
	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

PROTOCOLO DE COMUNICACIONES PARA LA ATENCIÓN Y MANEJO DE CRISIS

**VIVIANA OBANDO MARINEZ
GERENTE**

2025 - 2026

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

Introducción:

La comunicación cumple un papel fundamental para proteger y salvaguardar la reputación de la entidad en momentos de crisis. Por este motivo, es importante establecer el procedimiento para comunicarse de manera clara, eficiente y transparente con los grupos de interés definidos por la RAP Pacífico.

Este manual ha sido estructurado como una herramienta clave en el manejo de crisis ante las posibles situaciones a las que la RAP Pacífico esté expuesta, proporcionando una línea de acción estratégica para que los responsables de cuidar la imagen de la entidad, así como sus principales responsables, procedan eficaz y asertivamente ante cualquier evento que tenga el potencial de convertirse en una crisis reputacional.

Este documento incluye lineamientos que permitirán reaccionar con agilidad, orden y eficiencia en cualquier situación, sobre todo en aquellas que requieren foco y velocidad para su exitoso control.


Objetivo:

Establecer los procedimientos y las acciones pertinentes paso a paso, en materia de comunicaciones, ante situaciones de crisis enfrentadas por la RAP Pacífico.

¿Qué es una crisis?

La crisis de reputación se produce cuando un hecho o un conjunto de acciones que no son cotidianas, afectan la imagen de la entidad y su percepción ante el público interno y externo. En este sentido, las posibles crisis hacen referencia a la existencia de un riesgo que afecta la imagen institucional, del Consejo directivo, la gerencia y las comunidades.

Premisas:


	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

1. Asumir siempre que se trata de una crisis hasta que se pueda confirmar lo contrario. Actuar sin demora y consultar el presente Manual lo más pronto posible.
2. Reunir toda la información disponible de forma rápida para que la entidad pueda anticiparse y actuar, en lugar de reaccionar a los hechos. La información clave debe estar disponible en un máximo de 2 horas.
3. Considere todos los actores y factores involucrados, las respuestas deben ser lógicas, empáticas y racionales.
4. Garantizar la tranquilidad de la ciudadanía y acabar con los rumores.
5. Enfocar los mensajes a lo que necesitan oír las principales audiencias.
6. Mantener el control de la situación y realizar seguimiento. Comunicar periódicamente la evolución de la atención de la crisis permitirá evitar malos entendidos, especulaciones y rumores.

Conformación del Comité de Crisis:

El Comité de Gestión de Crisis lo conforma un equipo primario que atiende en primera instancia los asuntos críticos y un equipo extendido que se activa, solamente, para atender las crisis.




	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

- Durante una crisis reputacional, la expectativa de los miembros del equipo es que deberán trabajar casi de manera exclusiva en la crisis.
- Cada posición debe tener un suplente. El suplente desempeñará ese rol si el miembro principal del equipo no se encuentra disponible o cuando existe la necesidad de trabajar en dos turnos (los suplentes generalmente cubren el turno nocturno).
- Cuando se presenta una crisis, el Líder de Crisis decide qué miembros del Equipo Extendido se requieren. Por regla general, los miembros del Equipo Extendido pertenecen al primer nivel directivo.

Funciones:

- Líder de crisis** El líder de crisis es quien tenga el cargo de gerente. Su responsabilidad es gestionar la crisis, dirigir y/o convocar el comité de gestión de crisis y aprobar los documentos de gestión de crisis que se elaboren. (noticias, circulares, oficios, convocatorias)
 - El Líder de Crisis define el resultado deseado de la crisis.
 - El Líder de Crisis define las restricciones: acciones que no se pueden tomar o que se pueden tomar solamente con el acuerdo explícito del Comité de Crisis.
 - El Líder de Crisis define las acciones y eventos que deben reportarse al Comité de Crisis.
 - El Líder de Crisis define la rutina diaria y participación del Comité de Crisis, de ser apropiado.
 - El Líder de Crisis define la confirmación del procedimiento para la aprobación de las comunicaciones.
- Apoyo a la gerencia:** Es responsable de evaluar, articular y ejecutar las acciones administrativas al interior de la entidad que facilitan la resolución de la crisis.

