

Manual de identidad visual y comunicación



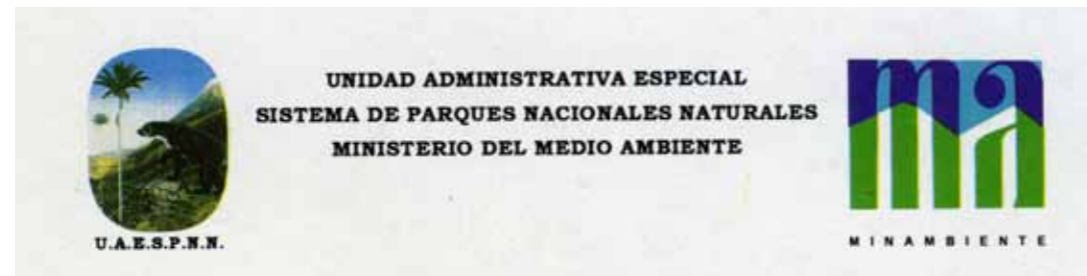
**PARQUES NACIONALES
NATURALES DE COLOMBIA**

Generalidades	4
Construcción del logotipo	5
Co-Branding	9
Tipografías	10
Manejos de Color	11
Usos Correctos / Usos Incorrectos	12
Manejo del logo de Parques Nacionales Naturales de Colombia y Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible	13
Escudos de las áreas protegidas	15
Papelería Institucional	17
Otros Formatos Institucionales	18
Productos Impresos de Parques Nacionales Naturales de Colombia	20
Gran Formato	26
Concesión de Servicios Ecoturísticos	27
Normas de Manejo de imagen en productos de Parques con Servicios Ecoturísticos Concesionados	28

Ecoturismo Comunitario	30
Normas de manejo de imagen en productos de parques con Ecoturismo Comunitario	31
Actividades y Servicios Ecoturísticos	32
Regionalización de Parques Nacionales Naturales de Colombia	33
Publicaciones	36
Señalización	48
Stands	102
Identificación de Vehículos	104
Uniforme Institucional	107
Protocolo de Comunicaciones	114
Lineamientos de Identidad Visual Web	135
Manejo y administración de redes sociales.....	143



El logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia nació en junio de 1984 bajo el nombre de Sistema de Parques Nacionales Inderena - Colombia y tuvo una renovación visual y de sus componentes en el año 2002.



La marca Parques Nacionales Naturales está registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio bajo la resolución No. 29547 del 15 de noviembre de 2005.

El ambiente general del logo alude a la diversidad biótica y ecológica del país desde las llanuras de clima cálido -cubiertas por selvas pluviales, selvas húmedas, sabanas y aún desiertos- hasta las laderas andinas, páramos, superpáramos, casquetes polares y nieves perpetuas. En un segundo plano se destaca la palma de cera del Quindío (árbol emblemático nacional).

Se quiso destacar dentro del logo al oso andino por tratarse de uno de los mamíferos de mayor talla en nuestra fauna y a la palma de cera del Quindío por ser la palmera de mayor porte del mundo y ocupar los hábitats similares a los del oso andino, aparte de ser emblema patrio.

Con este emblema se busca avivar los sentimientos para defender a perpetuidad una representatividad irremplazable de nuestra naturaleza que es parte de la verdadera esencia de nuestra nacionalidad.

Nuestro nombre: No se debe usar la sigla UAESPNN o su significado, Unidad Administrativa Especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia, ya que este nombre es demasiado largo, generando nombres incorrectos como Unidad de Parques.



Construcción del logotipo

El logotipo está construido a partir de 2 semi-óvalos, uno dentro del otro, que abarcan el texto y la ilustración respectivamente. Las palabras "PARQUES" y "NATURALES" se encuentran centradas horizontalmente con respecto a los óvalos, y las palabras "NACIONALES" y "DE COLOMBIA" se encuentran centradas verticalmente con respecto a los óvalos como se muestra en la cuadrícula.

Construcción del logotipo con el complemento del nombre de la Entidad

Versión principal

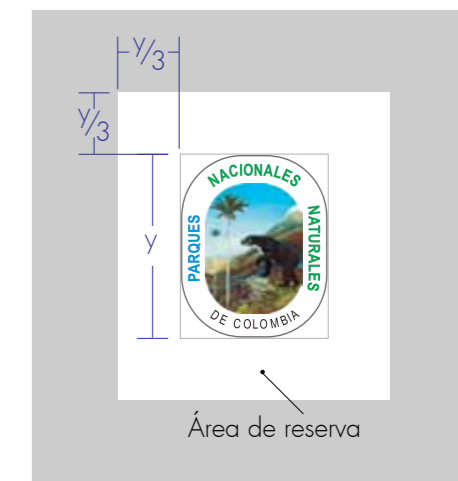
En la versión principal a utilizar, el logotipo siempre debe ir acompañado del complemento con nombre de la entidad, este debe ir ubicado al lado derecho del logotipo, escrito en mayúscula con tipografía Futura Std Bold, según las proporciones dispuestas en el siguiente diagrama.

Esta versión siempre debe ser utilizada en piezas gráficas de comunicación externa, y en aquellas donde el logo esté acompañado de logos de otras instituciones o empresas.



Área de reserva

Con el fin de garantizar una lectura adecuada de la imagen y evitar que otros elementos alteren visualmente el logo de la Entidad, el espacio blanco mínimo o área de reserva que se deberá respetar en su aplicación es el equivalente a $1/3$ de la altura del logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia.



Usos de otras versiones del logo

En las piezas de comunicación interna, el logotipo puede ser utilizado sin el complemento del nombre de la entidad.



Versión vertical



**PARQUES NACIONALES
NATURALES DE COLOMBIA**

En los casos que el formato o la disponibilidad del espacio lo requieran, podrá ser utilizada la versión vertical del logo institucional, siempre y cuando no se afecte la legibilidad del nombre de la entidad.

Co-Branding

Cuando el logo se utilice acompañado de otras marcas en las diferentes piezas comunicativas siempre debe ir con el nombre Parques Nacionales Naturales de Colombia según lo estipulado en la sección de construcción del logotipo con el complemento del nombre de la entidad.



**PARQUES NACIONALES
NATURALES DE COLOMBIA**

Logo

Logo

Logo



**PARQUES NACIONALES
NATURALES DE COLOMBIA**

Logo

Logo

Logo

Para el uso del logo en las diferentes piezas gráficas o audiovisuales que realicen las entidades públicas o privadas en alianza con Parques Nacionales Naturales de Colombia, deben solicitarlo al Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental de la Entidad.

Tipografía Institucional

Montserrat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Tipografías Complementarias

Work Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Futura

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



Policromía



Escala de grises



Una tinta plana



**PARQUES NACIONALES
NATURALES DE COLOMBIA**

Sobre fondo blanco



Sobre fondos oscuros

Usos correctos



Logosímbolo sobre fondo de color, respetando el marco blanco que encierra los elementos.



Logosímbolo a una sola tinta pantone, cualquiera que esta sea.



Logosímbolo a una sola tinta plana para el caso de señalización sobre madera u otro material que no sea impreso.

Usos incorrectos



Logosímbolo sin el marco blanco que contiene los elementos tipográficos y la ilustración.



Unidad Administrativa especial del Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Logosímbolo sin el nombre de Parques Nacionales Naturales de Colombia alrededor de la imagen, o con otra tipografía diferente a la institucional.

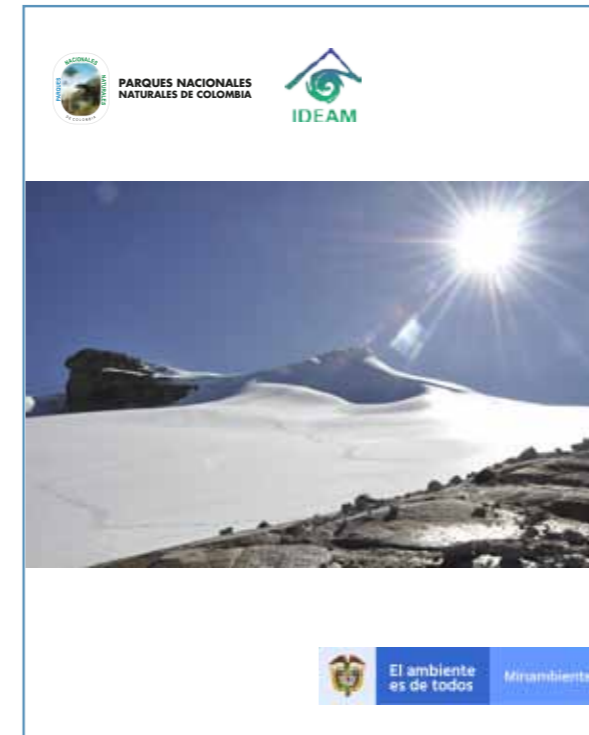


Alterar la proporción del logosímbolo

En comunicaciones externas el logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia debe ir acompañado del logotipo del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.

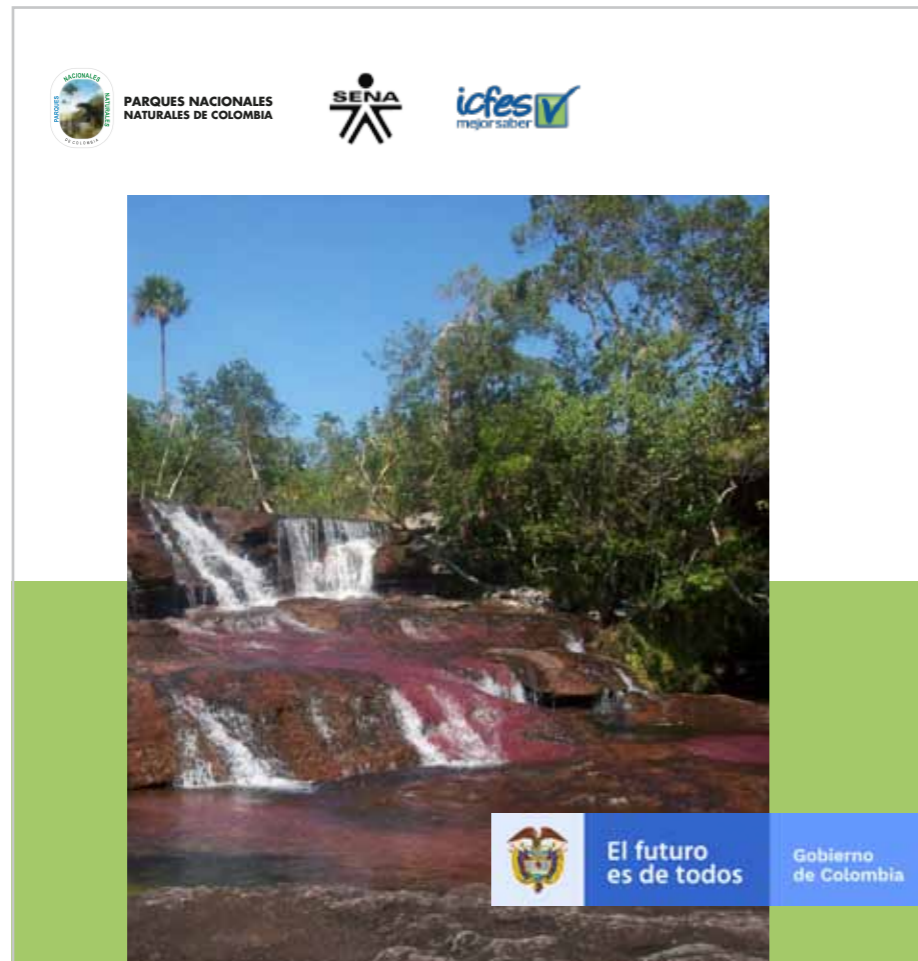
Se debe usar de la misma manera si en la pieza comunicativa hay un ministerio y una o más entidades adscritas al mismo ministerio.

El logo del ministerio preferiblemente debe usarse sangrado al lado izquierdo o derecho de la pieza comunicativa y en el lado opuesto del logo de Parques Nacionales.



Manejo del logo de Parques Nacionales y logo Gobierno de Colombia cuando hay dos o más entidades adscritas a diferentes Ministerios

Cuando hay dos o más entidades adscritas a diferentes ministerios en una pieza comunicativa, se debe usar el logo Gobierno de Colombia y no el del ministerio.



Escudos de las áreas protegidas

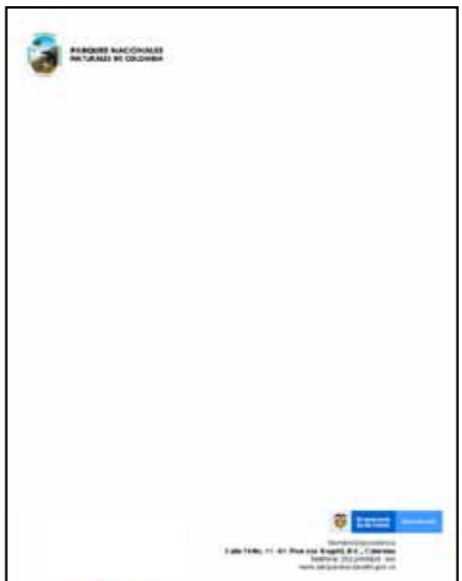
Estos escudos no hacen parte de la identidad visual de Parques Nacionales, por lo tanto no pueden ser utilizados en la papelería institucional, vallas de interpretación, avisos, libros, revistas, afiches, y demás impresos y publicaciones o audiovisuales. Su uso está permitido solamente en los uniformes oficiales y para objetos de material promocional en La Tienda de Parques.



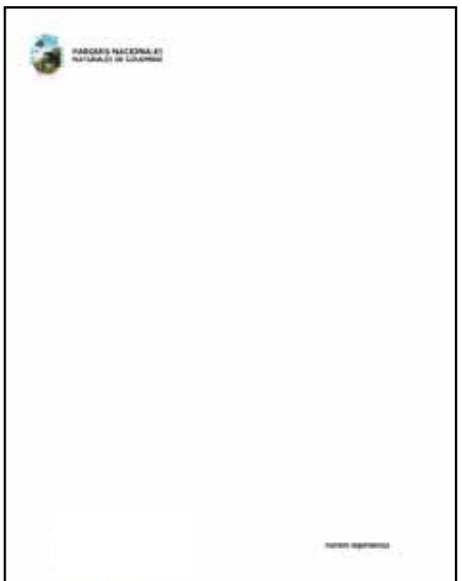


La papelería institucional debe tener los siguientes logotipos: en la parte superior izquierda el logo de Parques Nacionales Naturales de Colombia y en la parte inferior derecha el logo del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, debajo de este deben ir los datos de contacto del área, grupo o dirección territorial. Esta papelería debe usarse para las comunicaciones oficiales externas e internas (oficios, memorandos, circulares).

Para documentos diferentes a los mencionados anteriormente, se debe usar el logo de Parques Nacionales Naturales de Colombia, se deben eliminar del pie de página los datos relacionados con la dirección y teléfonos de las sedes y únicamente se debe usar el nombre de la dependencia.



