos: una parte con el rumor (marcado con una ✖ roja) y otra con la aclaración oficial (con un ✔ verde).
- Breve explicación textual debajo del ícono verde para reafirmar los hechos.
- Frase destacada: "Confíe solo en nuestras fuentes oficiales".

4.14. Recomendaciones de Diseño

- Usa los colores corporativos de ENERGUAVIARE (por ejemplo, azul y verde) para reforzar la identidad.
- Prioriza tipografía clara y tamaños grandes para textos clave.
- Incorpora el logo de la empresa en un lugar visible.
- Usa íconos universales (reloj, mapa, herramientas) para facilitar la comprensión.

4.15. Protocolo de Manejo de Información en las Emisoras en Situaciones de Crisis ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

4.15.1. Objetivo del Protocolo

Establecer un procedimiento claro y efectivo para gestionar la información que se emite en las emisoras durante una crisis, asegurando que los mensajes transmitidos sean precisos, consistentes y reflejen los valores de la empresa.

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	11 de 14

4.15.1.1. Principios básicos

- Veracidad: Garantizar que la información transmitida sea correcta y esté verificada.
- Claridad: Presentar los mensajes de manera sencilla y comprensible para toda la audiencia.
- Empatía: Reconocer las preocupaciones de la comunidad afectada.
- Consistencia: Asegurar que la información compartida por diferentes emisoras sea uniforme.

4.15.1.2. Responsabilidades clave

a) Vocero oficial:

- Responsable de realizar las declaraciones en las emisoras.
- Recibe preparación del comité de crisis antes de cada intervención.

b) Equipo de soporte:

- Prepara los mensajes clave.
- Coordina con las emisoras los horarios y formatos de las intervenciones.

c) Monitoreo de medios:

- Realiza un seguimiento de cómo se transmite la información.
- Reporta inconsistencias o malentendidos para corregirlos a tiempo.

4.15.1.3. Fases del protocolo

Identificación de la necesidad de comunicación en emisoras

- El comité de crisis evalúa si la situación requiere comunicación masiva por este medio.
- Se prioriza el uso de emisoras locales con mayor alcance en las zonas afectadas.

Preparación de los mensajes clave

a) Componentes de un mensaje para emisoras:

- Introducción: Reconocer la situación de manera directa.
- Información principal: Explicar lo que ocurrió, los impactos, y las acciones tomadas.
- Cierre: Proveer información de contacto o canales adicionales de atención.

Ejemplo de mensaje inicial:

"Desde ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. lamentamos informar sobre la interrupción del servicio eléctrico en el sector [X], causada por [motivo].

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	12 de 14

Estamos trabajando intensamente para restablecer el servicio y agradecemos su paciencia. Para más información, pueden comunicarse al [número] o visitar nuestras redes sociales."

Coordinación con las emisoras

- a) Contactar a las emisoras locales de forma inmediata, priorizando aquellas con mayor audiencia en las zonas afectadas.
- b) Acordar:
 - Frecuencia y duración de los boletines.
 - Horarios específicos para intervenciones.
 - Formato (entrevista en vivo, comunicado pregrabado, etc.).

Capacitación del vocero oficial

- a) Asegurarse de que el vocero esté informado de:
 - Los detalles específicos de la crisis.
 - Los mensajes clave aprobados por el comité.
 - Las preguntas frecuentes que podrían surgir.
- b) Recomendaciones para el vocero:
 - Hablar con calma y claridad.
 - Evitar tecnicismos, salvo que sean necesarios.
 - Mostrar empatía y profesionalismo en todo momento.

Emisión de información en emisoras

- a) El vocero realiza la intervención siguiendo el guion aprobado.
- b) Las declaraciones deben ser breves, claras y evitar especulaciones.
- c) Si se trata de una entrevista:
 - Evitar entrar en conflictos con el entrevistador.
 - Reiterar los mensajes clave en respuestas.

Seguimiento y ajustes

- a) Escuchar las transmisiones para identificar:
 - Malinterpretaciones o distorsión de los mensajes.
 - Necesidad de aclaraciones adicionales.
- b) Emitir un nuevo comunicado si es necesario.

4.15.1.4. Escenarios comunes y estrategias

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	13 de 14

- a) Interrupción prolongada del servicio:
- Informar los tiempos estimados de restablecimiento del servicio.
 - Explicar las causas con un lenguaje accesible.
 - Proveer recomendaciones prácticas para los usuarios (ahorro de energía, uso de generadores, etc.).
- b) Protestas o conflictos sociales relacionados con la empresa:
- Reconocer la preocupación de la comunidad.
 - Enfatizar los esfuerzos de diálogo y solución.
- c) Accidente grave:
- Mostrar empatía hacia las personas afectadas.
 - Explicar las medidas tomadas para prevenir situaciones similares en el futuro.

4.15.1.5. Evaluación post-crisis

- a) Analizar la recepción de los mensajes en la audiencia (encuestas, retroalimentación de las emisoras).
- b) Elaborar un informe sobre el impacto de las comunicaciones y lecciones aprendidas.
- c) Proponer mejoras al protocolo para futuras crisis.

4.15.1.6. Apéndices

- a) Guion base para comunicados en emisoras.
- b) Contactos de emisoras locales y regionales.
- c) Lista de preguntas frecuentes.

5. CONTROL DE CAMBIOS

CONTROL DE CAMBIOS			
VERSIÓN N°	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FUENTE DE VERIFICACIÓN
1	26/12/2024	Creación del documento	Acta N° 14 del Comité CGC del 26/12/2024

	GESTIÓN GERENCIAL Y ESTRATÉGICA	Código:	E-GGE-MA-002
		Fecha de aprobación:	26/12/2024
	Manual de Crisis Comunicacional	Versión:	1.0
		Página:	14 de 14

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
FIRMA	ORIGINAL FIRMADO	ORIGINAL FIRMADO	ORIGINAL FIRMADO
		ORIGINAL FIRMADO	
		ORIGINAL FIRMADO	
NOMBRE	NAYIBE QUEVEDO BERNAL	ING. CRISTIAN ANDREY PINTO LOZANO	ING. CRISTIAN ANDREY PINTO LOZANO
		MARLON YOHAN LOPEZ SANCHEZ	
		EIDI YULIANA PEÑA LEÓN	
CARGO	Profesional 02 Comunicaciones, RSE y PRONE	Gerente	Gerente
		Director de Planeación	
		Profesional 01 Gestión de Calidad	
FECHA	26/12/2024	26/12/2024	26/12/2024