Sus funciones son:


	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

- Articular y ejecutar las decisiones administrativas para gestionar la crisis.
- Convocar y garantizar la presencia de los integrantes del equipo extendido.
- Facilitar la disponibilidad de la sala de crisis y los requerimientos logísticos y tecnológicos que se requieran (i.e. almuerzos para el equipo de crisis, equipos para teleconferencias, etc.)

c. **Jefe** de Comunicaciones: Es responsable de garantizar la comunicación clara y efectiva con los grupos de interés que puedan impactarse por evento de la crisis reputacional.

Sus funciones son:


- Informarle al Líder de Crisis qué grupos de interés externos pueden resultar afectados con la crisis.
- Coordinar y ejecutar las acciones de comunicación durante la crisis. Esto incluye manejar la comunicación con los grupos de interés priorizados y las relaciones con los medios de comunicación.
- Preparar los materiales de comunicación.
- Mantener informado al Líder de Crisis sobre la evolución de la situación en el debate mediático.
- Coordinar las actividades que debe desarrollar el equipo de comunicación de crisis.
- Programar entrenamientos de vocería para el equipo de gestión de crisis.
- Mantener actualizado este manual para el manejo de las comunicaciones en situaciones de crisis reputacional.
- Administra las relaciones con los periodistas y atiende las solicitudes de los medios.
- Registra y analiza los requerimientos de medios.
- Elaborar un (1) reporte de Balance del Plan de Gestión de Crisis ejecutado.

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

- Elaborar un (1) reporte de las Lecciones Aprendidas, una vez superada la crisis.

Públicos de Interés:


Grupos de interés	¿Qué información necesita conocer?	¿Cómo y en qué canal?	Objetivo de la comunicación
Público Interno	Comprender la crisis, posición oficial de la entidad, posibles causas y acciones que se adoptarán.	Contacto proactivo Canales internos (email, WhatsApp)	Volverlos embajadores de la Gobernación del Valle del Cauca. Alinearlos a la narrativa de la crisis.
Gobernaciones	Comprensión de los hechos, actualización de las eventualidades en tiempo real, actuaciones a ejecutar.	Contacto proactivo- selectivo Email y llamada telefónica, WhatsApp	Articular el trabajo para restablecer el orden y alinearlos a la narrativa de la crisis.
Gobierno Nacional	Impacto para el Gobierno, posibles causas y acciones de la RAP Pacífico.	Contacto proactivo- selectivo Llamada telefónica WhatsApp	Alinearlos a la narrativa de la crisis.
Instituciones Judiciales	Posibles causas y acciones realizadas por la RAP Pacífico. Ajustarse a los hechos verificados.	Contacto proactivo- selectivo Email y llamada telefónica	Compartir los hechos y ser transparente
Órganos de Control	Posibles causas y acciones realizadas por la RAP Pacífico. Ajustarse a los hechos verificados.	Contacto proactivo- selectivo Email y llamada telefónica	Compartir los hechos y ser transparente
Medios de Comunicación	Cómo reaccionó la entidad, posibles causas, qué personas están involucradas.	Contacto reactivo. Comunicado de prensa y Vocero Redes sociales	Alinearlos a la narrativa oficial de la crisis.
Comité Técnico Asesor	Comprender la crisis, posición oficial de la entidad, posibles causas y acciones que se adoptarán.	Contacto proactivo Canales internos (email, WhatsApp)	Volverlos embajadores de la Gobernación del Valle del Cauca. Alinearlos a la narrativa de la crisis.

