

CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

Principios medioambientales

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

La Electrificadora del Meta SA ESP declara su compromiso con sostenibilidad por lo cual sus acciones están enfocadas a prevenir, minimizar y compensar los impactos ambientales generados como consecuencia de sus actividades operacionales, tiene establecido en su sistema de calidad la política y lineamientos del proceso de Gestión Ambiental así:

POLITICA DEL PROCESO GESTION AMBIENTAL.

En EMSA ESP el manejo ambiental debe realizarse de manera eficiente, óptima con el mejoramiento continuo y sostenible mediante la gestión integral, para asegurar el cumplimiento de la legislación y minimizar el impacto sobre el ecosistema que puedan ocasionar todas las actividades que desarrolla la empresa.

LINEAMIENTOS

Aplicación de la normatividad ambiental: En la empresa se debe aplicar toda la normatividad ambiental vigente para el sector eléctrico del país, en especial las de transmisión, distribución y generación de energía eléctrica.

Manejo de relaciones externas: En la empresa las relaciones externas se deben manejar de manera proactiva, para buscar el posicionamiento ambiental de la empresa en el sector eléctrico del país.

Participación de la comunidad: La empresa debe brindar espacios para la participación ciudadana en sus diferentes actividades, buscando el reconocimiento de la empresa dentro de la comunidad llanera.

Cultura ambiental: La empresa debe fomentar una cultura ambiental tanto a su interior como a todos sus clientes, a través de las prácticas limpias en la ejecución de sus labores.

En septiembre de 2011 se integra como política de SSOA así:

POLITICA DE SEGURIDAD, SALUD OCUPACIONAL Y AMBIENTE.

Para la ELECTRIFICADORA DEL META S.A. E.S.P., en desarrollo de sus actividades de Distribución y Comercialización de Energía Eléctrica, la calidad de vida laboral de los trabajadores es un aspecto de vital importancia. Así mismo, es compromiso permanente de la Organización la prevención de enfermedades ocupacionales, accidentes, daños a la propiedad e impactos socio ambientales.

Para cumplir esta política la empresa brinda respaldo económico al Sistema de seguridad, salud ocupacional y ambiente, aplica la normatividad vigente, asume el compromiso del mejoramiento continuo, asegura altos estándares en Salud Ocupacional y ambiente y actúa con Responsabilidad social empresarial en grupos de interés.

GESTION AMBIENTAL 2011

El Plan de Gestión Ambiental que la Electrificadora del Meta SA ESP desarrolló en el año 2011 se consolidó en cuatro programas estratégicos que se establecieron con base en la identificación de los impactos ambientales más significativos asociados a la construcción, operación y mantenimiento de líneas, redes y subestaciones y procesos administrativos, compromisos ambientales adquiridos con las autoridades ambientales, normas aplicables y en la necesidad de avanzar en la cultura del cuidado del medio ambiente.

Simultáneo a las actividades para el cumplimiento de las metas de cada uno de los programas y proyectos ambientales; la organización trabajó en la elaboración de documentos, procedimientos, formatos y registros basados en los requisitos de la guía RUC que permitieron a la empresa alcanzar 90/100 puntos y el Registro Único de Contratistas de acuerdo a los resultados de la Auditoría realizada por el

COMPONENTE DE LA POLÍTICA	PROGRAMA	PROYECTOS
Minimizar el impacto sobre el ambiente que puedan ocasionar todas las actividades que desarrolla la empresa- cumplir con normatividad ambiental.	1. Manejo integral de residuos.	Manejo y disposición final de residuos. Eliminación de residuos peligrosos.
Realizar el manejo responsable del ecosistema.	2. Disminución del consumo de recursos naturales.	Proyectos de responsabilidad ambiental (agua, energía, papel)
Asegurar el cumplimiento de las normas ambientales aplicables a la empresa.	3. Control y seguimiento a proyectos, permisos y compensaciones.	Nuevos proyectos. Proyectos con permisos y licencias.
Fomentar la cultura ambiental	4. Plan de formación ambiental.	Cultura ambiental.

LOGROS EN EL DESARROLLO DE LOS PROGRAMAS AMBIENTALES

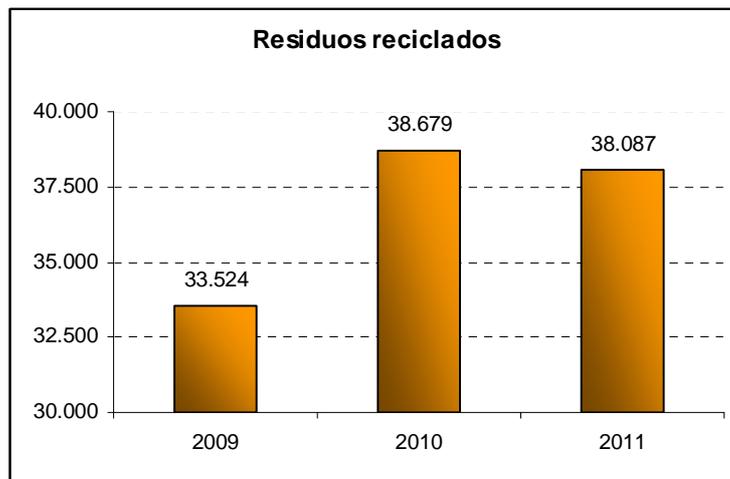
Programa: Manejo Integral de residuos

Como estrategias dentro del plan de gestión integral de residuos, la empresa identificó las características de peligrosidad de los residuos generados, estimó de la cantidad de cada uno de ellos; estableció alternativas de minimización a través de procesos más limpios, mejoró las zonas de almacenamiento, instaló 10 puntos ecológicos y realizó pruebas para PCB.

El reciclaje continuó siendo una de las prácticas ambientales en la empresa. Desde el año 2004 más de 31.5 toneladas de papel y cartón han sido cambiadas

por plantas y abonos con el programa puntos ecológicos, y entregadas a trabajadores, instituciones educativas, y comunidades para el embellecimiento paisajístico.

La entrega de mugs para disminuir el uso de vaso desechable "la tierra está en mis manos actúo responsablemente", la instalación de 10 puntos ecológicos para facilitar la separación de residuos, y la capacitación a trabajadores y contratistas fueron otras de las actividades para minimizar la generación de residuos.



De 47.105 kg, de residuos generados en el año 2011, el 17.4% se dispuso en relleno sanitario, el 80.9% se comercializó para aprovechamiento como materia prima en la industria, el 1.42% fue dispuesto en celda de seguridad y se incineró el 0.35%.