Papelería institucional



Otros documentos



Carné de identificación

Este carné identifica al portador como funcionario o contratista de Parques Nacionales Naturales de Colombia. Debe portarse en lugar visible durante las horas de trabajo. A su retiro, deberá devolverse a la Coordinación del Grupo Gestión Humana. Solicitamos a las autoridades civiles y militares prestar el apoyo necesario al portador del presente carné. Si encuentra este documento, agradecemos reportarlo a la siguiente dirección: Calle 74 No. 11 - 81 - PBX. 353 2400 - Bogotá D.C - Colombia.

www.parquesnacionales.gov.co

Tarjeta Personal



Plantilla Presentación Power Point



Productos impresos de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Plegables

Formato: es libre, pero se sugiere utilizar para plegables de 2 cuerpos el tamaño carta y para plegables de 3 el tamaño oficio que generan tres cuerpos de 11 cm de ancho.

Tipos de papel: desde el año 2011 se implementó el uso de papel kimberly reciclado de 75 y 180 gr. En caso de no utilizar papel reciclado, se sugiere el uso de papeles mate o brillantes de 90 a 150 gr.

Tintas: de recomienda 4 x 4 tintas (Policromía - full color), en el caso de no contar con los recursos suficientes se debe manejar una o dos tintas.



Plegable general
60 X 35 cm. Abierto (6 cuerpos)

Productos impresos de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Volantes

Formato: es libre, pero se sugiere utilizar tamaño media carta (14 x 21 cm).

Tipos de papel: desde el año 2011 se implementó el uso de papel kimberly reciclado de 75 y 180 gr. En caso de no utilizar papel reciclado, se sugiere el uso de papeles mate o brillantes de 90 a 150 gr.

Acabados: grafado si se requiere.

Tintas: se recomienda 4 x 4 tintas (Policromía - full color), en el caso de no contar con los recursos suficientes se debe manejar 1 o 2 tintas.



Volante Monitoreo
11 X 21 cm.

Productos impresos de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Afiches

Formato: es libre. Se sugiere utilizar formatos de pliego (100 x 70 cm), ½ pliego (70 x 50 cm) y un mínimo de (50 x 35 o 50 x 29 cm)

Tipos de Papel: desde el año 2011 se implementó el uso de papel kimberly reciclado de 75 y 180 gr. En caso de no utilizar papel reciclado, se sugiere el uso de papel propalcote de 150 gr.

Acabados: para papel propalcote se sugiere plastificado mate y brillo UV parcial para las fotografías.

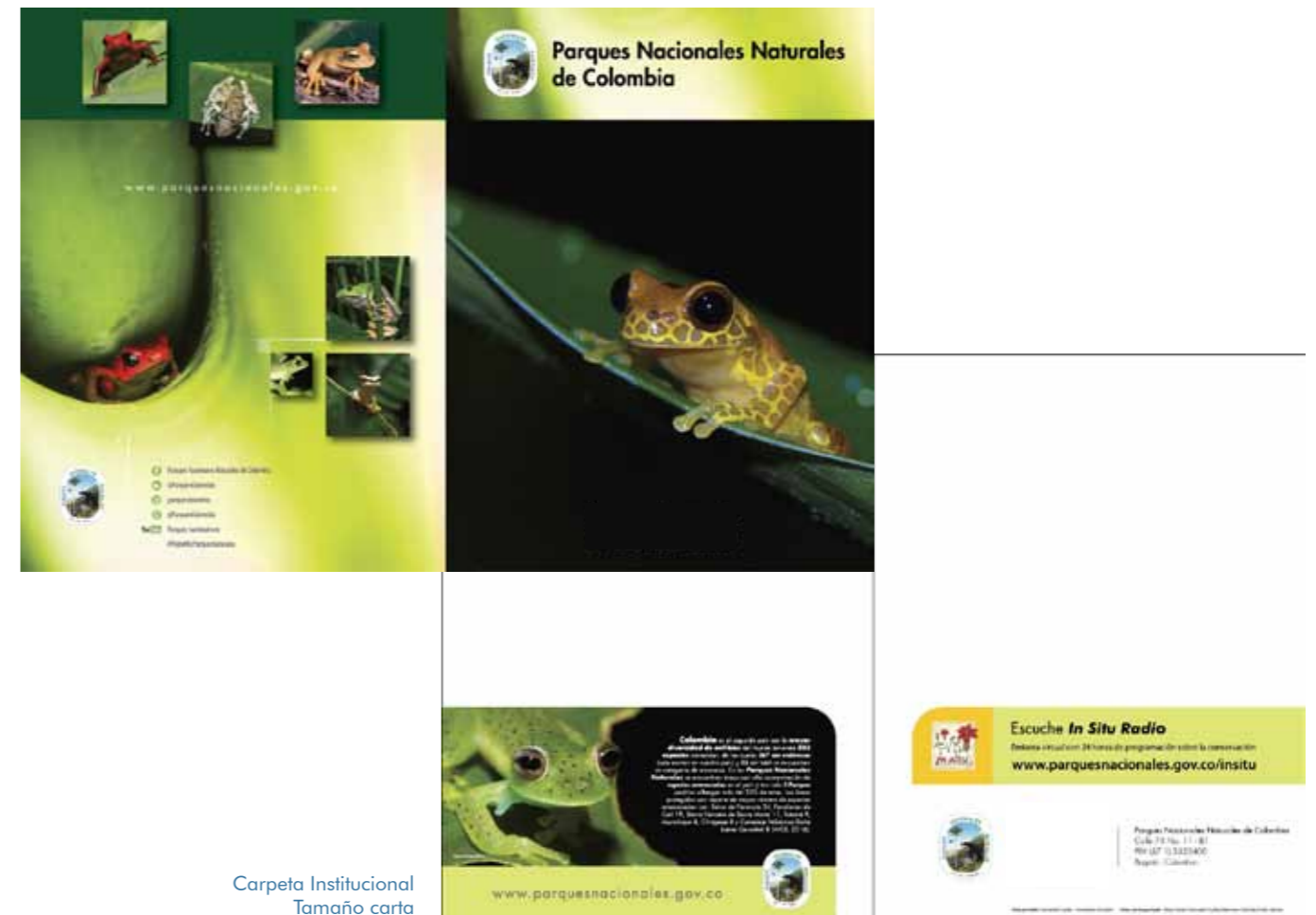
Tintas: se recomienda el manejo a 4 x 0 tintas.



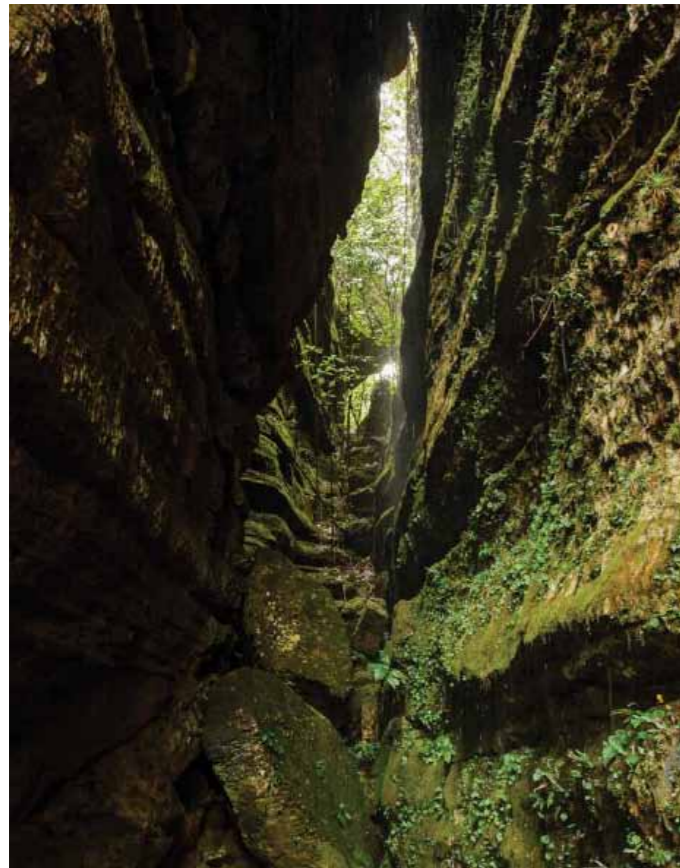
Afiche Ilustrado
50 X 70 cm.

Productos impresos de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Otros impresos:



Carpeta Institucional
Tamaño carta

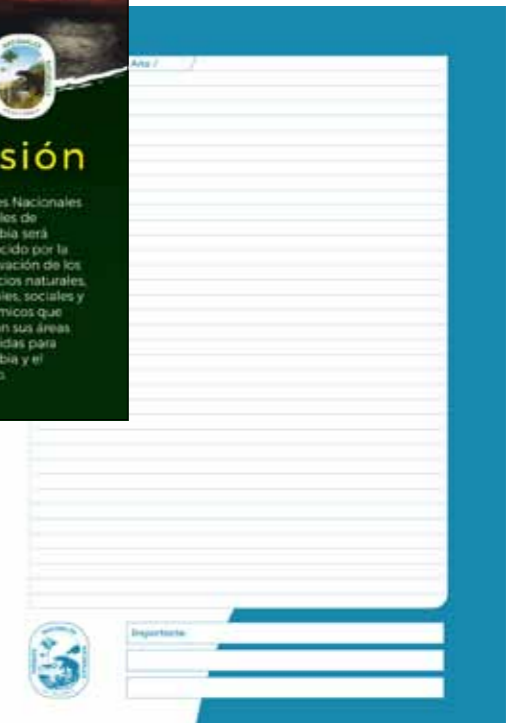


3. ¿Qué hace único al PNN Serranía de Chiribiquete? Descripción de un bien irrepetible.

1. El Bien es el único lugar del mundo donde se combinan armónicamente la biodiversidad y las tradiciones culturales de los Andes del norte, la Amazonia, el Escudo Guayanés y la Orinoquia, de afinidad Caribe. Fisiográficamente se combinan tepuyes de tres tipos morfológicamente diferentes, entre los cuales hay algunos que no se encuentran en otro lugar del mundo por su aspecto o extensión (similares a desfiladeros, a cáncanos o muros de caliza romana con diámetros de la concavidad de hasta 1 km), con planicies de inundación, terrazas aluviales, ríos meándricos y espectaculares caídas y saltos de caudales insospetados. En las cimas de los tepuyes la vegetación se asemeja a la de los bosques alcazárnicos y subpáramos, mientras que en los valles y grietas se desarrolla la selva propiamente dicha. Es una estrella hidrográfica de aguas negras o prietas en este enclave biogeográfico.

2. La interacción de la litología, la tectónica y la mineralogía del área del Bien ha propiciado la existencia singular de un paisaje que recuerda los mundos perdidos prehistóricos, pero que a la vez ofrece una conexión fluvial y forestal con los bosques amazónicos, guayaneses y andinos adyacentes. Es una ventana temporal y espacial única para entender la relación funcional y biogeográfica de estos con las sabanas más secas del norte.

Otros impresos:



Departamento

Pendones

Los pendones y backings se deben imprimir en banner semimate con tintas UV solventes, finalizados con tubos u ojaletes respectivamente.



Pendón Institucional
Tamaño: 130 x 180 cm

Manejo y presentación de los logotipos de los concesionarios de los servicios ecoturísticos en Parques Nacionales Naturales de Colombia:

Siempre que se use el logo de la concesión, este DEBE INCLUIR la palabra CONCESIÓN en la parte superior, justificado a la izquierda del logo y al 25 % del tamaño total del mismo, como se muestra en el siguiente ejemplo:



Manejo de los logos de las concesiones con respecto al logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia:

El logo de la concesión siempre se debe ubicar al lado derecho del logo de Parques Nacionales Naturales de Colombia y su altura debe ser igual.

Normas de manejo de imagen en productos de parques con servicios ecoturísticos concesionados

Manejo de los logos de los miembros de las concesiones:

Esta regla aplica para todo tipo de publicación, aviso de prensa, señalización, páginas web, entre otros productos:

Tamaño: la altura de los logos miembros de la concesión no debe ser superior al 50% de la altura del logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia.

Ubicación: los logos miembros deben ser ubicados debajo del logotipo de la concesión o al lado derecho del mismo, dependiendo el formato y la aplicación, como se describe a continuación:



Normas de manejo de imagen en productos de parques con servicios ecoturísticos concesionados

Ejemplo de aplicación de los logos en papelería:



Ejemplo de aplicación de los logos en Impresos:



Plegable general PNN Tayrona

El Ecoturismo comunitario es la alianza con organizaciones comunitarias para la prestación de servicios y actividades ecoturísticas en áreas protegidas, fortaleciendo sus capacidades, mejorando la conservación de los recursos naturales y culturales, la calidad de vida de las comunidades, y la sostenibilidad financiera de la unidad.

Parques Nacionales Naturales de Colombia implementó el uso de este logotipo en el material divulgativo de los Parques que ofrecen servicios de ecoturismo comunitario.



Manejo del Logo de ecoturismo comunitario con respecto al logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia:

El logo se debe ubicar a la derecha del logo de Parques Nacionales Naturales de Colombia y debe tener la misma altura.



Normas de manejo de imagen en productos de parques con ecoturismo comunitario



Los logos se pueden ubicar unidos o separados según el formato y el tipo de pieza que se esté diseñando como se muestra en los ejemplos:

— Plegable Ecoturismo Comunitario Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos

— Plegable general de Parques con ecoturismo comunitario



A continuación se muestran los íconos con los cuales se identifican las actividades y servicios ecoturísticos que se ofrecen en las áreas protegidas. Estos íconos se utilizan en material como plegables, volantes, vallas, señalización o cualquier material que requiera esta información.



Regionalización de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Parques Nacionales Naturales de Colombia cuenta con las siguientes seis Direcciones Territoriales a las cuales se adscriben las áreas del Sistema de Parques como se señala a continuación:

Dirección Territorial Caribe

Sede administrativa: Santa Marta, Magdalena

- Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta
- Parque Nacional Natural Tayrona
- Parque Nacional Natural Macuira
- Parque Nacional Natural Corales del Rosario y San Bernardo
- Parque Nacional Natural Old Providence McBean Lagoon
- Parque Nacional Natural Corales de Profundidad
- Parque Nacional Natural Paramillo
- Parque Nacional Natural Bahía Portete
- Santuario de Fauna y Flora Los Flamencos
- Santuario de Fauna y Flora Ciénaga Grande de Santa Marta
- Santuario de Fauna y Flora Los Colorados
- Santuario de Fauna y Flora El Corchal "El Mono Hernández"
- Santuario de Fauna Acandí, Playón y Playona
- Vía Parque Isla de Salamanca

Dirección Territorial Pacífico

Sede administrativa: Cali, Valle del Cauca

- Parque Nacional Natural Farallones de Cali
- Parque Nacional Natural Gorgona
- Parque Nacional Natural Sanquianga
- Parque Nacional Natural Uramba Bahía Málaga
- Parque Nacional Natural Utría
- Parque Nacional Natural Los Katíos
- Parque Nacional Natural Munchique
- Santuario de Fauna y Flora Malpelo

Regionalización de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Dirección Territorial Andes Occidentales Sede administrativa: Medellín, Antioquia

- Parque Nacional Natural Tatamá
- Parque Nacional Natural Las Orquídeas
- Parque Nacional Natural Los Nevados
- Parque Nacional Natural Selva de Florencia
- Parque Nacional Natural Las Hermosas
- Parque Nacional Natural Nevado del Huila
- Parque Nacional Natural Puracé
- Parque Nacional Natural Complejo Volcánico Doña Juana Cascabel
- Parque Nacional Natural Cueva de los Guácharos
- Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya
- Santuario de Fauna y Flora Galeras
- Santuario de Flora Isla de la Corota

Dirección Territorial Andes Nororientales Sede Administrativa: Bucaramanga, Santander

- Parque Nacional Natural Pisba
- Parque Nacional Natural Catatumbo - Barí
- Parque Nacional Natural El Cocuy
- Parque Nacional Natural Tamá
- Parque Nacional Natural Serranía de los Yariguíes
- Santuario de Fauna y Flora Guanentá Alto Río Fonce
- Santuario de Fauna y Flora Iguaque
- Área Natural Única Los Estoraques

Regionalización de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Dirección Territorial Amazonia Sede administrativa: Bogotá D.C.