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

Ciudadanía	Compresión de la crisis, posibles causas y qué se ha hecho.	Información divulgada a medios, publicada en redes sociales institucionales y en la sede virtual	Alinearlos a la narrativa oficial de la crisis.
------------	---	--	---

Indicadores de Crisis:

Indicadores de Crisis		
Validez	Si	No
Evaluar la credibilidad de las fuentes de información		
¿La fuente de información es confiable y exacta?		
¿Se realizó una verificación independiente de la información?		
¿Existen intereses políticos, sociales, jurídicos, económicos, sindicales asociados a la situación?		
Severidad		
Determinar el número de grupos de interés que pueden ser afectados por la crisis		
¿Se presentó, o hacen parecer que así fue, una lesión grave a colaboradores o miembros de la comunidad?		
¿Se presentó, o hacer parecer que así fue, afectaciones físicas a las instalaciones atribuibles a responsabilidad de la RAP Pacífico?		
¿Existe algún elemento criminal como posible causa de la crisis?		
¿Se ha difundido información que vincula a la entidad con actividades ilegales o que podrían resultar en una investigación de los órganos de control? ¿La RAP Pacífico puede tener implicaciones de tipo legal derivadas de la crisis?		
¿Existen amenazas contra la vida, la salud, la integridad o el bienestar de cualquiera de los colaboradores o equipo directivo? ¿Cuántas personas han sido afectadas y cómo?		
Alcance		
Determinar la cobertura de los medios de comunicación y el tono, así como la difusión que se le ha dado al suceso. Igualmente determinar qué cuestionamientos han hecho audiencias externas (ciudadanía, líderes de opinión, grupos de interés) en redes sociales u otros escenarios.		
¿El suceso puede estimular cuestionamientos graves y críticas de grupos de interés influyentes hacia la entidad?		

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1


¿La situación ya ha sido registrada por medios de comunicación o en redes sociales?		
Si aún no hay registros, ¿hay posibilidad de que los medios conozcan y registren la situación?		
¿Estamos recibiendo llamadas de los medios para pedir pronunciamiento oficial de la entidad frente al suceso?		
¿Ha habido pronunciamientos al respecto de influenciadores, concejales o líderes de opinión? ¿El tono es de denuncia?		
En caso de que las hubiera, ¿las réplicas del suceso han ampliado el impacto de la información?		
Responsabilidad Determinar el grado de responsabilidad de la RAP Pacífico, así como los asuntos negativos que se deben anticipar como resultado de la crisis.		
¿La entidad ha identificado omisiones o faltas relacionadas con el cumplimiento de las leyes que pudieran desencadenar la crisis?		
¿Hubo, o se sospecha que hubo, negligencia por parte de la entidad en cualquiera de sus niveles para prevenir la situación de crisis?		
¿La crisis deriva en afectaciones políticas, económicas, sociales y jurídicas para la entidad?		

Niveles de Afectación:

- **VERDE:** es ya una situación controlable que debe ser atendida. Permite actuar con anticipación comunicativa, convertir los registros en positivos para la entidad.
- **AMARILLO:** No será posible convertir los registros en positivos, se puede atenderlos eficientemente con acciones comunicativas inmediatas.
- **ROJO:** Se detectan variables de riesgo graves, con alta notoriedad pública y final incierto.


Protocolo de Gestión de Crisis:

Después de recibir la alerta y cumplir con la fase preliminar de confirmación y clasificación de la situación crítica, el equipo debe actuar con rapidez para gestionar y mitigar la crisis. Para cumplir con los procesos,

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

procedimientos y acciones pertinentes a seguir en caso de que la RAP Pacífico deba enfrentar una crisis en materia de comunicaciones, debe seguir este paso a paso:


PASO A PASO GESTIÓN COMUNICATIVA EN SITUACIONES CRÍTICAS		
Establecer si en realidad se trata de una crisis (chequeo de indicadores de crisis)		
Clasificar el nivel de afectación de la situación de acuerdo con el código semáforo		
	Acciones	Recomendaciones
1	Consolidar toda la información posible en el menor tiempo posible	2 horas máximo
2	Informar a la gerente	En orden jerárquico y según lo amerite la situación En crisis nivel ROJO convocar inmediatamente al Comité de Reputación y Crisis
3	Activar el monitoreo de medios y redes sociales	Hacer seguimiento constante y enviar reportes en tiempo real
4	Preparar los documentos para el manejo de la crisis y los escenarios	Que incluyan: mensajes claves, datos técnicos, cifras, procedimientos, histórico de acciones llevadas a cabo por la Secretaría frente al hecho y acciones proyectadas.
5	Designar vocero oficial	Aunque no llegue a atender a medios masivos de comunicación. Su misión es salvaguardar la imagen institucional y garantizar el mejor manejo posible frente a los diferentes escenarios ante los medios de comunicación y la ciudadanía. Establecer contacto directo con los posibles afectados o víctimas, en caso de ser necesario.
6	Establecer flujos de información	Conocer el avance de la crisis 'in situ' especialmente en situaciones AMARILLO Y ROJO
7	Definir si habrá o no un pronunciamiento oficial y cuál será el formato	Actuar con rapidez, evaluar la pertinencia de pronunciarse de acuerdo con el nivel de afectación Formatos: escrito, atención a medios uno a uno, rueda de prensa

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

8	Retroalimentación de la ejecución de la gestión de la crisis	Incluye respuestas y reacciones de los actores claves, en medios de comunicación, redes sociales y público interno (monitoreo constante). Si la crisis reporta evoluciones negativas y aparecen nuevos eventos que puedan prolongarla, se debe iniciar el proceso desde el paso 1.
---	--	--

Recomendaciones:

- Activar el monitoreo de medios y redes sociales.
- Establecer la periodicidad de entrega del monitoreo de medios y redes sociales.
- Para el monitoreo de redes sociales, el responsable de redes puede apoyarse en herramientas de escucha activa como:
 - Brand Mention (www.brandmentions.com)
 - Mention (www.mention.com)
 - Hootsuite (www.hootsuite.com)
- Preparar un documento de respuesta con tres mensajes clave
 - Mensaje enfocado en prioridad (Renacer)
 - Mensaje enfocado en prioridad (Liderar)
 - Mensaje enfocado en prioridad (Dar resultados)
- Una vez convocado el Comité de Crisis, estos deben:
 - Liberar su agenda.
 - Prepararse para responder al llamado a participar en el Comité.
 - Permanecer disponible para atender los requerimientos del Líder de Crisis.
- Prepare un documento de posición para entregar de manera reactiva al medio que publica la información. En caso de que la publicación corresponda a información incorrecta o falsa se recomienda enviar la información correcta por escrito para evitar confusiones.

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1


- Es importante que el vocero de la RAP Pacífico se abstenga de dar declaraciones al medio que publicó la información. Es posible que el medio esté tratando de construir una historia o confrontar opiniones.
- Evite contactar a los grupos de interés o medios diferentes a los que publicaron la nota negativa. Hacerlo significa incrementar la atención sobre el evento.
- Si se trata de un rumor que se está propagando en redes sociales, prepare una respuesta oficial precisando la información incorrecta. Esta respuesta deberá publicarse en la misma red social en donde se está propagando el rumor.

Formato de Contextualización al Comité de Crisis:


Descripción breve de lo que ha sucedido	
¿Dónde y cuándo sucedió?	
¿Por qué sucedió?	
Amenazas para la imagen y reputación de la RAP Pacífico.	
Amenazas para los funcionarios	
Acciones correctivas adoptadas	
¿Cuándo ocurrió la crisis o se notó por primera vez?	
¿Quién la notó?	
Actores clave	
Mensajes clave	
Acciones a futuro	

Solución de Crisis:

1. Definición de escenarios:

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

Hechos	¿De qué se tiene certeza? ¿Qué está en duda?	
Escalonamiento	¿Hay, o puede haber, un problema más de fondo? ¿Está comprometida la reputación de la entidad?	
Gravedad	¿Qué tan grave es la situación? ¿Cómo puede empeorar?	
Percepción	¿Qué opiniones pueden formarse los grupos de interés si no se hace nada al respecto?	
Partes interesadas	¿Cómo podrían reaccionar las partes interesadas?	
Mensajes	¿Qué necesitan escuchar los grupos de interés?	
Temporalidad	¿Qué tan rápido puede empeorar la situación?	

