

EMPRESA FÉRREA REGIONAL S.A.S.	COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y CULTURA CIUDADANA POLÍTICA DE COMUNICACIONES	CÓDIGO: PO-EFR-CC-001 VERSIÓN: 1 FECHA: 09/Ene/2025
--	--	--

1. OBJETIVO

La Empresa Férrea Regional S.A.S. (EFR) establece esta Política de Comunicaciones como un instrumento estratégico destinado a fortalecer su identidad institucional, consolidar la transparencia en sus actuaciones y garantizar una difusión clara, coherente y oportuna de la información relevante sobre sus proyectos y operaciones.

Esta política está alineada con las mejores prácticas internacionales, los estándares de sostenibilidad ambiental, social y económica, y las exigencias legales que rigen los proyectos de infraestructura de transporte. Además, busca articular los procesos comunicativos con las necesidades de los diversos grupos de interés, promoviendo la confianza, la participación activa y la responsabilidad compartida en el desarrollo de los proyectos.

Objetivos específicos:

- Posicionar a la EFR como referente en gestión sostenible de infraestructura de transporte masivo.
- Garantizar la divulgación de información precisa, transparente y oportuna para los grupos de interés internos y externos, fortaleciendo la confianza institucional y promoviendo una comunicación bidireccional eficaz.
- Promover la participación ciudadana y fortalecer la relación con las comunidades y administraciones municipales del área de influencia de los proyectos.
- Asegurar la coherencia visual y discursiva en todos los canales y medios de comunicación.
- Cumplir con las normativas nacionales e internacionales en transparencia y acceso a la información.

2. ALCANCE

Esta política aplica a todos los procesos de comunicación interna y externa de las diferentes partes que intervienen en los proyectos de la EFR, incluyendo comunicados oficiales, material publicitario, pautas, redes sociales, medios digitales y atención al ciudadano.

Se extiende a contratistas, concesionarios, interventores y socios estratégicos vinculados a los proyectos de la EFR.

Documentos de Referencia y Marco Normativo:

- **PL-EFR-CC-001:** Plan de acción y comunicación corporativa.
- **Ley 1712 de 2014:** Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública.
- **MA-EFR-CC-005:** Manual de Identidad Institucional de la EFR.
- **PO-EFR-GSA-001:** Política de Sostenibilidad de la EFR.
- Estándares GRI e ISO 26000.

3. RESPONSABILIDADES

- **Jefe de Comunicaciones:** Liderar la implementación de esta política.
- **Contratistas, Concesionarios e Interventores:** Asegurar el cumplimiento de los lineamientos establecidos.
- **Todos los Colaboradores:** Seguir las directrices de comunicación establecidas.

4. CONDICIONES DE OPERACIÓN

4.1 Principios Rectores

TRANSPARENCIA: Informar de manera abierta y verificable sobre las operaciones y resultados de la EFR y sus proyectos.

ACCESIBILIDAD: Facilitar el acceso a información relevante para todos los grupos de interés.

INCLUSIÓN: Promover la participación ciudadana en procesos de consulta y decisión.

SOSTENIBILIDAD: Comunicar las acciones e impactos ambientales, sociales y económicos del proyecto.

INNOVACIÓN: Utilizar tecnologías digitales y herramientas interactivas para maximizar el alcance de la información.

4.2 Lineamientos Estratégicos

4.2.1 Comunicación Externa

- Divulgación proactiva de información relevante a través de medios tradicionales y digitales.
- Coordinación con medios de comunicación para la socialización de avances, logros y retos de los proyectos.
- Diseño y ejecución de campañas ATL (Above The Line) y BTL (Below The Line) enfocadas en fortalecer la reputación institucional y consolidar la percepción pública positiva de la EFR. Estas campañas integrarán mensajes estratégicos sobre el impacto social, económico y ambiental de los proyectos, utilizando canales tradicionales y digitales para maximizar su alcance.
- Implementación de estrategias específicas para resaltar los proyectos en ejecución, destacando los impactos positivos en términos de desarrollo social, económico y ambiental.
- Gestión de comunicación con contratistas, concesionarios e interventores para garantizar la coherencia en la información divulgada.
- Creación de informes periódicos para la comunidad y partes interesadas sobre el progreso y resultados de los proyectos.
- Articulación de mensajes estratégicos en colaboración con socios y entidades gubernamentales.

4.2.2 Comunicación Interna

- Implementar canales efectivos para la circulación de información entre áreas.
- Promover una cultura organizacional basada en valores institucionales.
- Realizar capacitaciones periódicas sobre herramientas y estrategias de comunicación.

4.3 Comunicación Digital

- Actualizar continuamente la página web institucional y redes sociales.
- Implementar plataformas interactivas para la retroalimentación con la comunidad.
- Utilizar indicadores digitales para medir el impacto de las estrategias de comunicación.

4.4 Estrategias de Sostenibilidad

- Promoción de prácticas responsables en comunicación ambiental y social.
- Evaluación periódica de impactos comunicacionales mediante encuestas de percepción con los grupos de interés de los proyectos a través de los contratistas, concesionarios e interventorías.
- Reportes periódicos alineados con GRI y otros estándares internacionales.

5. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	RAZÓN DE LA ACTUALIZACIÓN	FECHA
1	Emisión inicial del documento de Política de Comunicaciones.	09/Ene/2025