- Parque Nacional Natural Amacayacu
- Parque Nacional Natural Cahuinari
- Parque Nacional Natural La Paya
- Parque Nacional Natural Serranía de Chiribiquete
- Parque Nacional Natural Río Puré
- Parque Nacional Natural Alto Fragua Indi Wasi
- Parque Nacional Natural Yaigojé Apaporis
- Parque Nacional Natural Serranía de los Churumbelos Auka Wasi
- Santuario de Flora Orito Ingi Ande
- Reserva Nacional Natural Puinawai
- Reserva Nacional Natural Nukak

Dirección Territorial Orinoquia Sede administrativa: Villavicencio, Meta

- Parque Nacional Natural Tinigua
- Parque Nacional Natural Sierra de la Macarena
- Parque Nacional Natural Cordillera de Los Picachos
- Parque Nacional Natural El Tuparro
- Parque Nacional Natural Chingaza
- Parque Nacional Natural Sumapaz



Introducción

Con el fin de mantener una identidad corporativa unificada, en este manual se presentan los criterios generales para el diseño de publicaciones. Dado que su cumplimiento es obligatorio, la impresión de cada una de las publicaciones de la entidad estará sujeta a la revisión y consecuente aprobación por parte del Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental de Parques Nacionales Naturales de Colombia. Para el caso de publicaciones especiales, que por sus características difieran de las pautas establecidas en este manual, se deberán aplicar las directrices o recomendaciones directas del Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.

Adicionalmente, conviene tener presente que, en virtud de la Circular 2019420000094 de Austeridad en el Gasto, todas las publicaciones deberán aparecer en formato digital. Cuando se factible conseguir patrocinio externo, se han establecido las siguientes recomendaciones:

- **Formato sugerido:** 21 cm de ancho x 21 cm de alto.
- **Tipos de papel:** se recomienda el uso de papel reciclado de 75 gr para hojas interiores y de 180 gr para portada. También se recomienda el uso de papeles elaborados 100% con caña de azúcar.
- **Número de tintas:** portada a 4 x 0 tintas (si es policromía); 2 x 0 tintas (si es un bicolor); 1 x 0 tintas (si es a una tinta). Los mismos criterios aplican para las páginas internas.
- **Acabados:** para papel propalcote se sugiere utilizar en la portada plastificado mate.
- **Encuadernación:** en el caso de publicaciones de menos de 50 páginas deben ser cosidas al caballete, para mayores de 50 páginas se debe utilizar encuadernación rústica (pegado al lomo). En los lomos se debe indicar el nombre de la publicación de abajo hacia arriba. El ancho de este dependerá, sin embargo, del número de páginas. Se recomienda, no obstante, consultar con el impresor asignado para efecto de finalizar los artes de las carátulas.

Lineamientos generales las publicaciones de Parques Nacionales Naturales de Colombia

Con el fin de unificar las publicaciones y hacer un correcto uso de convenciones, normas y estándares que aplican para el contenido de los documentos impresos, se ha aceptado como criterio el Manual de publicaciones de la American Psychological

Association (APA) en su sexta edición. A continuación, se presenta una guía de ayuda práctica basada en este Manual y que puede ser consultada por cualquier miembro de la organización. No obstante, en caso de duda se recomienda consultar las normas oficiales de APA y su blog de estilo.¹

Cuerpo del texto.

1. Bandera o créditos: todas las publicaciones de Parques Nacionales Naturales de Colombia deben incluir créditos. Estos deben contener la siguiente información:

Director(a) General
Subdirector Administrativo y Financiero o Subdirectora Administrativa y Financiera
Subdirector Técnico o Subdirectora Técnica
Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental
Adviértase que es necesario poner los créditos de los Directores Territoriales o Jefes de Programa que hayan participado en la elaboración de la publicación.

Se deben incluir también:

- Autor(es)
- Fotografías
- Corrección de estilo
- Traductor (cuando sea el caso)
- Diseño y diagramación
- Impresión
- ISBN
- Número de la edición, fecha.

¹ Aunque se alienta seguir las directrices generales propuestas por el Manual APA para el caso del formato de las publicaciones, en algunos casos se podrá privilegiar el diseño de la publicación sobre las recomendaciones de dicho Manual. Para más información, por favor consultar con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.



2. Tabla de contenido: debe incluir el nombre del capítulo y los títulos correspondientes a los sub temas con su numeración. Los números de las páginas deben ponerse en una columna ubicada a la derecha del nombre del capítulo o del título.

3. Agradecimientos: si se requiere poner agradecimientos, se hará en una página independiente, contigua a la Tabla de Contenido.

4. Presentación: la presentación de la publicación se puede ubicar en una página independiente contigua a la página de los agradecimientos.

5. Introducción o prólogo: la introducción es de carácter obligatorio y debe ponerse en una página independiente contigua a la de la presentación.²

6. Siglas: las siglas deben utilizarse en casos estrictamente necesarios. Si el texto lo requiere, la primera mención de una sigla deberá acompañada de su significado. Para usos posteriores, bastará con usar la sigla.

Citación.

Comúnmente, la citación se asume como un mecanismo a través del cual se garantizan y respeta el Derecho de autor. Sin embargo, citar debidamente garantiza la continuidad y pervivencia del conocimiento. En este sentido, permite identificar referencias que podrían nutrir futuras publicaciones y, al mismo tiempo, posibilita la inserción de cada publicación de la entidad dentro de una red bibliográfica más amplia desde la cual podrá ser consultado y citado debidamente. Existen dos tipos de citas básicas, a saber: 1) cita directa o textual; 2) cita indirecta.

Cita directa o textual: corresponde a citas que contienen oraciones o párrafos transcritos al pie de la letra desde un texto de referencia.

Cita indirecta: son citas que expresan con palabras propias (paráfrasis) las ideas contenidas en un texto de referencia.

¿Cómo citar?

Sin importar el tipo de cita, esta debe ir acompañada por su respectiva referencia parentética. Esta generalmente contiene: el apellido del autor, el año de publicación y la página (en los casos que lo requiera). Ejemplo:

(Apellido, Año) o (Apellido, Año, p. XX)
(Franco, 2000) o (Franco, 2003, p. 25)

² El Director(a) General deberá firmar la presentación o la introducción, según el caso

- Cita directa

Toda cita directa deberá incluir su respectiva referencia. Sin embargo, existen ciertas reglas adicionales que se deben seguir dependiendo del número de palabras citadas.

1. Cita directa corta. Si la cita es menor a 40 palabras, esta aparecerá incluida en el cuerpo del párrafo encerrada entre comillas dobles. Ejemplo:

Como lo destaca Wittgenstein (2007). “El mundo es todo lo que acaece” (p. 5)

La idea principal que plantea el autor es que “el mundo es todo lo que acaece” (Wittgenstein, 2007, p. 5)

2. Cita directa larga. Si la cita tiene más de 40 palabras, esta debe presentarse en un párrafo aparte y con sangría (2.54 cm). Nunca deberá estar entrecomillada. Ejemplo:

Una postura distinta podría expresarse en los siguientes términos:

El concepto de modernidad ocluye el rol de la periferia ibérica de la propia Europa, y en particular España, en su formación. A fin del siglo quince, España era el único poder europeo con la capacidad de conquista territorial exterior. [...] Hasta ese momento, Europa solo había sido la periferia del más poderoso y desarrollado mundo islámico. (Dussel, 2001, p. 59)

- Cita indirecta

Las citas indirectas o paráfrasis deben estar acompañadas por su referencia. Nunca deben estar entrecomilladas. Ejemplo:

Según Dussel (2001) la modernidad excluye comúnmente a España de cualquier intento por dar cuenta de su origen y alcance.

Para otro corriente, la modernidad excluye comúnmente a España de cualquier intento por dar cuenta de su origen y alcance (Dussel, 2001).

Por último, recuerde que las citas que provengan de una sola página deben estar precedidas por la abreviatura (p.). Cuando esta cita corresponda a varias páginas, la abreviatura que se deberá usar es (pp.). Ejemplo:

(Wittgenstein, 1980, p. 30)
(Wittgenstein, 1980, pp. 30-33)

Referencias.

La lista de referencia contiene únicamente las referencias que han sido citadas dentro de la publicación. Si la lista de referencia incluye publicaciones no citadas en el cuerpo del texto, esta llevará el título de Bibliografía. En ambas circunstancias, sin embargo, estas deberán seguir las siguientes convenciones:

1. La lista de referencias debe empezar en una página nueva.
2. El título Referencias debe ir centrado y en negrilla.
3. Las referencias deben estar ordenadas alfabéticamente según el apellido del autor.
4. Para la lista de referencias, APA recomienda utilizar las siguientes abreviaciones:

Edición..... ed.
Edición revisada ed. rev.
Editor(es)..... ed.(s)
Traductor(es)..... trad.(s)
Coordinador(es)..... coord.(s)
Sin fecha..... s.f.
Volumen..... vol. (s)

Número..... núm.
Parte..... pt.
Página(s).....p. (Pp.)
Informe técnico..... inf.téc.
Suplemento..... Supl.

Por otra parte, la forma en que aparece cada texto en la lista de referencias depende de su formato de publicación. Así las cosas, tenga en cuenta las siguientes reglas:

Libro en físico.

Apellido, A. Apellido., B. & Apellido, C. (año). Título del libro. Lugar: Editorial.
Siempre que sean más de 6 autores, se deberá incluir la abreviación et al. Ejemplo:
Cuervo et al. (2018). Teoría de los sentimientos. Madrid: Imprenta popular.

Libro en línea.

Apellido, A. (año). Título del libro. Recuperado de [http:// www.parquesnacionales.gov.co/](http://www.parquesnacionales.gov.co/)

Capítulo de un libro compilado o editado.

Apellido, A. (Año). Título del capítulo. En Apellido, A. (ed). Título del libro (pp. xx-xx). Lugar: Editorial.

Artículo de publicación periódica.

Apellido, A., Apellido, A., Apellido, A. & Apellido, A. (año) Título del artículo. Título de la publicación, volumen (número), página de inicio y página final. Doi: xxxxxxxxx.

Ley/Decreto.

Organismo que promulga. (Día, mes y año). Título de la ley, [número de la ley/ decreto]. DO: [Diario oficial donde se encuentra] o Recuperado de...

Títulos y subtítulos.

Los títulos y subtítulos siguen también las normas APA. Por este motivo, se diferencian 5 tipos de niveles con especificaciones precisas:

Títulos y subtítulos en APA	
Nivel	Formato
1	Centrado, negrita, mayúscula inicial en la primera palabra y minúsculas para el resto del título (sin punto)
2	Alineado a la izquierda, negrita, mayúscula inicial en la primera palabra y minúsculas para el resto del subtítulo (sin punto)
3	Sangría, negrita, mayúscula inicial en la primera palabra y minúsculas para el resto del título con punto aparte.
4	<i>Sangría, negrita, itálica, mayúscula inicial en la primera palabra y minúsculas para el resto del título con punto aparte.</i>
5	<i>Sangría, itálica, mayúscula inicial en la primera palabra y minúsculas para el resto del título con punto aparte.</i>

Seriación.

APA también permite la seriación en el cuerpo del texto a fin de ayudar a los autores a organizar y presentar ideas claves. Para aquellas listas donde no es relevante establecer una jerarquía, APA recomienda el uso de viñetas. Por ejemplo: Estos son temas que deberán ser revisados en la próxima reunión:

- Rol de la educación
- Presiones ambientales
- Escenarios posibles



Sin embargo, si el autor precisa establecer ya sea un orden cronológico o una jerarquía, será necesario usar siempre la numeración arábica. Ideas o temas subordinadas podrán ser incluidos siguiendo el formato estándar (1; 1.1.; 1.2; 1.3., etc.). Ejemplo:

Estos son temas que deberán ser revisados en la próxima reunión:

1. Rol de la educación
2. Presiones ambientales
3. Escenarios posibles
 - 3.1. Antioquia
 - 3.2. Cundinamarca
 - 3.3. Boyacá
 - 3.4. Tolima

Recomendaciones finales.

1. Configuración de la página: cada manuscrito debe estar en hoja tamaño carta y configurado del siguiente modo: márgenes de 2,5 cm, interlineado 1,5 y alineación hacia la izquierda (incluyendo título y bibliografía). En caso de usar numeración, esta debe aparecer en la parte inferior derecha de la página.
2. Figuras y tablas: tanto las figuras (gráficas, fotografías, diagramas e ilustraciones) como las tablas deberán ser insertadas en el texto y venir en formato editable. Todas las figuras deben aparecer sin abreviación (por ejemplo, Figura 3 o Tabla 1) siguiendo un estricto orden ascendente.
3. Uso de *itálica/cursiva*: los nombres científicos de géneros, especies y subespecies deben aparecer en *cursiva (itálica)*. Proceda de la misma forma con los términos en otro idioma.³
4. Uso de números: escribir los números del uno al diez siempre con letras. La única excepción son aquellos casos en que estos preceden a una unidad de medida (por ejemplo, 19 cm) o aquellos casos en que aparecen como marcadores (por ejemplo, parcela 4, trampa 5, estación 6, muestra 7). Los números mayores a diez deben ser escritos en números arábigos (si en el mismo párrafo se utilizan cifras menores a diez y cifras mayores a diez, todas deben ir en números arábigos).
5. Puntos cardinales y coordenadas: los puntos cardinales (norte, sur, este y oeste) en español siempre deben ser escritos en minúscula, a excepción de sus abreviaturas N, S, E, O. Sin embargo, cuando estos son usados como puntos o hacen parte de un nombre propio deberá escribirse la primera letra en mayúscula (por ejemplo, cordillera Oriental). Las coordenadas geográficas deben seguir este modelo: 04°35 '51 ''N -52°23 '43 '' O. La altitud geográfica se debe expresar acorde al ejemplo: 1180 m s.n.m. y en inglés 1180 m a.s.l.
6. Otros aspectos a tener en cuenta:
 - Los pies de páginas deben ser destinado únicamente para el desarrollo adicional de ideas o para efectos de clarificar información contenida en el cuerpo de texto. Nunca deberán ser usados para citar referencias bibliográficas.
 - Respecto a las abreviaturas y sistema métrico decimal, utilice las normas del Sistema Internacional de Unidades (SI). En este sentido, se deberá dejar un espacio libre entre el valor numérico y la unidad de medida (por ej. 450 km, 17 °C).
 - El punto no debe ser utilizado para separar los millares, millones, etc. (por ejemplo 650000). Utilizar comas para separar cifras enteras de decimales (por ejemplo, 4,6790). Para el caso del inglés, los decimales se separan con puntos (por ejemplo, 3.1416).
 - Los nombres de los meses y días se escriben con la primera letra en minúscula.