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

Aliados	¿Quiénes pueden ser aliados de la RAP Pacífico para gestionar esta crisis?
---------	--

2. Formato para la elaboración del Plan de Acción para la crisis:

Grupo interés	Actor clave	Acciones	Detalles	Responsable	Responsable


3. Balance de medios de comunicación que han requerido información:

Hora	Medio	Periodista	Dato de Contacto	Información solicitada

- Documento de posición (2 horas después de declarada la crisis) o Comunicado de prensa (2 horas después de declarada la crisis) o Cartas para los actores claves a contactar

Recomendaciones: La estrategia de medios incluye acciones para medios de comunicación y redes sociales. El líder de Comunicaciones define, según la circunstancia, los siguientes elementos para la estrategia de medios:

Objetivo:	
Tipo de estrategia:	¿Reactiva o proactiva? ¿Segmentada o masiva?
Acciones digitales:	¿Cuál es el tono de los mensajes digitales? ¿Se interactúa con los comentarios negativos? ¿Se activan los aliados digitales? ¿Se deben asegurar las contraseñas para evitar hackeos?

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

	<p>Solamente se publican mensajes ajustadas a los contenidos oficiales. Se deben pausar los contenidos programados.</p>
Periodicidad del monitoreo	<p>¿Con qué periodicidad se presenta el monitoreo digital? ¿Qué influenciadores están participando en la discusión? ¿Qué tamaño tienen los comentarios negativos?</p>
Material visual y audiovisual	<p>¿Qué material visual o audiovisual disponible se usará para usar durante la crisis? ¿Qué material visual o audiovisual se va a construir para usar durante la crisis?</p>

Recomendaciones para la comunicación interna:

La comunicación interna implica que los trabajadores y colaboradores de la RAP Pacífico conozcan la narrativa oficial de la crisis reputacional. Es importante informarles antes de que lo hagan las noticias. Para hacerlo, tenga en cuenta estos criterios o Explique la situación de forma fáctica, simple y consistente.


- Sea honesto y creíble.
- Siempre use las posturas oficiales aprobadas por el Líder de Crisis.
- Comunique regularmente. Informe sobre noticias y actualizaciones.

Recomendaciones para la comunicación externa:

La comunicación externa debe basarse en la presentación de hechos de manera clara y precisa, así como de la posición oficial. Para hacerlo, tenga en cuenta estos criterios: o Explique la situación de manera fáctica, simple y consistente.

- Sea honesto y creíble.
- Evite la expresión 'sin comentarios'.
- Tenga lista una plataforma para recibir preguntas.
- Comunique de manera regular.

Recomendaciones de comunicación con actores clave del ámbito político:

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1


Las autoridades del gobierno local, departamental, regional o nacional relacionadas al evento deben ser informadas de manera proactiva acerca de la situación y, sobre todo, de las acciones que adoptó la RAP Pacífico para atender la situación. Informarlas directamente garantiza que su conocimiento de los hechos no esté basado en lo que dicen los medios. Es necesario asumir que la información que se entregue será pública y puede ser distribuida a otros actores. Por lo tanto, ésta debe estar aprobada y autorizada por el Líder de la Crisis.

- Asegure un contacto directo y regular durante la crisis. Esto permite estar completamente informado sobre sus acciones.
- Responda a sus comunicaciones de manera inmediata, por escrito en el debido caso.
- Durante la crisis, concéntrese estrictamente en brindar información que respalde su posición.
- Tome tiempo para reuniones o conversaciones telefónicas, compártalas o incluso prepárelas con el Líder de Crisis.
- El Líder de Crisis, o el vocero designado por él, es la única persona que debe tener comunicación con otros funcionarios de gobierno o líderes políticos. Esto es fundamental para garantizar que se oiga una sola voz institucional.