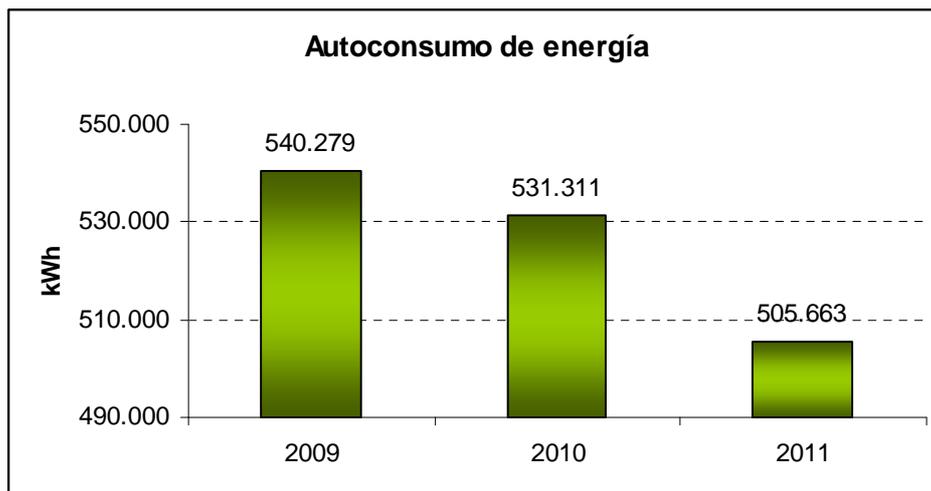
Inventario de PCB

Para tomar medidas de gestión, manejo y eliminación de equipos, materiales, desechos o sustancias que consistan, contengan o puedan estar contaminados con Bifenilos Policlorados (PCB), la Electricadora del Meta SA ESP realizó la caracterización de 164 transformadores no reparables.

Programa: Disminución del consumo de recursos naturales

- Proyectos de responsabilidad ambiental Energía- papel- agua.

Como proyectos de responsabilidad ambiental para disminuir el consumo de recursos naturales se efectuó la modernización de las unidades sanitarias de la sede administrativa y oficina centro con reconversión tecnológica para la reducción de energía pasando del uso de luminarias fluorescentes fijas de 48 wat. a luminarias de 15 wat activadas por sensores de movimiento, el cambio del tipo de unidad sanitaria tipo cisterna a unidad con sistema de lavado tipo push para disminuir el uso de agua; la construcción de un sistema para captar y almacenar 160 m³ de agua lluvia para uso en aseo, riego y sistema contra incendio, el uso de impresora compartida, reuso de papel y la administración documental por medio del Orfeo.



META	INDICADOR	RESULTADO INDICADOR	CUMPLIMIENTO DE LA META
Reducir en 10% el consumo de papel respecto al año anterior	Consumo total actual/ consumo total año anterior	2271 resmas/1400 resmas	No se logra la meta. Aumentó del consumo en 62%.
Reducir en 10% el consumo de agua respecto al año anterior	Consumo mensual acumulado / consumo mensual	No se hace comparativo por medición del consumo del acueducto por	Reducción aproximada del 60% en gasto de agua por modernización de unidades sanitarias. Construcción de sistema de captación de aguas lluvias de los edificios Contac

	acumulado año anterior	cuanto no es confiable la lectura de la EAAV.	Center y CSM. Almacenamiento en tanque subterráneo con capacidad aproximada de 160 m3. Usos: aseo, riego y sistema contraincendio.
Reducir en 5% el autoconsumo de energía respecto al año anterior	Consumo año anterior – consumo actual / consumo total año anterior	4.8%	96% de la meta

Programa: Control y seguimiento a proyectos, permisos y compensaciones.

Se tramitaron y obtuvieron permisos de aprovechamiento forestal para eliminar riesgos de caída de árboles sobre la infraestructura eléctrica, se presentaron a la autoridad ambiental CORMACARENA informes por cumplimiento de normatividad y por requerimientos por permisos ambientales y para mejorar el seguimiento ambiental a contratistas se elaboraron y formalizaron procedimientos, formatos y fichas de manejo.

Se podaron 26463 árboles permitiendo despejar el área de servidumbre de 5203 km de redes en media y alta tensión el 38.3% de los árboles podados se realizaron en zona urbana y el 61.7% en zona rural.

En cuanto al seguimiento a contratistas para mejorar el proceso de control y seguimiento se elaboraron 27 fichas de manejo ambiental, se establecieron y formalizaron procedimientos, formatos y el documento acta para seguimiento a contratistas, iniciándose el seguimiento ambiental con solicitud de informes a 6 contratistas de obras

Programa: Plan de formación ambiental

La cultura ambiental en manejo integral de residuos, política ambiental, plan de gestión y manejo ambiental, responsabilidad, manejo de árboles, manejo de productos químicos fueron temas tratados dentro del plan de capacitación. Se cumplió con el 97.5% del plan de capacitación.

RETOS 2012

Fortalecimiento de los programas ambientales

Fortalecimiento de la capacitación ambiental en comunidades y proveedores.

POLÍTICA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA EMSA **2012**

PLAN DE COMUNICACIONES

INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene la POLITICA DE COMUNICACIONES E IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMSA y un Manual de Procedimiento en el cual se presentan los lineamientos para orientar y unificar las acciones requeridas por la empresa y ejecutadas por el Proceso de Comunicaciones de la electrificadora del Meta S.A. E.S.P.

Su importancia es tal que, durante ese período de tiempo, va a constituirse en el instrumento que marcará los criterios, políticas y estrategias de Comunicación de la institución y que, de ser incorrecta su formulación,

provocará una pérdida de Imagen y, como consecuencia, una disminución de las ventas de la compañía o un deterioro de su reputación.

Es por eso que el plan de comunicaciones de la EMSA es un proceso sistemático que no puede dejarse al azar ni a la intuición o imaginación de un directivo, no experto en la materia, por muy alto que esté en el escalafón de la estructura administrativa.

Debe ser labor de los profesionales de la Comunicación, ya que es su elemento de gestión, el que les va a facilitar la consecución de unos objetivos, de sus objetivos, previamente evaluados y en el contexto de un determinado marco temporal.