³ Las palabras de origen extranjero y de uso común en español, aceptadas por la Real Academia, como video y whisky, no irán en itálica, como tampoco una frase demasiado larga en idioma extranjero. Esta deberá aparecer entre comillas dobles.



SEÑALIZACIÓN

Santuario de Fauna y Flora MALPELO

AICA 2005
Área de Importancia Internacional para la Conservación de Aves

UNESCO 2006
Patrimonio Natural de la Humanidad

GLORES 2017
Refugio Oceánico Global

GLOBAL OCEAN REFUGE SYSTEM

Bienvenidos
Aquí protegemos hábitats y poblaciones naturales de especies terrestres y marinas, como especies endémicas, migratorias, de interés comercial y/o amenazadas.

Ecosistemas: Isla oceánica de origen volcánico, formaciones coralinas, litorales rocosos, fondos arenosos y ambiente pelágico.

Servicios ambientales: La conservación del santuario contribuye, al mantenimiento del producto pesquero para la región y ofrece una gran diversidad natural y paisajística para el desarrollo del ecoturismo.

Creación y Extensión: Declarada en 1995 con 38.000 ha y ampliada a 2.667.908 hectáreas en 2017.

Ubicación: Pertenece al Departamento del Valle del Cauca a 490 kms. de Buenaventura.

malpelo@parquesnacionales.gov.co www.parquesnacionales.gov.co

La señalización de las áreas protegidas más que un requerimiento técnico, es una necesidad, no solo para evitar la afectación de las áreas, sino para ubicación y apropiación por parte de las comunidades, seguridad de los visitantes y la identificación de Parques Nacionales Naturales de Colombia como institución administradora de dichas áreas.

El desarrollo de la señalización de los Parques Nacionales Naturales de Colombia, busca identificar de forma clara e inmediata los diferentes aspectos referentes a la ubicación, orientación, protección, administración y su peculiaridad más significativa; es decir, flora, fauna, comunidades, aspectos culturales, geológicos o paisajísticos que mejor lo identifique.

Modelo de valla de interpretación



2. Tipos de vallas:

De acuerdo con sus contenidos se clasifican en dos tipos:

Vallas de señalización

Aproximación: informan sobre las distancias y tiempos de un recorrido con respecto a un punto específico y su grado de dificultad.

Orientación: se usan para direccionar la movilidad de las personas e indicar la ubicación de servicios (baños, restaurantes, alojamiento).

Información: Datos sobre el lugar en el que está, cuáles es su importancia, actividades que se pueden practicar y reglamentación.

Seguridad: recomendaciones para la prevención de riesgos y seguridad de las personas cuando visitan el área protegida.

Identificación: provee el nombre de un edificio, casa, habitación, etc. que ayude a la orientación del visitante.

Vallas de interpretación

Maneja contenidos relacionados con la interpretación específica del área protegida. La información relacionada con términos biológicos, ecosistémicos y asociados a la cultura. Como por ejemplo los valores objeto de conservación del área protegida.



3. Pautas a considerar para definir las necesidades de señalización en Parques Nacionales Naturales de Colombia y su producción:

Con el fin de dar a conocer los insumos que requiere el equipo del Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental (GCEA) para llevar a cabo la elaboración de la señalización se deben tener en cuenta los siguientes pasos y requisitos:

- 1. Identificar la necesidad:** ¿Cuál es su función? ¿Se necesita comunicar algo referente a la aproximación a un lugar, a la orientación o ubicación, identificar infraestructura (oficinas, baños, etc.), información general, de seguridad o de interpretación ambiental?
- 2. Identificar el lugar que desea señalar:** ¿Está dentro o fuera del parque, a la entrada del parque, el inicio de un sendero, una estación dentro de un sendero, una carretera principal o camino?.
- 3. Una vez definido el lugar se determina su ubicación con GPS (Sistema de Posicionamiento Global).** Si es un sendero, se debe hacer de principio a fin, identificando tanto su georeferenciación como su función. (Ver matriz de señalización).
- 4. Registro (fotos, video) y describir brevemente los puntos de parada.** Por ejemplo, describir la distancias a las que se debe leer la señal, el tipo de vehículos que transitan el camino, etc., de tal forma que los diseñadores puedan asesorar de forma precisa sobre el tamaño de la señalización, de la fuente (letra) y el color que sean más efectivos para la comunicación.



5. Con respecto a la señalización interpretativa es importante tener en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Tamaño y posibilidades del espacio** definido para hacer las paradas interpretativas. Esto permite identificar el potencial del lugar en términos de generar un espacio de flujo rápido o lento (sillas, sombra, etc.).
- b. Contenido de los guiones** en relación con la visual escénica del lugar y a los atractivos ecoturísticos.

6. La señalización propuesta debe adaptarse a las necesidades de los diversos públicos. Por ejemplo, niñas, niños, personas con necesidades especiales, entre otros. Para poner a prueba los materiales en general, se sugiere hacerse las siguientes preguntas:

- a. ¿Reconoce la audiencia piloto todos los símbolos?
- b. ¿Tienen los símbolos utilizados, una interpretación clara y es la misma que usted intenta mostrar en su mensaje?
- c. ¿Me tomado el tiempo necesario para comprender el contexto local y consultado a algunos de sus miembros sobre las ayudas visuales que pueden funcionar?.

7. Presupuesto de la señalización, incluyendo la instalación.

8. Fabricación e instalación de vallas.



1. Para ampliar la información consulte: Interpretación de la Biodiversidad: Manual para Educadores Ambientales en los Trópicos. 1999. P.40.

3. Protocolo de comunicaciones (Elaboración de contenidos).

1. El área protegida seleccionada, monta los contenidos de las vallas, de acuerdo con las especificaciones de contenidos enunciadas en este documento.

En el caso de que las vallas tengan ilustraciones, desde el parque se seleccionan las fotos que sirvan de apoyo para la elaboración de las ilustraciones. Estas fotos se deben enviar en archivos independientes (NO ENVIARLAS ADJUNTADAS EN WORD O POWER POINT), y en lo posible en alta resolución (EVITE ENVIAR FOTOS DE WHATSAPP), se pueden enviar archivos en formato JPG o TIFF.

Si las vallas tienen mapas solicite al profesional de Sistema de Identificación Geográfica (SIG) de apoyo, grabar los mapas en formato PDF (en líneas) y en formato JPG (para previsualización de color) en un tamaño mínimo de un cuarto de pliego. Estos mapas deben venir sin cotas y curvas de nivel.

Se pueden montar los contenidos en Power Point, especificando el tipo de valla y montando la foto o el mapa dependiente de su tipo.

2. Los contenidos de las vallas son revisados por el profesional de Educación Ambiental del GCEA, quien debe aprobar los contenidos según la información suministrada por el área protegida o dependencia responsable.

3. Se devuelven las correcciones al parque para que hagan los ajustes de contenidos.

4. Por último, los contenidos son revisados por el comunicador del GCEA, y se envían los archivos para diseño.



SI SE CONTRATAN LOS SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE CONTENIDOS para vallas de señalización, estos deben ser aprobados por el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental de Parques Nacionales Naturales de Colombia.

4. Información base para solicitud de diseño

Para el envío de la solicitud de diseño, cada Parque debe especificar la siguiente información sobre la señalización requerida:

1. Identificar la ubicación de la señalización: entrada al parque, inicio de sendero, sendero, carretera (especificar el tipo de vehículos que transitan por ella). Si es en la población cercana se debe especificar la misma información. Aportar el registro (fotos, video) y descripción de los puntos de parada.
2. Identificar la función que tiene: aproximación, orientación, información, seguridad, identificación, interpretación.
3. Tamaño de valla: Tipo I,II,III,IV, atril. (Ver tamaños y tipos de vallas).
4. Ubicación georeferenciada. (Ver planilla de registro de señalización).
5. Contenido: Envío de texto propuesto.
6. Imagen y mapas: dado que la señalización es ruteada, las imágenes deben ser sencillas y concretas. Si el parque cuenta con la imagen, su solicitud debe ser muy específica. Por ejemplo, en el caso de requerir la imagen de una especie se debe dar su nombre.

Dado que la técnica implementada es ruteo por el Sistema de Control Numérico (CNC) por su sigla en inglés, se sugiere no usar imágenes de paisajes.

Criterios a tener en cuenta para determinar el tamaño de la letra de la señalización de acuerdo a la distancia de visualización.

DISTANCIAS DE VISUALIZACIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO DE LAS LETRAS (Espacios cerrados)

Distancia de visualización	Títulos principales	Texto subordinado
5 metros	2.5 centímetros	1.25 centímetros
10 metros	5 centímetros	2.5 centímetros
15 metros	7.5 centímetros	5 centímetros

DISTANCIAS DE VISUALIZACIÓN Y TAMAÑO MÍNIMO DE LAS LETRAS (Vallas senderos)

Tipo de texto	Distancia 0 a 1.5 m	1.5 a 2 m	9 m	18 m
Títulos	2 cm (Mínimo 72 puntos)	2.5 cm (Mín. 96 ptos.)	10 cm	15 cm
Encabezamientos	1.3 cm (Mínimo 48 puntos)	2 cm (Mín. 72 ptos.)	8 cm	13 cm
Texto principal	0.6 cm (Mínimo 24 puntos)	1.3 cm (Mín. 48 ptos.)	6 cm	10 cm
Información y rotulación de especies	0.5 cm (Mínimo 18 puntos)	0.6 cm (Mín. 24 ptos.)	NO APLICA	NO APLICA

Productos que debe entregar el diseñador.

1. El diseñador debe entregar el archivo editable de la valla en su versión color y en su versión en líneas. (Si hay ilustraciones o mapas, estos deben estar en líneas, NO SE RECIBEN EN IMÁGENES o FOTOGRAFÍAS).

2. Archivos que entrega el diseñador para el proveedor de vallas:

Un (1) archivo JPG al 10%, para muestra y previsualización de colores.

Un (1) archivo(s) en formato CDR (Corel Draw) preferiblemente o en AI (Adobe Illustrator) en líneas para ruteo CNC (Sistema de Control Numérico).

Un (1) archivo de apoyo en líneas en formato PDF.

3. Total archivos que entrega el diseñador por valla: 3.

ANTES DE CONTRATAR LOS SERVICIOS DE ELABORACIÓN DE LAS VALLAS, se deben tener TODOS LOS DISEÑOS Y LOS ARCHIVOS FINALIZADOS de las vallas ya aprobados por el profesional a cargo del Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental de Parques Nacionales Naturales de Colombia.

Modelo de valla de información



Modelo de archivo para previsualización de color

Modelo de archivo para ruteo CNC

5. Tamaños de vallas

Valla tipo I horizontal (Versión extendida).

Tamaño útil de tablero: 3*1 metros.

Valor aproximado sin instalación: \$4.800.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.



Valla tipo I horizontal.

Tamaño útil de tablero: 2*1 metros. - Valor aproximado sin instalación: \$ 3.800.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.



Valla tipo I vertical (Inicio de sendero).

Tamaño útil de tablero: 2*1 metros.

Valor aproximado sin instalación: \$ 3.800.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.

Descripción de contenido:

- Logo de PNN (arriba-izquierda)
- Nombre del PNN (arriba-derecha)
- Toponimia (significado del nombre)
- Tiempo del recorrido
- Grado de dificultad
- Breve descripción (>20 palabras)
- Mapa del sendero
- Perfil del sendero
- Distancia del recorrido
- Logos patrocinadores (abajo derecha).



Valla tipo II.

Tamaño útil de tablero: 0.8 * 1.2 metros.

Valor aproximado sin instalación: \$ 2.800.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.



Valla tipo III.

Tamaño útil de tablero: 0.45 * 0.7 metros.

Valor aproximado sin instalación: \$1.800.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.



Valla tipo atril

Tamaño útil de tablero: 2 * 0.5 metros.

Valor aproximado sin instalación: \$ 3.200.000

*Valores actualizados a mayo de 2021.



Parque Nacional Natural Pisba
www.parquesnacionales.gov.co pisba@parquesnacionales.gov.co

Pozo del Soldado
 Aquí más de 80 soldados del ejército libertador fueron sepultados. En este lugar el Ejército Nacional rinde honores a los soldados caídos que cruzaron este páramo, en donde se forjó el anhelo de libertad.

GOBERNACIÓN DE Boyacá
 Secretaría de Turismo
 Departamento de Boyacá
 PNN Pisba
 Municipio de Socotá

Parque Nacional Natural Chingaza
PUNTO DE OBSERVACIÓN DE AVES

Los cantos y colores de las aves.
 Existen alrededor de especies de aves en el Parque.

Voluntariado Familia Bolívar
 UN PROGRAMA DE Fundación Bolívar Davivienda

El pomponero vientricobrizo
 poliniza al sietecueros

El darinero
 dispersa semillas del uvo

La reinita
 controla insectos



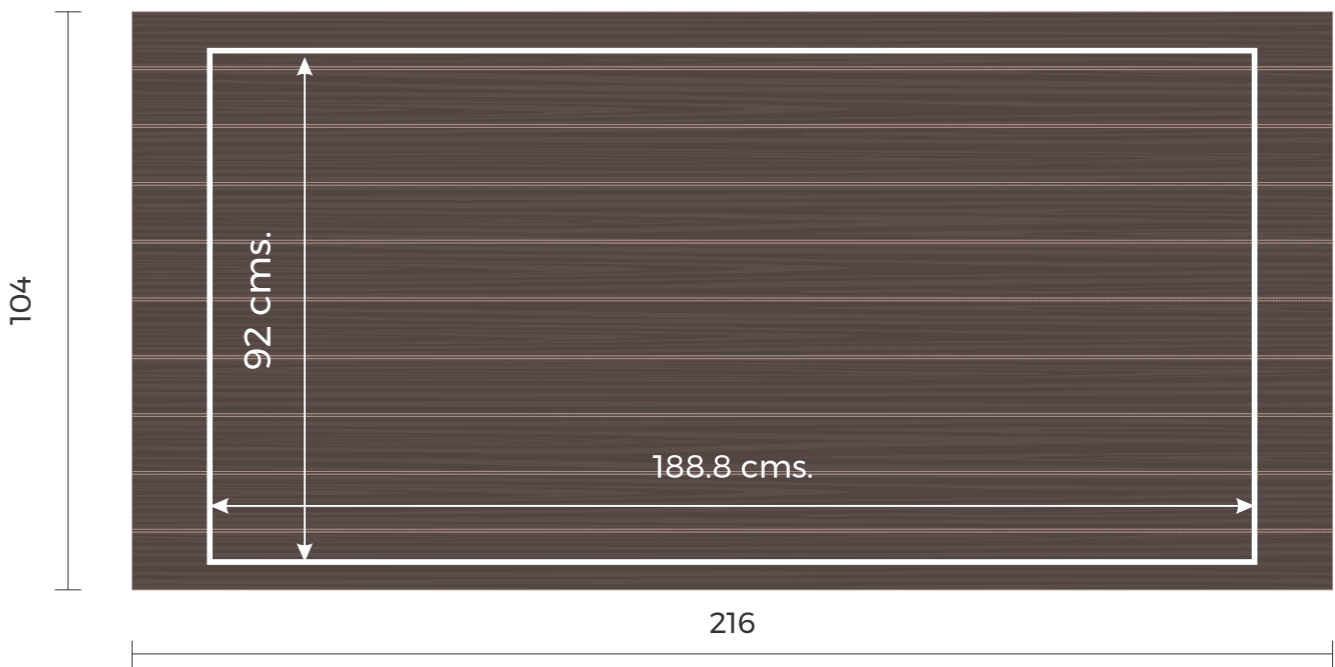
Señalización de servicios:

- Taquillas
- Servicios administrativos
- Zona de alojamiento de visitantes
- Zona de camping
- Seguridad
- Zona de venta de productos alimenticios
- Ecotienda
- Baños
- Centros de investigación.