Recomendaciones para el manejo de redes sociales:

Durante la crisis se recibirán comentarios negativos de la posición oficial que se publique en las redes sociales. Además, la publicación de la posición oficial no detendrá este tipo de comentarios. Por lo tanto, el objetivo de los mensajes en redes sociales no es argumentar con la gente, sino engancharlos a la narrativa oficial de la crisis.

- Evite entrar en discusiones sobre lo que sucedió. En cambio, intente llevar la conversación a un canal más personal, como los mensajes privados. Puede ofrecer un número celular o un correo electrónico para comunicarse por fuera de la red social.


	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

- Maneje un tono cercano para interactuar con las personas. Evite que el lenguaje se perciba como dictado por una agencia de publicidad.
- Evite agredir a cualquier persona que se refiera de manera negativa hacia la **Gobernación del Valle del Cauca**.
- Evite borrar comentarios negativos que se publiquen en la red social de la entidad o eliminar usuarios. Esto puede empeorar la situación.
- Defina una estructura para responder a las personas que se refieren al tema y, especialmente, a los usuarios influyentes.

Ejemplo: [Agradecimiento] + [Disponibilidad de resolver inquietudes] + [Pedir datos de contacto para atención personalizada] [Su opinión es muy importante para nosotros. En la RAP Pacífico sabemos que es hora de la solidaridad para demostrar que seguimos siendo grandes y continuamos cosechando los frutos de la unidad.] + [Nos interesa brindarle más información para aclarar sus inquietudes] + [Puede escribirnos a este email o teléfono.

Si la situación exige que el vocero de la RAP Pacífico (el Líder de Crisis y/o su delegado) atienda de manera personal a los medios de comunicación, la decisión debe ser discutida y consultada con el Comité de Crisis. Bajo esta circunstancia, el Comité de Crisis debe considerar los siguientes elementos antes de tomar una decisión.

¿Existe alguna razón para atender a medios de comunicación?	¿Se tiene algo que decir? ¿Existe una buena razón para salir a dar noticias? ¿Hay necesidad de tener presencia intensa en medios?
¿Dónde se van a atender a los periodistas?	¿Se atenderán a los periodistas en un espacio físico o virtual? Si es un espacio físico, ¿es este un lugar neutral?
¿Qué se va a decir?	¿Se tiene información precisa y concisa sobre la situación? Si la respuesta es afirmativa: Preparar el Q&A. Entrenar al vocero.

	PROCESO PLANEACIÓN (P2)	CÓDIGO: PROT - P1 - 125	PÁGINA 1 DE 18
	FORMATO CONTROL DE DOCUMENTOS		VERSIÓN: 1

¿Se van a conceder entrevistas 1:1?	¿Qué medios se invitarán?
¿Cuánto tiempo durará?	Considere el tiempo estimado para atender a medios y el número de preguntas que se responderán. Decida quién será la persona que finalizará la atención a periodistas.
Mensajes	¿Qué necesitan escuchar los grupos de interés?
Temporalidad	¿Qué tan rápido puede empeorar la situación?
Aliados	¿Qué aliados pueden amplificar la postura que se entregará en medios?

Declarar fin de la Crisis Reputacional:

Una vez concluya la crisis, el Apoyo a la Gerencia debe redactar un reporte final de la crisis, que detalle las acciones adoptadas durante las fases de activación y resolución de la crisis reputacional. Este reporte debe indicar cómo reaccionó cada miembro del Comité de Crisis frente al evento. Esta información es útil para los entrenamientos de crisis que le permita al equipo mejorar en su reacción.

REVISADO POR: LÍDER PROCESO DE PLANEACIÓN, (P2)	APROBADO POR: LÍDER PROCESO DE PLANEACIÓN,(P2)	FECHA DE IMPLEMENTACIÓN: 15/01/2025
--	---	--