Los objetivos del Plan de Comunicación deben ser definidos por la Alta Dirección de la EMSA en colaboración con el DIRCOM y su equipo, ya que tienen que estar, necesariamente, alineados con la estrategia general de la empresa.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar en el periodo de un año las bases de una comunicación estratégica en cada proceso, que soporte el establecimiento de una comunicación dinámica que a su vez resulte en el mediano plazo en una comunicación productiva en línea con la misión institucional.

Objetivos específicos

- Elaborar el Manual de Procedimiento de EMSA con el fin de dar orientación y unificar la documentación de la normatividad requerida y aplicada al proceso de comunicaciones.
- Implementar acciones que conlleven a disminuir la incertidumbre a través de relaciones con cada uno de los procesos, que deriven en la sistematización de los flujos de información en cada área de EMSA con el fin de facilitar la toma de decisiones estratégicas.

- Desarrollar canales y espacios que permitan establecer una comunicación integral en EMSA orientada al desarrollo de una comunicación ascendente, descendente, horizontal, transversal, que permitan la integración, eficiencia y eficacia de cada proceso.
- Fortalecer la identidad corporativa proporcionando las herramientas de comunicación necesarias que soporte la proyección de la imagen institucional, tanto a nivel regional como nacional.

ANTECEDENTES

El manejo de las comunicaciones y la imagen corporativa de la Electrificadora del Meta ha sido establecido como un proceso en la cadena de valor de la empresa en un documento validado por el gerente general de la electrificadora el 30 de noviembre de 2005 y que hace parte del sistema de gestión de calidad implementado por la EMSA.

En dicho documento se consigna como Política del Proceso que:

Las comunicaciones y la imagen corporativa de la empresa se deben manejar de acuerdo con las directrices de la Gerencia General de la empresa, con el fin de garantizar la efectividad en las comunicaciones, el posicionamiento de la marca empresarial y la Imagen Corporativa en el mercado eléctrico del país.

Hoy por hoy la EMSA ha implementado en su proceso elementos de comunicaciones internos como: Boletines de prensa, intranet, conéctese, Outlook, Neos, conversatorio, buzón de sugerencias, cartelera. Por su parte en materia de comunicaciones externas tenemos herramientas como: Boletines de prensa, página web, ruedas de prensa, publicidad radial, publicidad en impresos locales, regionales y nacionales, programas de televisión, publicidad en televisión, vallas, publicidad exterior, cartilla para los usuarios, informe de gestión, publicidad visual en la factura, presencia

institucional en los eventos más importantes del departamento (culturales, entretenimiento), actividades de capacitación y recreación del grupo social.

CANALES INTERNOS DE COMUNICACIÓN

✓ Boletín Interno de Comunicaciones

Gerente General de EMSA recibió la distinción "Forjador de la cultura llanera CORCULLA 2012"



Por su apoyo a los programas y planes destinados al fortalecimiento de la cultura llanera a través del proyecto **"El joropo llega a tu barrio"**, la corporación cultural llanera CORCULLA condecoró al Gerente General de la Electrificadora del Meta, Francisco Jacobo Matus Díaz, con la distinción **"Forjador de la cultura llanera"**.

Este reconocimiento destaca su invaluable aporte al folclore llanero a través de las escuelas de formación no solo a nivel de nuestra ciudad sino a nivel departamental.

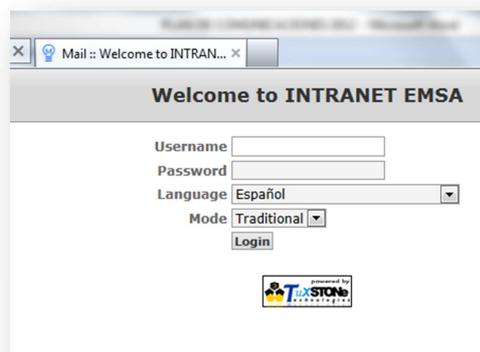
Durante su emotivo discurso Matus Díaz, dedicó el galardón *"a cada uno de los niños y jóvenes que día tras día convierten al joropo en el faro que guía sus anhelos y sueños de un futuro mejor, a los instructores que procuran con sus enseñanzas hacer mejores folcloristas y personas, y a los directivos de CORCULLA que con sus esfuerzos y sacrificios generan posibilidades a nuestros niños que son la expresión más pura de la llanidad"*.

La Oficina de Comunicaciones produce un comunicado cada vez que desea informar o socializar un tema o actividad con los trabajadores de la empresa. Este boletín se difunde a través de los correos electrónicos

institucionales y los Messenger institucionales del personal humano, lo que nos permite tener algunas ventajas de soporte, como por ejemplo son más económicos y requieren menos tiempo y menos habilidades técnicas para producirlos. Otra ventaja es que se conservan y pueden ser consultados en cualquier momento.

No es conveniente que en un espacio de trabajo haya mucha cantidad de informaciones circulando en materiales impresos diferentes porque la abundancia de documentos, carteles, informes, boletines puede llevar a que se les preste poca atención o que se les dé poca importancia o que la gente no tenga tiempo de leer y procesar tanta información. Por esta razón optamos por difundir a través de medios electrónicos.

✓ **Intranet:**



Se debe cambiar todo el diseño de la intranet de la empresa por un servicio más pedagógico, ya que la intranet debe ser una potente herramienta que permita divulgar información de la compañía a los empleados con efectividad. Por tanto debe ser fácil utilizarla, flexible y ágil para todos los temas de interés de la empresa.

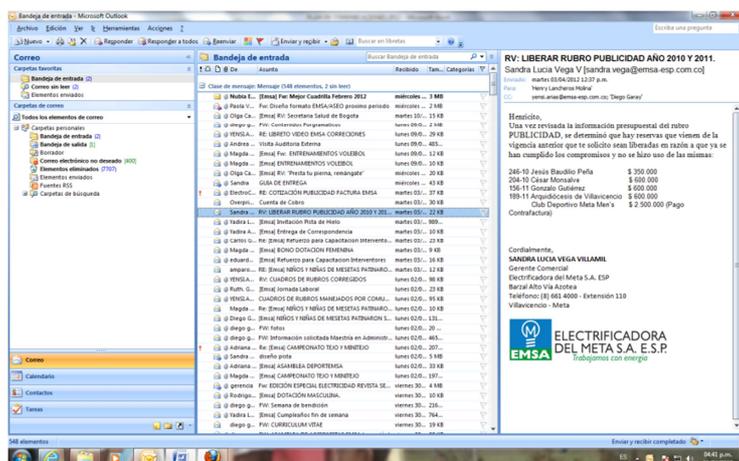
✓ **Conéctese**



Es un programa radial interno que se emite todos los viernes en el horario de 7:30am a 8:00am desde la Gerencia de Gestión Humana de la EMSA donde están ubicados los equipos de transmisión. Sin duda ésta ha sido una herramienta que ha contribuido con el mejoramiento de las comunicaciones de la EMSA, la Dirección y producción del programa está a cargo de la oficina de comunicaciones y contiene las siguientes secciones:

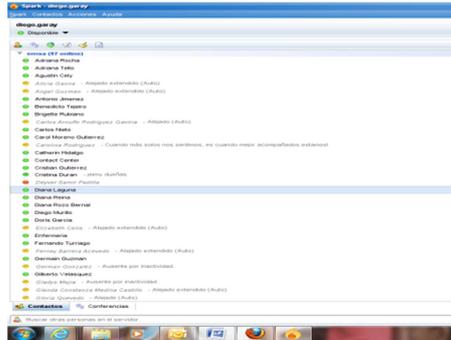
- El buzón de la energía
- ¿Sabías qué?
- El IPOD de la semana
- Conéctate con el cine
- Cumpleaños
- Actividades
- La reflexión de la semana

✓ **Outlook**



Herramienta interna importante para la empresa, ya que nos permite enviar, recibir y administrar el correo electrónico de la empresa.

✓ **Neos**



Es un programa de mensajería instantánea interno de la EMSA, es un aliado importante en cada uno de los puestos de trabajo de la empresa ya que facilita la comunicación interna, el intercambio de documentos y mejora la productividad al permitir ahorrar tiempo.

✓ **Conversatorios**



Se realizan alrededor de tres conversatorios al año, es un canal muy efectivo para informar a todos los niveles de EMSA.

CANALES EXTERNOS DE COMUNICACIÓN

✓ **Boletines de prensa**



Es una comunicación escrita que se emite desde la oficina de comunicaciones de la EMSA con previa autorización y/o visto bueno de la Gerencia General y que se dirige a los miembros de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de interés periodístico. Se producen cada vez que un hecho importante para la empresa se debe socializar a través de los medios masivos de comunicación.

✓ Página Web



Pese a que es una herramienta en la cual nos comunicamos no solo a nivel local sino a nivel nacional y el mundo entero, debe realizarse una nueva

página web de carácter urgente, ya que la actual es muy estática, no permite interacción y debe ser administrada única y exclusivamente por la oficina de comunicaciones.

Cada cierto tiempo es necesario que las empresas rediseñen su sitio web y no solo hablo de la parte visual del sitio sino de otros aspectos ya que el internet es un medio cambiante, lo que hoy parece bueno al siguiente año no lo es, las tecnologías y los lenguajes de desarrollo para internet se modernizan agregando nuevas características que permiten incluir mejoras a los sitios o aplicaciones web con el fin de ofrecer una mejor experiencia a nuestros visitantes y clientes potenciales.

De otro lado, el atractivo de los diseños tiene un ciclo de vida muy corto, si se quiere estar a la vanguardia se debe rediseñar constantemente

A la página web de la EMSA se debe aplicar un diseño moderno, que transmita mayor confianza que uno antiguo como el actual, es apropiado recordar que un sitio web es como una oficina a la que llega el cliente, mientras más moderna, cómoda, elegante y seria sea, más confianza transmite.

✓ **Ruedas de Prensa**



Las ruedas de prensa son convocadas por la oficina de comunicaciones cuando el Gerente General tiene una información importante para difundir a la comunidad.

Antes de ofrecer la **rueda de prensa** la oficina de comunicaciones invita a los medios a través de un comunicado (escrito, fax, etc.), en el que se debe indicar claramente:

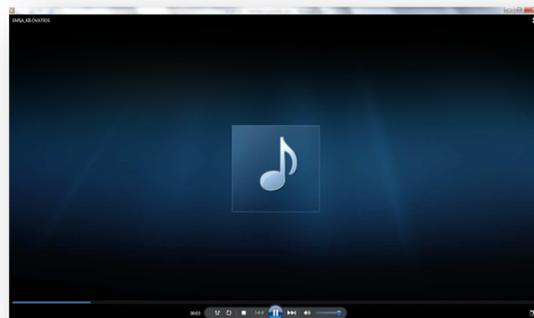
1. Quién da la rueda de prensa.
2. Para qué se da la rueda de prensa (objetivo de la misma).
3. Lugar (aportando los mayores datos posibles), fecha y hora del acto.
4. En determinados casos se adjunta carta o tarjeta de respuesta, para confirmar las asistencias.

✓ **Utilización efectiva de la Publicidad radial**



Es el medio de comunicación masivo en Villavicencio y el Meta, actualmente adelantamos órdenes de servicio publicitario con 45 miembros de los medios de comunicación en Villavicencio y municipios del departamento, incluyendo emisoras en frecuencia AM Y FM.

✓ **Producción de comerciales EMSA**



Actualmente la EMSA a través de la oficina de comunicaciones diseñó y contrató la producción de dos (2) comerciales para radio relacionados con el "ahorro de energía", los textos de los comerciales son los siguientes:

- ✓ *(Efectos de bingo o subasta 100....250.....800...1500 2000.....)estos nos son los números de la suerte, son los números de Kilovatios que gastas por el uso inadecuado de energía.. Porque ahorrar energía, cuida mi bolsillo....Electrificadora del Meta. trabajamos con energía.*
- ✓ *Es increíble lo que podemos hacer con la energía, podemos cocinar, podemos divertirnos, podemos progresar y podemos arruinar nuestro bolsillo por su uso inadecuado, porque ahorrar energía, cuida mi bolsillo....Electrificadora del Meta..Trabajamos con energía.*

Es indispensable contratar la producción de un nuevo JINGLE publicitario para EMSA.

- ✓ **Programas de televisión**



La oficina de comunicaciones hará la gestión para la realización y producción de VIDEO-CLIPS de 5 minutos alusivos a los temas de interés de la EMSA, informar sobre las inversiones de la empresa y el continuo mejoramiento de procesos. De igual forma serán transmitidos en todos los municipios en donde se tiene convenio con los cables-operadores.

- ✓ **Publicidad en impresos locales, regionales y nacional**



En el tema de impresos locales los periódicos LLANO 7 DIAS y EXTRA de amplia circulación regional publican a través de FREE PRESS noticias de la Electrificadora del Meta relacionadas con eventos, actividades o información de interés general.