Modelo: Valla tipo I - Apoyado por un proyecto de cooperación

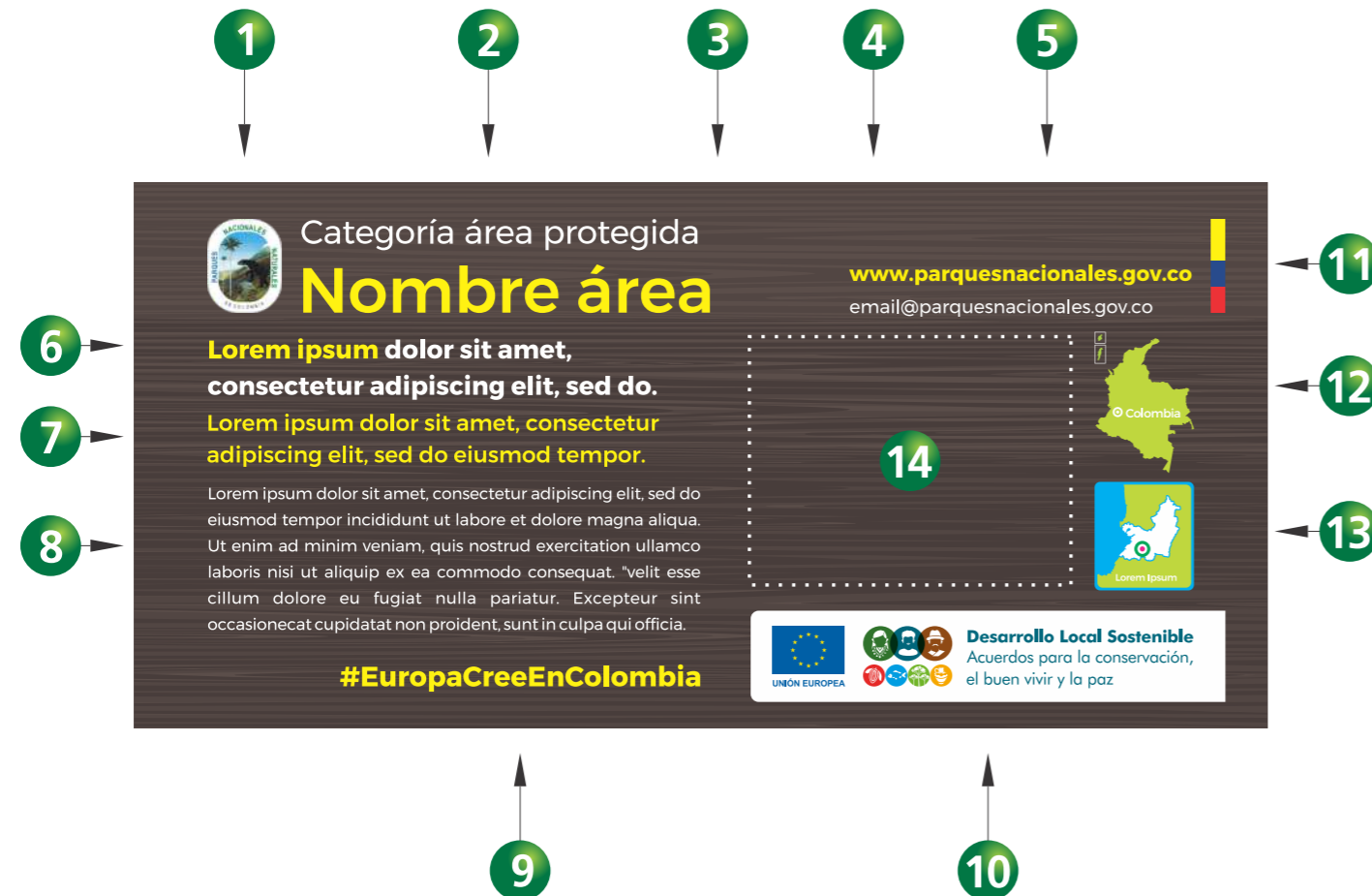
Dimensiones: Panel valla tipo I.



Tamaño de panel: 216 x 104 cms.

Tamaño área de uso: 188.8 x 92 cms.

Componentes:



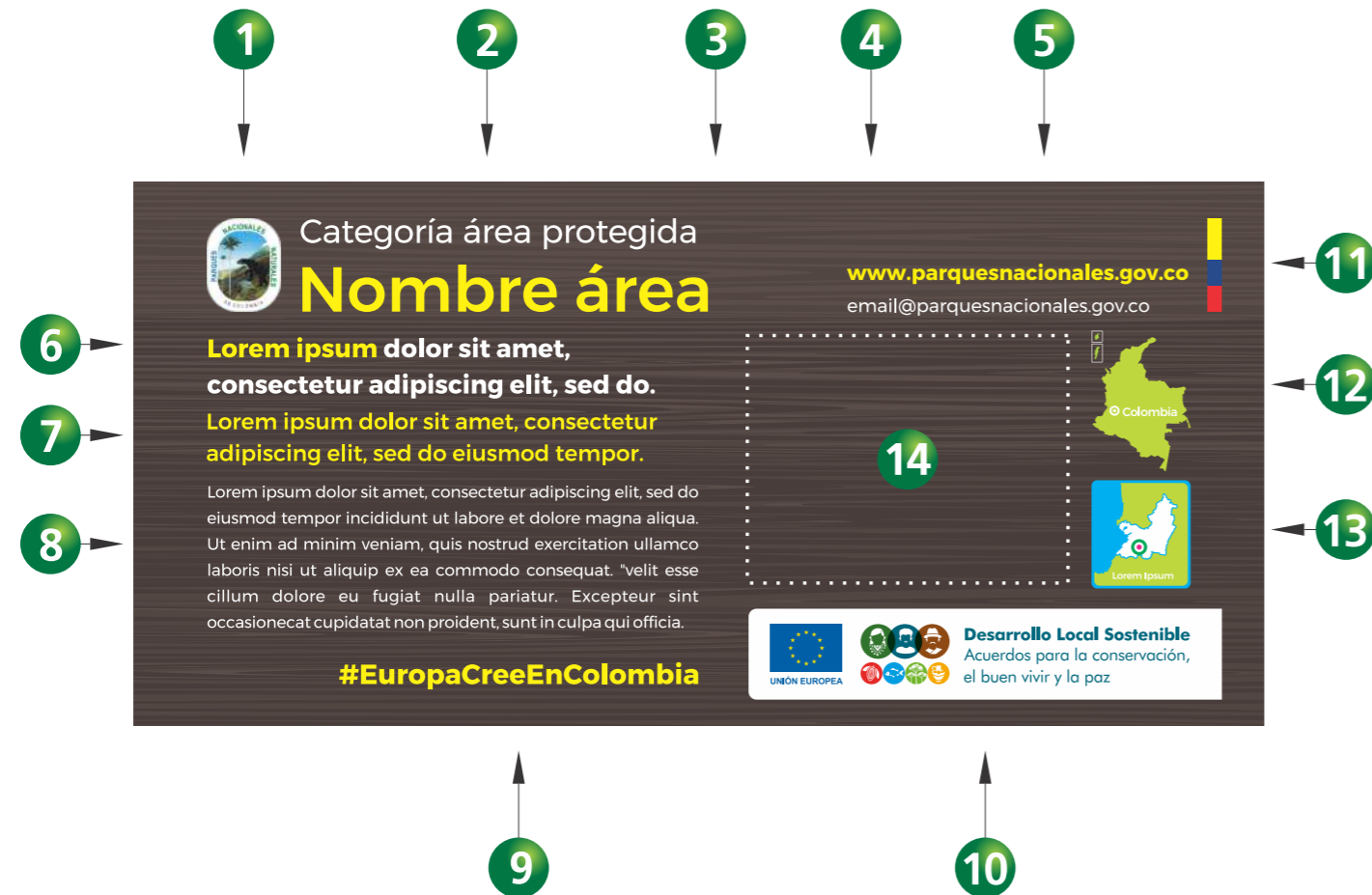
Contenido y descripción: Valla tipo I.

- 1** Logo Parques Nacionales Naturales de Colombia (Altura 20% de la altura de la valla).
- 2** Categoría área protegida: Parque Nacional Natural, Santuario de Fauna y Flora, Santuario de Flora, Santuario de Fauna, Vía Parque, Área Natural Única, Reserva Nacional Natural y Distrito Nacional de Manejo Integrado.
- 3** Nombre del área protegida.
- 4** Dirección página web: www.parquesnacionales.gov.co
- 5** Correo electrónico área protegida: xxxxxx@parquesnacionales.gov.co
- 6** Título de la valla (Se sugiere máximo 70 caracteres).
- 7** Subtítulo de la valla (Se sugiere máximo 85 caracteres).
- 8** Contenido: Párrafo de texto (Se sugiere máximo 380 caracteres).

Los subtítulos no son una regla para los contenidos de las vallas, su uso se deja a consideración del área protegida. Si no hay subtítulos, se puede dar la posibilidad de ampliar los contenidos del título y el párrafo de texto.

Contenido: Párrafo de texto sin subtítulo: Se sugiere máximo 580 caracteres.



Componentes:



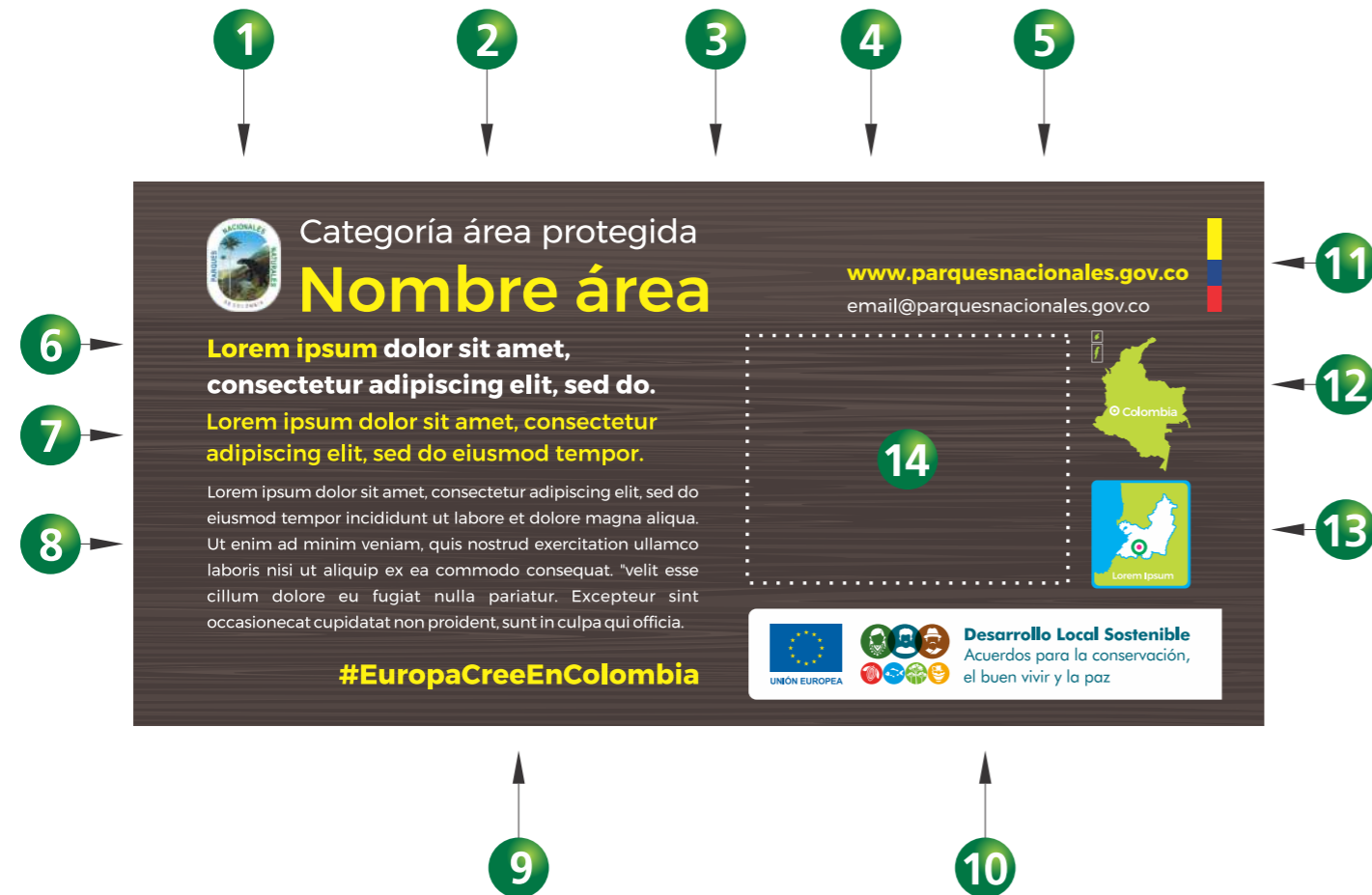
Contenido y descripción: Valla tipo I.

- 9** De tener un eslogan el proyecto de cooperación se ubicará en la parte inferior y se recomienda mantener la reserva de espacio alrededor de este texto. Esta ubicación se concertará con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.
- 10** Símbolos y logos del Proyecto. Esta ubicación se concertará con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.

Ejemplo de logos de proyecto de cooperación:

<p>Icono Unión Europea</p>  <p>UNIÓN EUROPEA</p> <p>Texto Unión Europea</p>	<p>Iconos comunidades</p>  <p>Iconos líneas de acción</p>	<p>Nombre del proyecto</p> <p>Desarrollo Local Sostenible Acuerdos para la conservación, el buen vivir y la paz</p> <p>Eslogan del proyecto</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Componentes:



Contenido y descripción: Valla tipo I.

