



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

CÓDIGO:

DE-DI-29

VERSIÓN: 04
FECHA: 07-07-2026

PÁGINA: 1 de 4

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

1. OBJETIVO:

El propósito de la Política de Comunicaciones de JER S.A. es establecer directrices claras para gestionar la comunicación interna y externa de manera efectiva, asegurando que todos los mensajes enviados por la organización sean coherentes, transparentes, precisos y alineados con los valores y objetivos estratégicos.

2. ALCANCE:

Esta política se aplica a todos los colaboradores, directivos, agencias externas y otras partes interesadas que participen en las actividades de comunicación de la organización, tanto a nivel interno como hacia el público.

3. PRINCIPIOS:

La comunicación de JER S.A. se regirá por los siguientes principios:

- **Claridad:** la información será presentada de manera comprensible y accesible para todos los destinatarios.
- **Consistencia:** los mensajes serán consistentes en todos los canales de comunicación y en todos los niveles de la organización.
- **Transparencia:** toda comunicación será abierta, honesta y directa, fomentando la confianza tanto interna como externamente.
- **Responsabilidad:** se garantizará que cada comunicación esté claramente atribuida a la persona o departamento responsable.
- **Confidencialidad:** se respetará la confidencialidad de la información sensible y se gestionará adecuadamente la información confidencial, siguiendo las normativas legales y éticas.

4. TIPOS DE COMUNICACIÓN:

- **Comunicación interna:** toda la información que fluye dentro de la organización, entre los colaboradores, procesos y directivos. Esto incluye:
 - Reuniones internas
 - Correos electrónicos corporativos
 - Boletines informativos
 - Intranet
 - Otros medios internos
 - Comunicación en situaciones de crisis

¡Antes de imprimir este documento... piense en el medio ambiente!

Este documento impreso se considera **COPIA NO CONTROLADA.**

Página 1



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

CÓDIGO:

DE-DI-29

VERSIÓN: 04
FECHA: 07-07-2026

PÁGINA: 2 de 4

- **Comunicación externa:** información que se comparte con personas ajenas a la organización, como clientes, proveedores, medios de comunicación, entes de control y vigilancia y el público en general. Esto incluye:
 - Comunicados de prensa
 - Redes sociales
 - Páginas web
 - Publicaciones de marketing
 - Relaciones públicas

5. RESPONSABILIDADES DE COMUNICACIÓN

- **Alta Dirección:** Los líderes de la organización son responsables de proporcionar dirección y apoyo para la implementación de esta política. También son responsables de la comunicación estratégica con stakeholders clave. La supervisión de actividades propuestas y estructuración de planes de comunicación organizacional corresponde a la gerencia regional.

Adicional, los líderes deben evitar un uso excesivo de piezas informativas con IA. Se les recomienda seguir el proceso con al área de comunicaciones para dar trazabilidad a la solicitud.

- **Área de Comunicaciones:** será el encargado de coordinar todas las actividades relacionadas con la comunicación externa e interna, incluyendo la redacción, edición y distribución de mensajes.
- **Colaboradores:** todos los colaboradores deben ser conscientes de la política y adherirse a los principios de comunicación establecidos, especialmente en cuanto a la precisión, pautas, confidencialidad y coherencia de los mensajes que se compartan.

6. CANALES DE COMUNICACIÓN

Se utilizarán los siguientes canales para asegurar una comunicación eficaz:

- **Internos:** correos electrónicos corporativos, reuniones regulares, plataformas de colaboración como meet o Microsoft Teams, intranet, etc, WhastApp, Radio Alegría.
- **Externos:** páginas web, redes sociales corporativas (LinkedIn, X, Facebook, etc.), comunicados de prensa, publicidad y campañas de marketing, Canal de WhatsApp, Radio Alegría, entre otros.



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

CÓDIGO:

DE-DI-29

VERSIÓN: 04
FECHA: 07-07-2026

PÁGINA: 3 de 4

7. PROCESO DE APROBACIÓN DE COMUNICACIONES

Todos los mensajes clave, especialmente los que van dirigidos a audiencias externas o son de carácter estratégico, deben ser aprobados previamente por los responsables de la comunicación y la alta dirección para garantizar su coherencia y alineación con los objetivos organizacionales.

Es importante tener en cuenta las siguientes disposiciones:

- El material gráfico usado al interior y exterior de JER S.A debe estar acorde con el manual de imagen corporativa. En línea con este modelo, se dispondrá para todas las áreas un formato definido y aprobado por la oficina de comunicaciones para llevar a cabo presentaciones en Power Point, modelo de firma de correo electrónico, oficios, entre otros. No se permite el uso de imágenes o plantillas que no estén aprobadas por la oficina de comunicaciones.

A continuación, encontrará el manual de marca de JER: <https://drive.google.com/file/d/1NDINI-IJf7ZpmBrPUkZe8wmBJFUYJitr/view?usp=sharing>, en caso de no contar con el logo de la empresa, lo podrá solicitar a la coordinación de comunicaciones.

Cuando necesite disponer de bancos de imágenes, se recomienda usar fotografías sin derechos de autor en páginas como: Freepik, Pixabay, Pexels o similares. Si requiere disponer de imágenes alusivas al personal de JER, podrá encontrar opciones en los siguientes enlaces: <https://drive.google.com/drive/folders/1Srxnkp9rki8NMpCxd1EZNxNdoXUWGmsL?usp=sharing> y https://drive.google.com/drive/folders/1ZZh7Scb-u9Ev2BSLh85twkD3zW91KM_f?usp=sharing. Si necesita fotos reales del personal de JER, comuníquese con la coordinación de comunicaciones para analizar qué fotos puede usar y en qué tipo de presentaciones.

- Cualquier área, equipos o grupos internos de trabajo que requieran la divulgación de campañas, ejercicios de motivación, entre otros, a través de los medios y canales de comunicación interna, deben previamente efectuar la solicitud y justificarla a través del medio dispuesto por la oficina de comunicaciones.

8. MANEJO DE CRISIS

En caso de una crisis, la comunicación debe ser rápida, precisa y controlada. El portavoz oficial de la organización será designado para dar declaraciones en nombre de la empresa, y todas las comunicaciones externas relacionadas con la crisis deben pasar por este canal para evitar información contradictoria.



POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

CÓDIGO:

DE-DI-29

VERSIÓN: 04
FECHA: 07-07-2026

PÁGINA: 4 de 4

9. ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN

Para asegurar el cumplimiento de esta política, se brindará capacitación periódica a todos los colaboradores sobre buenas prácticas de comunicación, manejo de la información confidencial y el uso adecuado de los canales oficiales de comunicación. Esto incluirá:

- Talleres de expresión oral
- Protocolos de comunicación en situaciones de emergencia

10. EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA

La política de comunicaciones será revisada anualmente para garantizar que siga siendo relevante y eficaz. Se realizarán encuestas de satisfacción tanto internas (colaboradores) como externas (clientes, socios) para identificar áreas de mejora y actualizar la política según sea necesario.

11. CUMPLIMIENTO

El incumplimiento de esta política puede resultar en medidas disciplinarias según las normativas internas de la organización. Todos los colaboradores son responsables de adherirse a los lineamientos establecidos en este documento para mantener la integridad y la efectividad de la comunicación organizacional.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dado en Tunja, al día 7 (07) del mes de julio del año dos mil veintiséis (2026).

EDISON LÓPEZ BENAVIDES
C.C 19.431.695 de Bogotá.
Representante Legal