De igual forma, cada vez que necesitemos publicar un tema de la EMSA pero de forma más ampliada tenemos disponible el rubro de publicidad y propaganda.

En el tema de las vallas la EMSA suscribió un convenio con MARKETING VALLAS, una empresa especializada en Diseño y Publicidad exterior por un periodo de 12 meses durante el presente año. Ellos se comprometen en imprimir y ubicar dos vallas en sitios estratégicamente seleccionados previamente por la oficina de comunicaciones en coordinación con la Gerencia Comercial.

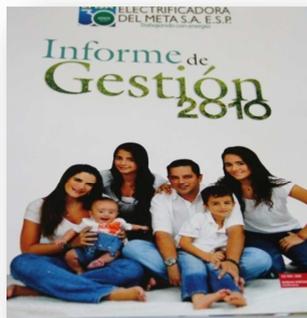
En la actualidad las vallas están ubicadas en Villavicencio en: la vía al hospital y frente al hotel Rosado, dos sectores de gran movilidad y buen tráfico vehicular lo que permitirá visibilizar mejor los mensajes institucionales de EMSA.

✓ **Cartilla para los usuarios**



La oficina de comunicaciones se encargará de producir una cartilla con temas de interés para el cliente y con las indicaciones para realizar los trámites ante la empresa, sin embargo se debe trabajar en su actualización y mejoramiento del diseño.

✓ **Informe de Gestión**



El contenido del informe de gestión está a cargo de la gerencia de planeación que posteriormente entregará a la oficina de comunicaciones el informe en versión Word para contratar el diseño e impresión de dicho documento.

Se publica un informe anualmente en versión impresa y digital

✓ **Publicidad visual en la factura**



Mensualmente se utiliza el respaldo de la factura y un banner al frente con mensajes institucionales de la EMSA y en ocasiones con mensajes de otras instituciones o de comercio.

✓ **Presencia institucional en eventos**



La oficina de comunicaciones debe hacer cubrimiento y acompañamiento periodístico en cada uno de los eventos importantes del departamento en los que participe la EMSA, con el fin de hacer más fácil el trabajo de difusión de estas actividades en los medios de comunicación.

✓ **Programa “Pague al Día y Gane con Energía”**



Es el evento institucional más importante de EMSA, se realiza en el segundo semestre de cada año en varios municipios del Meta, con un evento final en Villavicencio en el mes de diciembre. Se debe diseñar un plan estratégico de medios para dicho certamen.

✓ **Imagen de la marca (LOGO)**



Se requiere cambiar la imagen de la empresa para ser coherente con los mensajes institucionales de EMSA, ya que se vienen adelantando campañas sobre el uso racional de energía en los hogares que incluye la

compra de bombillos ahorradores de energía, sin embargo el logo de la empresa es la imagen de un bombillo incandescente.

Comunicación vía medios impresos

- Edición del informe de gestión 2011 (500 ejemplares).
- Construcción de un documento que promocióne los 30 años de vida institucional de la EMSA S.A. (500 ejemplares)
- Edición de libros sobre las normas de instalaciones internas y acometidas eléctricas de la EMSA S.A. (500 ejemplares).
- Edición de la Cartilla de Seguridad del Usuario, con el propósito de orientar a sus clientes en el uso seguro de la energía para que puedan prevenir accidentes eléctricos.

Comunicación vía medios y canales digitales

- Web oficial de la EMSA www.emsa-esp.com.co
- Mensajes en el servicio de Outlook
- Banners en webs.
- Difusión de boletines de prensa y comunicados a través de correos electrónicos a los medios de comunicación regional.

Comunicación vía medios y canales audiovisuales

- Acuerdo de negociación con la empresa marketing vallas para cobertura en Villavicencio y en municipios del Meta, con el fin de difundir campañas sociales e institucionales.
- Acuerdo de negociación con los operadores televisivos del ámbito regional para coberturas antes, durante y después.

Comunicación vía medios presenciales

- Convocatorias a ruedas de prensa para la presentación y socialización de temas de interés de la EMSA para sus clientes.

ÁREAS INVOLUCRADAS

El proceso de comunicaciones es transversal a la organización, es decir que afecta a todas las áreas de la empresa. La política de comunicaciones involucra a todos los procesos de la empresa ya que se constituye en una herramienta que ayuda a lograr metas de cada una de ellas.

POLITICA DEL PROCESO DE COMUNICACIONES

Comunicaciones externas

Las comunicaciones externas de la empresa se deben manejar de acuerdo a las directrices de la Gerencia General, para garantizar su efectividad, mensajes, el posicionamiento de la marca empresarial y la imagen de la electrificadora del Meta en el mercado eléctrico del país.

Comunicaciones internas

La buena gestión de la comunicación interna en el EMSA debe alcanzar un objetivo básico: cubrir las necesidades de comunicación que presentan los trabajadores de la empresa o grupos que conforman la organización. Y en este sentido la comunicación es tan importante para los empleados como para la dirección.

Por otro lado, uno de los objetivos que la EMSA persigue es que sus trabajadores estén motivados, identificados con los objetivos organizacionales. Los trabajadores a su vez necesitan estar informados para sentirse parte activa de la organización y que la participación reciba el adecuado reconocimiento. De este modo, la comunicación al incrementar la posibilidad de participación, favorecer las iniciativas y movilizar la creatividad, se convierte en un factor de integración, motivación y desarrollo personal.

LINEAMIENTOS.

Son lineamientos de la política del proceso de comunicaciones e imagen corporativa:

- ❖ **Estrategia de comunicación integral:** con el fin de ofrecer un servicio integral se deben direccionar todas las actividades a las esferas de comunicaciones corporativas, internas y comerciales, tomando decisiones en consenso y de manera articulada.
- ❖ **Servicios externos contratados:** la propuesta es diseñar un catálogo de proveedores que permita seleccionar entre ellos, según los requerimientos la contratación de productos o servicios que satisfagan las necesidades y cumplan especificaciones técnicas requeridas. De igual manera se consultarán los requerimientos con la oficina de abastecimientos.
- ❖ **Solicitud de contratación externa:** se realiza bajo el estricto cumplimiento de las normas y exigencias establecidas por la ley.
- ❖ **Evaluación de servicios o productos:** se debe contar con unos estándares de calidad definidos previamente, aprobación sobre bocetos, monitoreos, visitas y seguimiento a contratistas mientras se están elaborando los productos o servicios para garantizar la calidad de los productos contratados.
- ❖ **Lineamientos generales para todos los proceso de EMSA:**
 - El proceso de comunicaciones será el único responsable de canalizar la información interna, externa y el manejo de la imagen corporativa, de acuerdo con las necesidades de los demás proceso de la empresa.