- 11** Icono bandera de Colombia. Va ubicada en el borde derecho del área de uso de panel de información y su altura es igual a la del logotipo de Parques Nacionales Naturales de Colombia.
- 12** Mapa de ubicación del área protegida en Colombia y en el departamento donde se encuentre, dejando un espacio entre el mapa de Colombia y el departamento para el proceso de ruteo y con el texto "Colombia" dentro del mapa. Este mapa siempre debe ir en el lado derecho de la valla.
- 13** Mapa del detalle de la ubicación del área protegida en el departamento y con el texto del nombre del mismo. Este mapa siempre debe ir en el lado derecho de la valla y debajo del mapa de la ubicación en Colombia.



- 14** Espacio para gráficos, ilustraciones o mapas. Área aproximada: 64 x 48 cms.

Tipografías, uso y aplicación

The diagram shows a wall sign layout with the following elements and callouts:

- 2**: Categoría área protegida
- 3**: Nombre área
- 4**: Dirección página web
- 5**: Correo electrónico área protegida
- 6**: Primer párrafo de Lorem ipsum
- 7**: Segundo párrafo de Lorem ipsum
- 8**: Tercer párrafo de Lorem ipsum
- 9**: Hashtag #EuropaCreeEnColombia
- 12**: Mapa de Colombia
- 13**: Mapa de la zona protegida
- 14**: Logo de Desarrollo Local Sostenible

Tipografía seleccionada:

Familia **Montserrat**

Estilos de la tipografía seleccionada:

Montserrat (Normal)

A B C D E
a b c d e

Montserrat (Medium)

A B C D E
a b c d e

Montserrat (Bold)

A B C D E
a b c d e

Montserrat (Cursiva)

A B C D E
a b c d e

Aplicaciones de la tipografía seleccionada:

- 2** Categoría área protegida: Montserrat Normal (Tamaño sugerido en puntos: 180).
- 3** Nombre del área protegida: Montserrat Medium (Tamaño sugerido en puntos: 340).
- 4** Dirección página web: Montserrat Bold (Tamaño sugerido en puntos: 115).
- 5** Correo electrónico área protegida: Montserrat Normal (Tamaño sugerido en puntos: 100). Este texto debe ir justificado con el de la página web a lo ancho.

Tipografías, uso y aplicación

El diagrama muestra una valla informativa con los siguientes elementos y anotaciones:

- 2:** Categoría área protegida.
- 3:** Nombre área.
- 4:** URL y correo electrónico.
- 5:** Logo de parques nacionales.
- 6:** Título de la valla.
- 7:** Subtítulo de la valla.
- 8:** Contenido: Párrafo de texto.
- 9:** Eslogan del proyecto de cooperación.
- 12:** Palabra "Colombia" en el mapa de ubicación del área protegida.
- 13:** Palabra(s) "Departamento ..." en el mapa del detalle de la ubicación del área protegida en el departamento.
- 14:** Espacio destinado para gráficos, ilustraciones o mapas.

Tipografía seleccionada:

Familia **Montserrat**

Estilos de la tipografía seleccionada:

- 6** Título de la valla: Montserrat Bold (Tamaño sugerido en puntos: 130).
- 7** Subtítulo de la valla: Montserrat Medium (Tamaño sugerido en puntos: 120).
- 8** Contenido: Párrafo de texto - Montserrat Normal (Tamaño sugerido en puntos: 90). Esta tipografía posee un amplio interlineado, dependiendo la cantidad de textos del párrafo, este se puede ajustar a un 85% de altura del carácter.
- 9** Eslogan del proyecto de cooperación: Montserrat Bold (Tamaño sugerido en puntos: 150).
- 12** Palabra "Colombia" en el mapa de ubicación del área protegida: Montserrat Medium (Tamaño sugerido en puntos: 65).
- 13** Palabra(s) "Departamento ...)" en el mapa del detalle de la ubicación del área protegida en el departamento: Montserrat Medium (Tamaño sugerido en puntos: 55).
- 14** En el espacio destinado para gráficos, ilustraciones o mapas, se puede utilizar cualquier tipo de letra de la familia de fuente Montserrat, dependiendo la jerarquía de la información, se sugiere como tamaño mínimo de fuente: 50 puntos.

Para los nombres científicos se debe utilizar la fuente Montserrat en su versión cursiva.

Modelo: Valla tipo I.



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS - Vallas tipo I:

IMPORTANTE: Antes de iniciar un proceso de contratación para fabricación y elaboración de vallas, por favor consultar y revisar los ESTUDIOS PREVIOS Y LAS ESPECIFICACIONES TÉCNICAS con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental de Parques Nacionales Naturales de Colombia - Nivel Central.

Las especificaciones técnicas descritas a continuación son **INMODIFICABLES**, ninguno de los materiales, acabados o dimensiones debe ser alterado y cada uno de estos será verificado independientemente, cualquier alteración es causal de rechazo de la valla.

Valla Tipo I: Compuesta por (1) una estructura autoportante, por (1) un panel de información y por (4) cuatro herrajes de anclaje.

Estructura - Valla tipo I - Materiales.

Se deben elaborar en madera de alta resistencia a la intemperie, ÚNICAMENTE EN ZAPAN (De no conseguirse zapan por las únicas maderas que se puede reemplazar es NAZARENO o GRANADILLO, previa autorización por Parques Nacionales Naturales de Colombia).

Antes de iniciar el proceso de manufactura, el fabricante debe enviar un informe a Parques Nacionales Naturales de Colombia, con los **certificados de origen y permisos de las maderas** a usar, y con estos certificados debe hacer una tabla con una relación donde se especifique cuál es la madera que se va a usar para la estructura y cuál es la madera para los tableros Y CON REGISTRO FOTOGRÁFICO. Las maderas a utilizar deben estar completamente secas.

Especificaciones técnicas - Vallas tipo I:

Inmunización: Las maderas a usar deben ser inmunizadas, con protección UV para la intemperie, fungicida, con hidrófugo para protección contra el agua. ÚNICAMENTE SE DEBE UTILIZAR IMPRA PROFILAN ELAN o PROFILAN PLUS, color caoba, teca o jacaranda y en un mínimo de CUATRO capas aplicadas a mano con brocha, para garantizar la mayor absorción de los compuestos. Este proceso debe tener un lapso de un día por capa. **Se debe adjuntar copia de la compra de este producto y de las cantidades.**

Estructura - Valla tipo I - Descripción y dimensiones.

Está conformada por (4) cuatro soportes estructurales, (3) tres vigas estructurales, que soportan (1) un panel de información.

Estructura - Valla tipo I - Soportes estructurales

Los soportes deben ser **UNA SOLA PIEZA DE MADERA**. No está permitido hacerlo por secciones y luego pegarlos. **LA ÚNICA MADERA AUTORIZADA ES ZAPAN**. Cualquier variación en el tipo de madera, cantidad o dimensiones es causal de rechazo.

Dimensiones generales:

8 cms ancho - 8 cms profundidad - 230 cms altura.

Cantidad: 4.

Maquinado

Achaflanado: Un achaflanado a 45 grados en cada uno de los soportes estructurales, en la parte superior del soporte estructural, enfrentado a las medias cajas.

Medias cajas: Tres medias cajas en cada uno de los soportes estructurales de: 8 cms de ancho * 3 cms de profundidad * 4 cms de altura. Iniciando de la base hacia arriba a 48 cms, 102 cms, y 204 cms.

Perforaciones: Cuatro perforaciones en cada uno de los soportes estructurales de ½", con avellanado para arandela y tuerca de sujeción a las siguientes alturas, iniciando de la base hacia arriba y con centro a 50 cms, 110 cms, 154 cms y 198 cms.

Estructura - Valla tipo I - Vigas estructurales

Las vigas estructurales deben ser **UNA SOLA PIEZA DE MADERA**. No está permitido hacerlas por secciones y luego pegarlas. **LA ÚNICA MADERA AUTORIZADA ES ZAPAN**. Cualquier variación en el tipo de madera, cantidad o dimensiones es causal de rechazo.

Dimensiones generales:

216 cms ancho x 8 cms profundidad x 4 cms altura.

Cantidad: 3

Maquinado: Corte a medida y 2 piezas con canal de 2 cms de ancho y de profundidad para ajuste y ensamble de tablero de información.

Especificaciones técnicas - Vallas tipo I:

Panel de Información - Valla tipo I - Descripción y dimensiones.

El panel de información deben ser **UNA SOLA PIEZA DE MADERA FORMADA POR DE 8 A 10 TABLONES HORIZONTALES DE 2 CMS DE CALIBRE MÍNIMO**. No está permitido hacer el panel por partes pegadas hasta llegar al calibre solicitado. **LA ÚNICA MADERA AUTORIZADA ES ZAPAN**. Cualquier variación en el tipo de madera, cantidad o dimensiones es causal de rechazo.

Dimensiones generales:

Cantidad: (1) uno. Dimensiones: 216 * 104 cms. Calibre: 2 cms.

Maquinado:

Doble machihembrado de 4 a 5 mms para los tablones del panel de información.

Descripción:

10 Tablones de madera HORIZONTALES de aproximadamente:

Altura: 10.9 cms. Ancho: 216 cms
Calibre: 2 cms Machihembrados (+/- 5 mms).

Panel conformado por diez (10) tablones de 10,9 cms. o de menor dimensión hasta completar el área requerida. (Incluyendo machihembrado: 104 cms). Unión de los tablones: Por pegante resistente al agua (Carpincol) y acompañado de prensado a baja presión.

El panel de información deben ser **UNA SUPERFICIE COMPLETAMENTE LISA, SIN ALTIBAJOS, SIN GRIETAS, SIN AÑADIDOS**, cualquier alteración es causal de rechazo.

Todos los requerimientos técnicos de materiales y tipo de madera de la estructura aplican de igual forma para el panel de información.

El panel de información es ruteado +/- un 80% del área total, por sistemas CNC sobre el mismo, **CON UNA PROFUNDIDAD MÍNIMA DE 4 MMS**. (No está permitido el uso de pirograbado por láser) y sus acabados de color con pinturas de poliuretano, resistentes a la intemperie con protección UV y un mínimo de 4 capas, cualquier alteración es causal de rechazo.

Los proponentes deberán certificar experiencia en ruteado sobre madera y de acabado de pintado a mano sobre el ruteado y la madera directamente, pintura de trabajos similares o desarrollo de trabajos en áreas protegidas.

Parques Nacionales Naturales de Colombia solicitará una muestra física antes de la contratación del tipo de madera, del ruteo para verificación de la profundidad requerida y de la pintura sobre la madera.

Ejemplos de paneles mal machi hembriados y abiertos - **NO SE RECIBIRÁN.**



Ejemplo de paneles mal ruteados, no hay profundidad en el ruteo.
NO SE RECIBIRÁN.



Ejemplo de paneles con hendiduras en las uniones.
NO SE RECIBIRÁN.

Especificaciones técnicas - Vallas tipo I:

Sujeción estructura y herrajes - Valla tipo I - Descripción y dimensiones.

LOS MATERIALES Y LAS DIMENSIONES DESCRITAS A CONTINUACIÓN SON INALTERABLES. Cualquier variación en el material, cantidad o dimensiones es causal de rechazo.

SUJECIÓN ESTRUCTURA.

Los soportes estructurales se unen con el tablero de información y las vigas estructurales, mediante el uso de **VARILLAS ROSCADAS EN ACERO INOXIDABLES DE ½", CON UNA LONGITUD APROXIMADA DE 18 CMS., CON TUERCAS Y ARANDELAS.**

Cantidad: 8 juegos.

Varillas roscadas de ½" en acero inoxidable. **Cantidad:** 8.

Tuercas de roscadas de ½" en acero inoxidable. **Cantidad:** 16.

Arandelas de ½" en acero inoxidable: **Cantidad:** 16.

Maquinado: Corte a medida de varillas roscadas.

Varillas roscadas, tuercas y arandelas de sujeción de media pulgada en acero inoxidable: Unen los diferentes componentes de las vallas.

HERRAJES DE SUJECIÓN.

Los soportes estructurales se anclan al piso mediante el uso de herrajes metálicos elaborados en lámina de hierro de 1/4", tubo de hierro de 2", y varilla de hierro de 1/4".

LOS MATERIALES Y LAS DIMENSIONES DESCRITAS A CONTINUACIÓN SON INALTERABLES. SON CUATRO HERRAJES, UNO POR SOPORTE. NO SE PUEDEN SUJETAR DOS SOPORTES ESTRUCTURALES CON UN SOLO HERRAJE. Cualquier variación en el material, cantidad o dimensiones es causal de rechazo.

Herrajes: CUATRO (4) HERRAJES CON RECUBRIMIENTO ELECTROSTÁTICO DE CADMIO, no se puede reemplazar por nada este recubrimiento para los herrajes. Los herrajes son de ocho (8) ocho (8) cms. y setenta (70) cms., de longitud, los cuales deberán ir anclados al piso en dados de concreto a una profundidad de setenta (70) cms, y fijados a la estructura con dos (2) tornillos, arandelas y tuercas de media pulgada en acero inoxidable de alta resistencia a la corrosión, por herraje.

Total de herrajes para valla tipo I.: 4.

Cantidad de juegos de una varilla roscada, dos tuercas y dos arandelas por valla: 8.

Ejemplo de herrajes dobles.
NO SE RECIBIRÁN.





Stand Expoartesánías



Stand feria Maloka



Stand portátil
La Tienda de
Parques

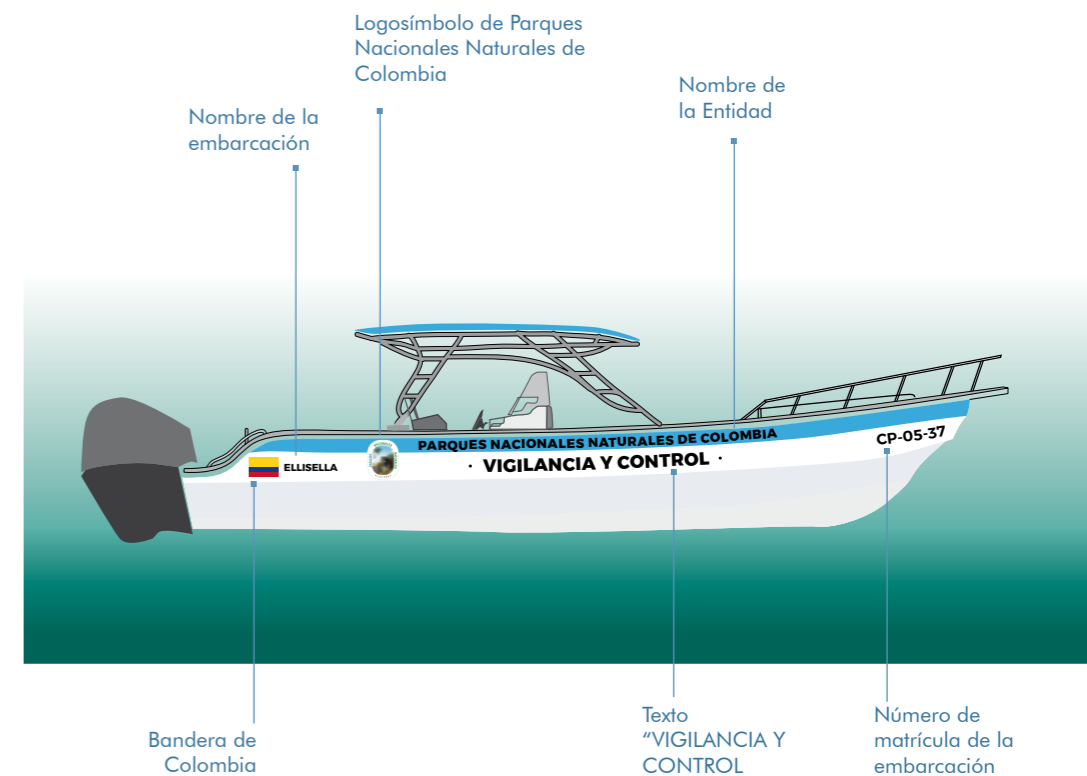
1. Automóviles y Camionetas

El logotipo Parques Nacionales Naturales de Colombia, se debe elaborar en vinilo autoadhesivo en impresión digital para exteriores y con protección UV.



2. Marcación de lanchas

El logotipo Parques Nacionales Naturales de Colombia, se debe elaborar en vinilo autoadhesivo en impresión digital para exteriores y con protección UV. Los textos de número de matrícula de la embarcación, nombre de la entidad y nombre de la embarcación, se pueden elaborar en vinilo autoadhesivo por plotter de corte.



3. Motocicletas

El logotipo Parques Nacionales Naturales de Colombia, se debe elaborar en vinilo autoadhesivo en impresión digital para exteriores y con protección UV.



Se entiende por uniforme institucional de Parques Nacionales Naturales de Colombia, el uso de la camisa y/o camiseta, el pantalón, las chaquetas, busos, botas y demás prendas específicas para cada piso térmico que aparecen descritas en el Manual de Identidad Visual de Parques Nacionales Naturales de Colombia, adoptado mediante la Resolución No. 0246 de noviembre de 2010. Siempre debe usarse el uniforme completo. No está permitido mezclarlo con otro tipo de prendas diferentes a las que hacen parte integral del mismo.

El uniforme institucional de Parques Nacionales Naturales de Colombia es parte fundamental de la imagen institucional y de la presentación del personal al servicio de la entidad, contribuyendo al bienestar, comodidad e identificación de sus servidores y por lo tanto debe usarse en reuniones, eventos en los que se esté representando a la Entidad y cuando se viaje en comisión dentro de Colombia o al exterior.

Parques Nacionales Naturales de Colombia ejerce sus funciones en cada una de las Áreas del Sistema de Parques Nacionales dentro del Territorio Nacional y con el fin de elevar los niveles de seguridad en la movilización del personal, como lo establece el "Protocolo de Seguridad Actitud y Comportamiento ante Riesgo Público de la Unida de Parques Nacionales" es necesario establecer el uso del uniforme institucional como obligatorio para el personal que se encuentra en las áreas protegidas o que se movilice a las mismas.

Los Administradores de las Áreas del Sistema de Parques, deberán exigir el estricto cumplimiento de tal obligación al personal bajo su dependencia.

Está prohibido el canje, venta o transferencia de los elementos integrantes del uniforme entregado por ropa, calzado y/u otros elementos porque se convierte en factor de riesgo público que vulnera la seguridad de los equipos de trabajo en las áreas protegidas.

El incumplimiento de estos deberes conllevará a las sanciones disciplinarias a que haya lugar para los funcionarios, y para los contratistas conllevará al incumplimiento de las obligaciones del contrato.

Uniforme institucional

Camisa oficial manga corta

La camisa manga corta se debe usar con pantalón o bermuda según modelo.

El escudo debe ser bordado por hilos tipo marquilla y debe tener un diámetro de 9.5 cm.



Uniforme institucional

Camisa oficial manga larga

La camisa manga larga se debe usar con pantalón o bermuda según modelo.

El escudo debe ser bordado por hilos tipo marquilla y debe tener un diámetro de 9.5 cm.



Camiseta oficial

Las camisetas polo y cuello redondo se deben usar con pantalón o bermuda según modelo.



Busos y chaquetas oficiales

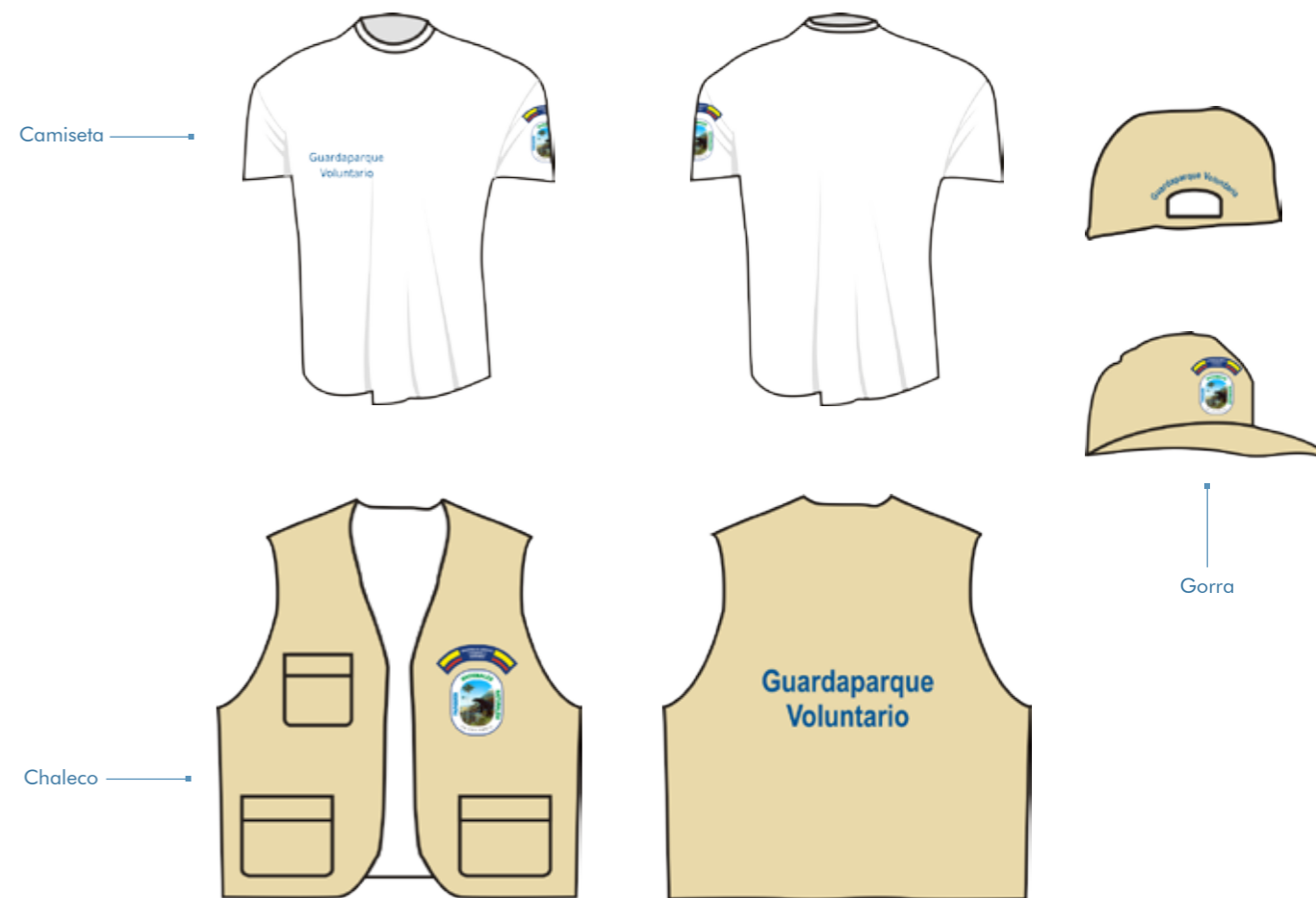
Los busos y chaquetas se deben usar como complemento de las camisas y/o camisetas oficiales con pantalón según modelo.



Accesorios



Guardaparques Voluntarios



Protocolo de comunicaciones frente a los medios de comunicación

El manejo de la información de Parques Nacionales Naturales a través de los medios de comunicación está regido por un protocolo establecido por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y la Dirección General de Parques Nacionales Naturales, que busca aprovechar al máximo las oportunidades de contacto con los medios de comunicación para presentar las acciones de Parques Nacionales Naturales de Colombia a través de mensajes claves, con valor noticioso y educativo, que generen reconocimiento a la actividad y unos colombianos mejor informados sobre la conservación de las áreas protegidas.

En las entidades públicas no todos los funcionarios o contratistas están autorizados para dar información en los medios de comunicación, por el contrario, existe un camino a seguir con el fin de evitar imprecisiones, inexactitudes y malos entendidos.

Para temas de orden público, atención de emergencias, denuncias, deforestación, riesgo público y en general noticias “negativas”, el único vocero autorizado para pronunciarse ante los medios de comunicación es la Dirección general o quien ella delegue.



En caso de que un periodista o un medio de comunicación solicite a un funcionario o contratista de Parques Nacionales Naturales de Colombia información sobre estos temas, dicho servidor público deberá remitir la solicitud al Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental en Bogotá, quién se encargará de atender al medio, de acuerdo a las instrucciones de la Dirección General.

Recuerden que nada de lo que se dice “está fuera de grabación”. Siempre los periodistas pueden usar la información en cualquier momento, por ello es mejor abstenerse de tener conversaciones sobre esos temas con periodistas o medios de comunicación.

Para mostrar lo positivo de los Parques

- Cada momento, cuando se interactúa con los medios de comunicación, es una oportunidad para mostrar lo que hacemos:
- Cuando un periodista llega a pedir información, ustedes tienen el derecho a prepararse.
- Cada historia o tema es susceptible de ser convertida en una noticia muy importante.
- Siempre hay oportunidad de convertir las historias locales en hechos de carácter nacional o internacional.
- Las noticias son las que los medios de comunicación dicen que son.
- Una entrevista no es una charla social, recordemos que el periodista está en su labor. Las actitudes de ustedes pueden ser usadas por el periodista.

¿Qué debemos hacer para contestar una entrevista?

- Buscar la asesoría del grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.
- Relajarse.
- Ser conciso e ir al grano.
- Hablar de Parques Nacionales Naturales de Colombia o del Ministerio, no de "NOSOTROS".
- Proyectar seguridad y conocimiento sobre el tema.
- Proyectar cercanía con el periodista.
- Decir la verdad.
- Aclarar puntos y opiniones.

Lo que **NO** debemos hacer para contestar una entrevista

- Decir: ¡NO!
- Adivinar.
- Ser evasivo.
- Dar opiniones personales.
- Comentar sobre rumores.
- Hablar en voz baja.
- Perder la paciencia (fácil de decir, difícil de hacer).

Derechos del entrevistado:

- Saber con anticipación sobre qué va a tratar la entrevista.
- Saber la identidad del periodista así como del medio que representa.
- Definir sus puntos clave y repetirlo cuantas veces sea necesario.
- Incluir temas y puntos relevantes e importantes (aun si no se pregunta)
- Conocer el enfoque que le da el periodista a la información.
- Responder a todas las inquietudes necesarias.
- Corregir la información.
- Terminar sin ser interrumpido.
- Pedir que le repitan la pregunta si lo considera necesario y complementar las preguntas cuando lo considere apropiado.



Derechos del periodista

- Acceso razonable a la información.
- Respeto a su horario y fechas límites (los periódicos cierran a las 5 p. m. y las revistas los jueves).
- Obtener respuestas concisas, relevantes y al grano.
- Responder a su solicitud para la entrevista en un tiempo razonable.
- Acceso a información de seguimiento de los procesos sobre los cuales nosotros le informemos.
- Recibir material de apoyo (ilustraciones, gráficos) cuando lo considere necesario.
- Publicar o no la información suministrada.
- Buscar otros puntos de vista diferentes de los nuestros, consultar otras fuentes.
- Recibir información corregida si es necesario.
- Dirigir la entrevista hacia su tema de interés.
- Evaluar y obtener la entrevista desde sus puntos de vista.
- Ser tratado con cortesía y con respeto.



Dos grupos de reporteros

- 1. Sabe mucho de poco, aunque maneja pocos temas conoce a profundidad su fuente.
- 2. Sabe poco de mucho: conoce muchos temas pero el manejo que hace de la información es poco profundo

De las preguntas

- ¿Cómo manejo una entrevista?
- ¿La sobrevivió?
- ¿Intentó ganarla?
- ¿Cuál es mejor?

Ni sobrevivirla, ni intentar ganarla:

- Simplemente hay que escuchar bien las preguntas y responder con naturalidad y seguridad en el tema.
- Nunca otorgue una entrevista en el momento, primero consulte el equipo de comunicaciones.

Las cuatro C:

- Claridad
- Control
- Consistencia
- Confianza

Actitudes de los periodistas

- Amigable e interesado en el tema.
- Amigable no le importa el tema.
- Agresivo e interesado en el tema.
- Agresivo y no le importa el tema.

Prepararse para la entrevista

- Tema de la entrevista.
- Conocer en cuál medio va a aparecer la información.
- Fecha límite de cierre de los medios.
- De qué trata la entrevista

Otros consejos:

- Hay que decidir lo que se quiere comunicar.
- Pedir que se repita la pregunta, le da tiempo para formular la respuesta.
- Conteste solamente una parte de la pregunta múltiple.
- No conteste "SIN COMENTARIOS" si no puede contestar explique por qué, e intente hacer un puente a su mensaje clave.
- Jamás repita.
- Tenga cuidado con su lenguaje corporal, postura, mirada, uso de las manos.

- Recuerde que usted habla en nombre de Parques Nacionales Naturales de Colombia.
- Piense cómo quiere que salga la información.
- No diga más de lo que sabe y no conteste más de lo que le han preguntado.
- Termine la entrevista con los puntos clave.

Objetivos de la entrevista:

- Enfocarse en la audiencia que va a recibir la información (escuchar el programa o verlo).
- Qué queremos que suceda como resultado de la entrevista.
- No olvide apuntarlos y asegúrese de cumplirlos.

Reglas del comentario:

- El comentario debe ser preciso y completo.
- Evite las afirmaciones terminantes.
- Revise a conciencia y cerciórese de toda la información financiera y estadística: si es el caso, asegúrese de que ha sido autorizada para publicación.
- Tenga mucho cuidado con las comparaciones con la competencia, en cuestión de precisión.
- Evite las omisiones: ¿existe algo que no se ha mencionado pero que debe mencionarse para dar una "visión integral" más precisa
- Revise el tono general: ¿da la impresión correcta, o es muy audaz, agresivo, exagerado?

- Reemplace las afirmaciones extravagantes o bulliciosas con una descripción balanceada de características, beneficios y/u objetivos.
- Sea sincero acerca de tendencias negativas, si es el caso.