- Cada proceso de la EMSA deberá entregar al proceso de comunicaciones a través del correo comunicaciones@emsa-esp.com.co con información oportuna y precisa de las actividades a realizar, logros, cambios y todo lo que sea de interés común, cumpliendo con los fundamentos necesarios de lo que se quiere comunicar (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué y para qué).
- Se diseñará un formato que se utilizará para los comunicados de prensa que deban ser emitidos.
- Todos los comunicados o boletines de prensa sobre información de la empresa y/o ruedas de prensa estarán única y exclusivamente a cargo del proceso de comunicaciones y deberán ser publicados en los medios masivos de comunicación y en la página web de EMSA.

REGLAMENTO DE HIGIENE Y SEGURIDAD INDUSTRIAL

IDENTIFICACION:

ESP.

ELECTRIFICADORA DEL META S.A.

NIT

A.R.P

892002210-6

POSITIVA COMPAÑÍA DE SEGUROS S.A.

NÚMERO CONTRATO AFILIACIÓN

003348

CIUDAD:

VILLAVICENCIO

DEPARTAMENTO:

META

DIRECCION: Barzal Alto vía Azotea
TELEFONO: 6614000
SUCURSALES O AGENCIAS SI NO

NUMERO **7**

<i>SUCURSALES</i>	<i>DIRECCIÓN</i>	<i>TELEFONO</i>	<i>MUNICIPIO</i>
Oficina Atención Cliente Villavicencio	Calle 41 No. 32-29 B. Centro	6626722	
Oficina Castilla Villavicencio	Calle 35 No. 13-64 B./La Castilla	6705552	
Oficina Acacias	Calle 14 No. 22-11 Local 2	6561031	Acacias
Oficina San Martín	Calle 9ª. No. 5-81	6488443	S/Martín
Oficina Granada	Cra. 13 L.3 y 4 Conj. La Aurora	6580006	Granada
Oficina Puerto López Pto. López	Calle 7 No. 6 – 12 B./Gaitán	6450147	
Oficina Puerto Gaitán	Cra 5ª. Calle 7 Local 14	6460817	Pto Gaitán

ACTIVIDAD ECONOMICA: GENERACION, TRANSMISIÓN, DISTRIBUCIÓN Y
COMERCIALIZACION DE ENERGÍA ELECTRICA.

ACTIVIDAD CLASE DE RIESGO CODIGO (D.
1607/2002)

Administrativa I 1749901

Operativa IV 4401001

ARTICULO 1. La Empresa se compromete a dar cumplimiento a las disposiciones legales vigentes tendientes a garantizar los mecanismos que aseguran una adecuada y oportuna prevención de los accidentes de trabajo y enfermedades profesionales de conformidad con los artículos 34, 57, 58, 108, 205, 206, 217, 220, 221, 282, 283, 348, 349, 350 y 351 del Código Sustantivo del Trabajo, la Ley 9ª de 1979, Resolución 2400 de 1979, Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989, Resolución 6398 de 1991, Decreto 1295 de 1994, Decreto 1772 de 1994, Resolución 1401 de 2007, Resolución 2346 de 2007, Resolución 2646 de 2008, Resolución 3673 de 2008, Resolución 180195 de 2009, Resolución 736 de 2009, Circular 070 de 2009, Resolución 1348 de 2009, Resolución 2291 de 2010 y demás normas que con tal fin se establezcan.

ARTICULO 2. La Empresa se obliga a promover y garantizar la constitución y funcionamiento del Comité Paritario de Salud Ocupacional, de conformidad con lo establecido en el Decreto 614 de 1984, Resolución 2013 de 1986, Resolución 1016 de 1989, Decreto 1295 de 1994 y Decreto 1771 de 1994.

ARTICULO 3. La Empresa se compromete a destinar los recursos necesarios para desarrollar actividades permanentes de conformidad con el Programa de Salud Ocupacional, elaborado de acuerdo al Decreto 614 de 1984 y Resolución 1016 de 1989, el cual contempla como mínimo los siguientes aspectos:

- a) Subprograma de Medicina Preventiva y del Trabajo, orientado a promover y mantener el más alto grado de bienestar físico, mental y social de los trabajadores, en todos los oficios; prevenir cualquier daño a su salud, ocasionado por las condiciones de trabajo, protegerlos en su empleo de los riesgos generados por la presencia de agentes y procedimientos nocivos, colocar y mantener al trabajador en una actividad acorde con sus aptitudes fisiológicas y psicosociales.

- b) Subprograma de Higiene y Seguridad Industrial, dirigido a establecer las mejores condiciones de saneamiento básico industrial y crear los procedimientos que conlleven a eliminar o controlar los factores de riesgos que se originen en los lugares de trabajo o que puedan ser causa de enfermedad, disconfort o accidente.

ARTICULO 4 Los riesgos existentes en la empresa, están constituidos principalmente por:

I. CONDICIONES DE HIGIENE

RIESGOS FISICOS:

- Radiaciones no ionizantes
- Iluminación
- Vibraciones
- Ruido
- Temperatura

RIESGOS QUÍMICOS:

- Polvos, gases, vapores, neblinas, humos y líquidos.

RIESGOS BIOLÓGICOS.

- Microorganismos: Virus, Hongos, Bacterias
- Animales, vegetales y sustancias de estos

SANEAMIENTO BÁSICO AMBIENTAL:

- Almacenamiento basuras
- Servicios sanitarios
- Agua Potable

II. CONDICIONES DE SEGURIDAD

RIESGOS ELÉCTRICOS:

- **Electricidad Dinámica** (Baja, media y alta tensión)
 - Contacto Directo
 - Contacto Indirecto
 - Arco eléctrico
 - Tensión de contacto
 - Tensión de paso

- *Electricidad Estática*

RIESGOS MECÁNICOS:

- Caída de altura (Trabajo en postes, torres y estructuras)

- Proyección de partículas
- Manejo de herramientas y equipo de trabajo
- Mantenimiento

RIESGOS LOCATIVOS:

- Superficies de trabajo
- Sistemas de almacenamiento
- Orden y aseo
- Instalaciones, pisos, escaleras
- Postes, torres y estructuras.

RIESGOS FISICOQUIMICOS:

- Sólidos combustibles
- Líquidos y gases inflamables
- Riesgos eléctricos
- Incendio y explosión
- Combinación de sustancias y materiales

OTROS RIESGOS

- Tránsito (peatonal, automotor)
- **Riesgo público**

III. CONDICIONES ERGONÓMICAS

- Posturas inadecuadas
- Sobre esfuerzo físico
- Movimientos
- Confort térmico
- Diseño del puesto de trabajo
- Diseño del ambiente de trabajo
- Carga de trabajo dinámico (Escalamiento y trabajo en postes, manejo y transporte de cargas)

IV. CONDICIONES PSICOSOCIALES

- Contenido de la tarea (monotonía, atención al público)
- Organización del tiempo de trabajo (turnos, horas extras)
- Alta responsabilidad
- Relaciones humanas (jerarquía, funcionales, interpersonales).
- Gestión.

PARAGRAFO. A efecto de que los riesgos contemplados en el presente artículo, no se traduzcan en accidente de trabajo o enfermedad profesional, la empresa ejerce su control en la fuente, en el medio transmisor o en el trabajador, de conformidad con lo estipulado en el Programa de Salud Ocupacional de la Empresa, el cual se da a conocer a todos los trabajadores al servicio de ella.

ARTICULO 5. La Empresa y sus trabajadores darán estricto cumplimiento a las disposiciones legales, así como a las normas técnicas e internas que se adopten para lograr la implantación de las actividades de Medicina Preventiva y del Trabajo, Higiene y Seguridad Industrial, que sean concordantes con el presente Reglamento y con el Programa de Salud Ocupacional de la Empresa.

ARTICULO 6. La Empresa ha implantado un proceso de inducción del trabajador a las actividades que debe desempeñar, capacitándolo respecto a las medidas de prevención y seguridad que exija el medio ambiente laboral y el trabajo específico que vaya a realizar.

ARTICULO 7. Este reglamento permanecerá exhibido, en por lo menos dos lugares visibles de los locales de trabajo, y su contenido se dará a conocer a todos los trabajadores en el momento de su ingreso.

ARTICULO 8. El presente reglamento entra en vigencia a partir de su aprobación y durante el tiempo que la Empresa conserve sin cambios sustanciales, las condiciones existentes, tales como actividad económica, métodos de producción, instalaciones locativas o cuando se dicten disposiciones gubernamentales que modifiquen las normas del Reglamento o que limiten su vigencia.

Principios de Derechos Humanos

Principio 1

SOCIALIZAR Y SENSIBILIZAR LA POLITICA DE DERECHOS HUMANOS DIRIGIDA AL RESPETO E INTEGRIDAD DEL SER HUMANO AL CONGLOMERADO QUE CONFORMA LA COMPAÑÍA EMSA ESP.

Principio 10

Implementación

Mediante la toma de conciencia a cada uno de los actores de la compañía, sobre la importancia de crear hábitos de lucha contra la corrupción.

Medición y resultados

Mediante el fortalecimiento del sistema de control interno.

Grupo Social

El trabajo con las comunidades se desarrolla mediante la implementación del proyecto denominado EMSA EN RED CON LA COMUNIDAD, cuyo origen se remonta al 2003.

La empresa realiza sus actividades con responsabilidad social y firmemente comprometida con el respeto a los clientes, la participación en el desarrollo sostenible y la contribución al bienestar de las sociedades donde hace presencia.

Para la Electrificadora del Meta la gestión social es el compromiso voluntario de intervenir activamente en el desarrollo de las comunidades en las que opera procurando convertirse en un vínculo entre el ciudadano y su entorno.

La empresa es entendida como un elemento fundamental en el crecimiento de nuestra región, en la creación del bienestar de nuestra sociedad, en definitiva un instrumento de desarrollo.

1 Objetivo

El programa social de la Electrificadora del Meta tiene como objeto principal fortalecer la relación cliente – empresa mediante el proyecto del plan estratégico corporativo definido como “interacción con las comunidades del área de influencia”.

2 ALCANCE

El programa social de la Electrificadora del Meta S.A. E.S.P se lleva a cabo en los municipios a los cuales la empresa tiene cobertura, los beneficiados serán integrantes de organizaciones sociales, población vulnerable y entidades con quienes se pueda generar alianzas interinstitucionales.

3 PROGRAMAS SOCIALES

Desde 2003 la Empresa ha venido desarrollando su gestión con el objetivo de ampliar y fortalecer los vínculos entre la compañía y las comunidades, impulsando entre éstas la participación y el conocimiento no solo en temas relacionados con el servicio público domiciliario de la energía eléctrica, sino también en la búsqueda de espacios de encuentro social con los clientes de los diferentes estratos.

En este sentido se han desarrollado cinco ejes de actividad que buscan hacer participes a buena parte de los sectores económicos a los cuales servimos. Estos ejes son:

1. Cultura, recreación y esparcimiento
2. Espacios pedagógicos
3. Descentralización del servicio
4. Presencia Institucional
5. Cultura de pago

3.1 CULTURA RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO

Mediante los programas de cultura, recreación y esparcimiento se contribuye a fortalecer la identidad cultural y los valores de los ciudadanos de la región. En este sentido se desarrollan proyectos específicos de actividades de esparcimiento cultural- educativo, social, artístico, recreativo y de promoción ambiental, a saber: Joropo Llega a Tu Barrio, Visitas Ecoturísticas, Títeres y Promoción de Valores.

A continuación se presenta cada uno de los proyectos:

A. EL Joropo Llega a tu barrio

Objetivo

- Incentivar el folklore, las costumbres y tradiciones llaneras a través del baile del joropo, para contribuir al bienestar de la población infantil y juvenil entre las edades de 7 y 14 años de los estratos 1 y 2, que permita mejorar la calidad de vida de los mismos y propiciar espacios de aprendizaje y apreciación de las manifestaciones artísticas y culturales de la región.

B. Visitas Ecoturísticas

Objetivo

- Promover el conocimiento sobre la responsabilidad social y ambiental generada por la empresa electrificadora en niños y jóvenes metenses entre 7 y 14 años, a través de ciclos de formación pedagógica, recreación y esparcimiento.

C. Títeres

Objetivo

- Promover el conocimiento en niños y jóvenes sobre el accionar general de la empresa electrificadora, a través de ciclos de formación lúdico – pedagógico, que induzcan al joven a ser multiplicador de la enseñanza dentro de sus núcleos familiares.

D. PROMOCIÓN DE VALORES

Objetivo

- Crear un espacio para realizar una promoción de valores a través de la participación de la comunidad infantil en un proyecto educativo, promovido por un conjunto de Empresas del sector de servicios en el Departamento del Meta, que contribuya a mejorar las condiciones de vida.

3.2 ESPACIOS PEDAGÓGICOS

Se busca acercar la Empresa a la comunidad, mediante espacios abiertos de interacción y diálogo bidireccional, en donde los usuarios y sus representantes políticos y cívicos presentan a la administración de la Electrificadora, en cabeza del Gerente General y algunos gerentes de proceso, los problemas relacionados con la prestación del servicio. Por otro lado la administración tiene la oportunidad de presentar los proyectos directamente vinculados con la comunidad y de ofrecer las soluciones técnicas, comerciales y de atención al cliente que pueden resolver las inquietudes planteadas como problema por la comunidad.

La empresa fomenta la formación de sus clientes a través de diferentes programas de capacitación (URE) los cuales se entregan como valor agregado. Por medio de éstos programas se les facilita la adquisición de conocimientos que les permitan mejorar a los mismos las prácticas en el consumo de la energía. Lo que se traduce en el fortalecimiento de nuestras relaciones. Con éste programa reafirmamos el compromiso que tiene la empresa con sus clientes, brindándoles elementos que les permiten aprovechar la energía de manera óptima y segura, constituyéndose en una medida efectiva para propiciar el crecimiento económico, el desarrollo y bienestar social de los mismos.

También creamos espacios de acercamiento a entes de control "vocales de control" (figura legal que representa a la sociedad ante las empresas de servicios públicos). Hemos mantenido una política de atención personalizada a los vocales de control de la zona de influencia donde los hemos capacitado desde las diferentes áreas de la empresa, además programando visita a los laboratorios en donde se calibran y reciclan los medidores.

En este eje en particular se pueden agrupar dos grandes programas:

- a) Conversatorios
- b) Talleres pedagógicos y foros.

A. Conversatorios en los municipios del Meta

Objetivo

- Incentivar espacios de reflexión y de relación interinstitucional y comunitaria en los diferentes municipios del Departamento del Meta, destinados a identificar la concepción sobre la calidad en la prestación del servicio de energía eléctrica suministrado por la empresa electrificadora del Meta.

Estos espacios de encuentro cuentan con gran acogida y respuesta por parte de nuestros clientes y líderes, quienes han atendido masivamente la convocatoria a participar en los conversatorios, en tanto se trata de reuniones en donde la comunidad presenta sus puntos de vista y sus análisis de la problemática local respecto al servicio de energía eléctrica. Estos se desarrollaron principalmente en las instalaciones de los Concejos Municipales con presencia de líderes

comunitarios, Alcaldes, autoridades militares y funcionarios de la EMSA.

En general, principales temas tratados en cada conversatorio se refieren a subsidios por estratificación, costos de alumbrado público, daños en las redes, legalización de usuarios y electrificación rural.

B. Talleres Pedagógicos y foros

Objetivo

- Generar un espacio de interrelación con los usuarios y la empresa Electrificadora del Meta a través del cual se desarrolle un proceso didáctico y dinámico, que proporcione a su vez conocimientos prácticos sobre el servicio de energía eléctrica para cada uno de los participantes.

Logro

La labor de promoción social, mediante la realización de talleres en los barrios ha permitido a los usuarios conocer de temas relacionados con el ahorro o legalización del servicio, así como de sus compromisos en el marco de Contrato de Prestación del Servicio con Condiciones Uniformes de la empresa. En estos talleres se muestra de manera didáctica a la comunidad tanto sus derechos como también sus deberes. A la vez se les brinda información que les permite adquirir elementos de juicio para ser veedores y buscar una óptima prestación del servicio y la manera en la que pueden incidir en el mejoramiento de la calidad de atención a sus reclamaciones.

3.3 DESCENTRALIZACIÓN DEL SERVICIO

El proceso de descentralización comprende el conjunto de medidas, administrativas y técnicas orientadas a fortalecer la prestación del servicio tanto a nivel regional como local. Constituye una amplia gama de esfuerzos conjuntos

liderados por las diferentes gerencias de la empresa electrificadora, de desplazar equipo humano y técnico a zonas que presentan altos índices de cartera morosa.

En desarrollo de este eje se ejecuta el programa Barrio Eléctrico.

A. Barrios eléctricos

Objetivo

- Gestionar un trabajo conjunto de las diferentes áreas de la empresa electrificadora en sectores de altos índices de cartera morosa, ofreciendo soluciones integrales a los problemas generados en la prestación del servicio eléctrico.

Logro.

Mediante este trabajo se desplaza a terreno un equipo de profesionales y técnicos de las áreas de Distribución, Control de Energía y Comercial con el fin de realizar revisiones y evaluaciones de manera integral que permitan efectuar operaciones de recuperación de cartera y disminución de pérdidas de energía; así mismo se estructuran soluciones integradas de legalización y normalización de usuarios con base en criterios técnicos, comerciales y ambientales.

4.4 EJE DE CULTURA DE PAGO

Este eje busca fortalecer actitudes y comportamientos de pago en los clientes del área de influencia de la EMSA y la generación de convenios de pago con el propósito de recuperar cartera. Se maneja a través del proyecto Pague al Día y Gane Con Energía.

Pague al día y gane con energía

Objetivo

- Fortalecimiento de las estrategias de pago oportuno y cumplido de las facturas de energía, a través de incentivos como la de entrega de electrodomésticos.

4.5 EJE PRESENCIA INSTITUCIONAL

Objetivo

- Fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa a través de instalación de publicidad en variados escenarios de la región.

Logros

La empresa ejecuta y apoya diferentes eventos de carácter Social que le permiten hacer presencia institucional y que la imagen corporativa de la EMSA sea reconocida y posicionada en todos los rincones y sectores de nuestra región y en general en todo el sector energético y gobierno nacional.

4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

A través del desarrollo de las actividades del programa social de la Electrificadora del Meta S. A E.S.P hemos evidenciado el mejoramiento y fortalecimiento de los canales de comunicación entre los clientes y la empresa.

La Electrificadora del Meta y sus programas sociales en cada uno de sus ejes está diseñado para contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades

Innovar con proyectos de mayor impacto en las comunidades de la zona de influencia.

Sensibilizar a la comunidad educativa creando espacios lúdico recreativos involucrándolos.