Cómo funcionan los medios en Colombia

Periódicos

- Cubrimiento nacional (El Tiempo, Portafolio, La República, El Espectador, El Espacio, entre otros) y regionales (entre ellos El Colombiano, El Mundo, El País, El Universal, Vanguardia Liberal, El Heraldo, La Patria); 1 diario Deportivo y 1 Diario Vespertino (Hoy).
- Circulación diaria o semanal.
- Generalmente están conformados por el director, editor general, editores de sección, reporteros, gerentes comerciales y ejecutivos de cuenta. Consejo de redacción todos los días en las mañanas.
- Se alterna el equipo periodístico para cubrir información de fin de semana.

Revistas

- Circulación semanal (lunes: políticas) y mensual (especializadas).
- Cierre edición, generalmente los jueves.
- Un periodista cubre varias fuentes.
- Se apoyan con periodistas free lance para artículos especializados

Radio

- Programas de noticias en la mañana, al medio día y en la noche.
- Programas de noticias y opinión en la mañana (5:00 a.m. - 11:00 a.m.).
- Musicales durante todo el día.
- Cubrimiento en directo a través de teléfonos fijos o celulares. No es usual que desplacen unidad móvil. (Sólo si hay un compromiso comercial).
- En noticieros y magazines sólo transmiten entrevistas con personajes de gran relevancia en el país.

Televisión

- Ventajas de los públicos: les interesa el tema de parques, hay mayor disponibilidad de espacio, llegan a sitios muy alejados. Tienen menor audiencia, tienen menos recursos.
- Ventajas de los regionales y locales: les interesa el tema de parques, hay mayor disponibilidad de espacio, llegan a audiencias delimitadas.
- Canales privados: concentran gran parte de la atención y opinión del país; cuentan con tecnología para la realización de sus noticieros: microondas, corresponsales nacionales e internacionales; son grandes productores de telenovelas y a ellas dedican la mayor parte de su presupuesto y programación.
- Canales Internacionales: les interesa el tema de parques, hay mayor disponibilidad de espacio, y llegan a audiencias internacionales.

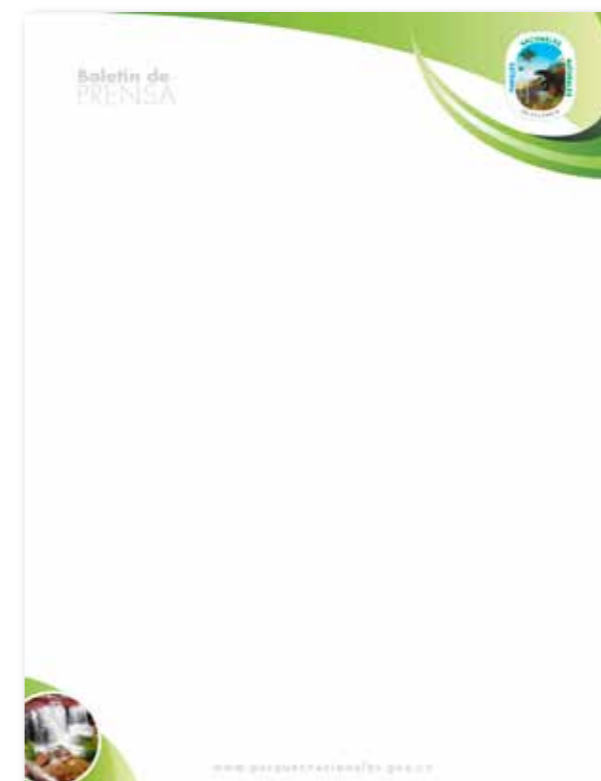
Características de los medios en Colombia

- Tienen alta exigencia en el valor noticioso y en el contenido de la información.
- Inmediatez.
- Los principales medios pertenecen a los grupos económicos del país.
- Alta rotación de periodistas.
- Construcción permanente de empatía.
- Aunque tienen influencia política de partidos tradicionales, presentan diferentes puntos de vista en la información con columnistas.
- Contraste en el contenido de la información: de tragedia se pasa fácilmente a temas de 'light'.
- La importancia de las noticias: orden público, deportes y novedades o farándula.
- Reticencia a informar planes del Gobierno por temor a ser calificado como gobiernista.



Boletines de Prensa

En cuanto a la plantilla para la emisión y distribución de boletines de prensa desde las Direcciones Territoriales y el nivel central, la persona encargada del área de prensa del nivel nacional entregará a cada DT su plantilla correspondiente a utilizar.



Igualmente, es importante aclarar que todo boletín o comunicado de prensa, debe ser proyectado y enviado por los comunicadores de las DT a la persona encargada de prensa y comunicación externa del nivel nacional con previo visto bueno del Director Territorial, para su revisión, ajuste y aprobación de emisión. Una vez se haya aprobado el boletín el nivel nacional debe indicar a la DT como debe ser su divulgación (Nacional, Regional o Local) y su divulgación en redes sociales.

Eventos

Para la realización de eventos tenga en cuenta los siguientes momentos y acciones:

Primer momento:

- Informe de la necesidad del evento al Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.
- Justifique la importancia de la asistencia del Presidente de la República o el señor Ministro de Ambiente y desarrollo Sostenible u otros Ministros.
- Defina el responsable del evento.
- Defina los organizadores o patrocinadores del evento y sus competencias. Además solicite todos los logotipos o imagen corporativa de dichas organizaciones en formato digital.
- Determine el objetivo, fecha y hora del evento.
- Determine la audiencia meta.
- Elabore la información, ayudas de memoria y discursos que requiera el evento.
- Proponga la imagen general del evento (logos adicionales, fechas de producción e impresión).
- Elabore y revise una base de datos actualizada de la audiencia meta y la formas de hacer llegar las invitaciones. La base de datos debe contener la siguiente información: nombre, cargo y dirección de entrega de cada uno de los invitados.
- Defina las opciones de recintos para el evento.
- Defina las intervenciones, actividades y orden del día que tendrá el evento.
- Defina el plan de medios de promoción.

- Realice el presupuesto.
- Investigue la capacidad hotelera o sitios de alojamiento.
- Solicite cotizaciones de las opciones de recinto
- Solicite cotizaciones de alimentos y bebidas.
- Envíe y realice una primera revisión de las anteriores acciones con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental.



Segundo momento:

En coordinación con el Grupo de Comunicaciones y Educación Ambiental realice las siguientes acciones:

- Determine los comités que el responsable del evento va a coordinar.
- Inicie la promoción del evento (boletines, póster, invitaciones por correo directo, relaciones públicas, ruedas de prensa, otros).
- Entregue invitaciones.
- Revise el siguiente listado y confirmar sus necesidades:
- Logos del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible y Parques Nacionales Naturales de Colombia.
- Otros logos.
- Maestro de Ceremonias.
- Mesa principal.
- Personalizadores para mesa principal-iluminación.
- Lista de saludos o precedencias.
- Equipo de sonido.
- Himno nacional, del departamento y la ciudad.
- Confirmar invitados importantes.
- Fotógrafo / video.
- Discurso.
- Equipo audiovisual.
- Iluminación.

- Decoración.
- Presentaciones culturales o artísticas.
- Escenografía.
- Mobiliario especial.
- Sonido.
- Circuito cerrado.
- Traducción simultánea.
- Memorias, Impresos, publicidad.
- Refrigerios.
- Reconocimientos.
- Souvenir.
- Limpieza y entrega del salón.



Videos

Para la realización del material audiovisual de Parques Nacionales Naturales de Colombia se deberán resolver los siguientes puntos, esto con el fin de ser revisados y aprobados.

1. Planteamiento

- 1.1. Tema del audiovisual
- 1.2. Objetivo del audiovisual
- 1.3. Idea central o storyline
- 1.4. Desarrollo de la idea
- 1.5. Investigación
- 1.6. Guión, audio / video.

2. Estructura Visual

- 2.1 Punto de vista desde el cual será contado el video.
- 2.2 Formato: Deberá ser definido y justificado con claridad (Magazín, documental, video clip, científico).
- 2.3 Estructura: Deberá responder a las siguientes preguntas: Cómo estará compuesto, de qué forma tratará el tema, tiempo del programa, personaje, personajes, líneas temáticas.
- 2.4 Definir que estrategias audiovisuales apoyarán el relato tanto a nivel narrativo como técnico: fotografía, animación, cabezote, graficación, cuadros y gráficos explicativos, comparativos o estadísticos, cortinillas.

2.5 Sonido: Especificar características técnicas de los equipos a utilizar. Musicalización y banda sonora.

2.6 Edición: Ritmos del montaje, momentos del audiovisual. El guión deberá esbozar los ritmos de cada momento o sección del audiovisual.

3. **Guión:** Narrativo y técnico: lo que se pretende conseguir, a partir de la investigación, en el trabajo de campo. (imágenes, textos y recursos visuales de narración).

4. **Cronograma:** Detallado (diario) de los procesos de preproducción, producción y posproducción. Plan de rodaje.

5. **Master de pre - edición:** Una primera edición que se deberá entregar para ajustes y correcciones. En formato digital de grabación.



6. Derechos musicales y de imágenes: El contratista deberá entregar los documentos necesarios de registro y contrato de cesión de derechos patrimoniales en la modalidad de transmisión y formas que requiera Parques Nacionales Naturales de Colombia.

7. Para tener en cuenta: De igual forma para la realización de cualquier trabajo audiovisual para Parques Nacionales Naturales de Colombia se deberán tener en cuenta los siguientes puntos:

7.1 Grabación, master, copias: Los audiovisuales se grabarán en formato HD, DVC Pro, DV Cam, MiniDv, Betacam digital o cualquier otro tipo de formato digital profesional. La edición final (Master) de cada audiovisual se entregará en casete Mini DV profesional y Betacam. Las copias se entregan en formato Mini DV y Betacam SP.

7.2 Música: La música deberá generar atmósferas y definir el tono de las secuencias. Será dinámica. En los fragmentos que describen una región colombiana en particular, siempre que se justifique, puede usarse música propia de la región. También se recurre a temas conocidos que remitan directamente la propuesta audiovisual cuando se considera pertinente y enriquecedora.

7.3 Redacción de textos: Textos deberán ser claros y redactados de manera coloquial, muy cercanos al habla normal de los televidentes. Aunque los grupos de investigación pueden usarlos, la voz en off deberá evitar los tecnicismos y términos científicos que no son de uso común, y que sólo logran alejar al espectador del discurso narrativo. A excepción si el video trata de un tema específico para un público especializado.

En caso de ser necesaria la utilización de uno de estos términos, éste deberá ser explicado mediante una cápsula o una animación en un segmento independiente del audiovisual.

El peso de la información no recae solamente sobre la voz en off: se debe recordar que es sólo uno de los recursos utilizados para proporcionarla. El porcentaje de la voz en off dentro de cada audiovisual, oscila entre el 30 y el 40 por ciento. Deberán ser los mismos personajes quienes revelen la información importante dentro del desarrollo del programa.

7.4. Entrevistas: Deben alimentar la narración del video y o ser el hilo conductor del mismo.

Las entrevistas se deberán realizar en espacios del personaje ya sea su lugar de trabajo, su casa, los lugares que le atraen por alguna razón y los espacios donde las aplicaciones de los entrevistados sean visibles.

7.5 Nombres de lugares, instituciones, personajes o textos. Deberán ir en tipo de letra Arial Narrow. En ningún caso se deberán utilizar siglas.

7.6 Logo Institucional: Se utilizará el logo de identificación de Parques Nacionales Naturales de Colombia. En todos los casos se colocará al inicio y final de la narración audiovisual, abriendo y cerrando el producto.

7.8 Auspicio: Contribución que se efectúa para que se produzca un programa específico o para que se adquieran los derechos de transmisión. Podrá colocarse el logo, símbolo o texto de quien efectúa el auspicio. En todos los casos irá después del logo institucional final.

7.9 Colaboración: Suministro de una o varias imágenes, música, interpretaciones, testimonios o argumentos para ser difundidos. Se hará luego del auspicio.

7.10 Créditos finales: es el reconocimiento que se hace a las personas que intervinieron en la realización de un programa, incluidas todas las etapas de

producción. Se utilizarán en programas que duren más de 30 minutos y tendrán una duración máxima de 10 segundos.

7.11 Crédito de cierre: Es la última imagen del video y sólo será en texto y se utilizará en todas las producciones audiovisuales. Siempre llevará el siguiente mensaje y orden: (Fade in) Logo del MADS (Fade out). (Fade in) Logo de PNN Colombia, (Fade out). logos de los patrocinadores, o de las corporaciones, o fundaciones u ongs que intervinieron en la producción, agradecimientos. Créditos de: Realizador y las personas que intervinieron en la producción. (Fade out) se abre en (Fade In) una aviso: Área de Comunicaciones - PNN Colombia - MADS - año de realización del video.



Página principal

Se aplican los criterios del manejo en línea del Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, con el uso correcto de la paleta de colores corporativos en objetos como botones, menús, banners e íconos.

Fotografías preferiblemente a color.

Las fuentes tipográficas para la página web son: Helvetica neue, Helvetica, Roboto y Arial.

Header

Se conserva a nivel general la disposición del cabezote o header de la página con una distribución que facilita su usabilidad y mantiene la identidad de Parques Nacionales Naturales de Colombia.



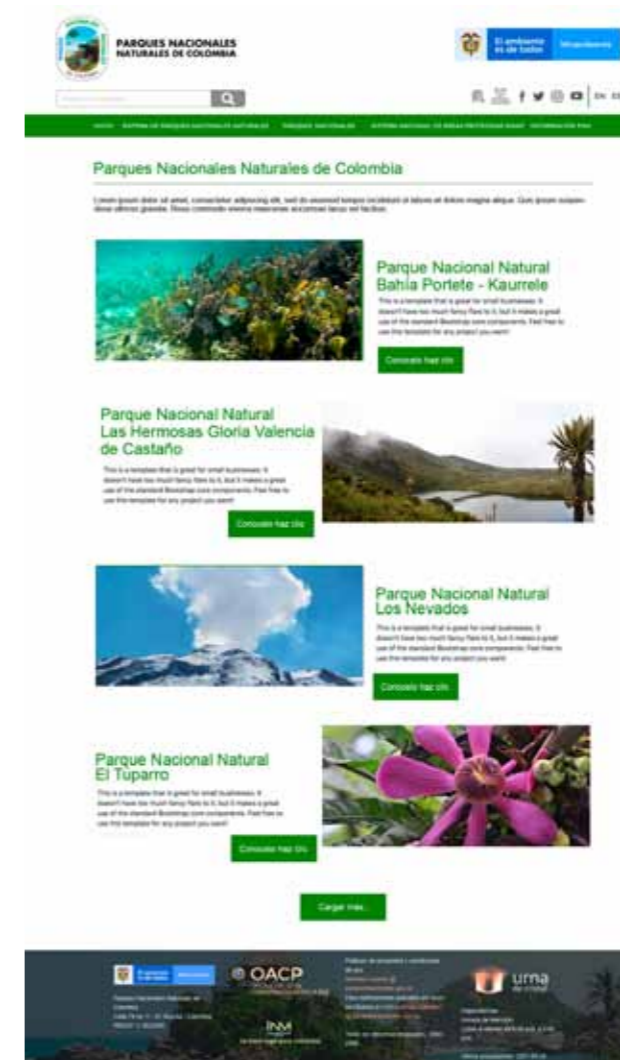
Footer

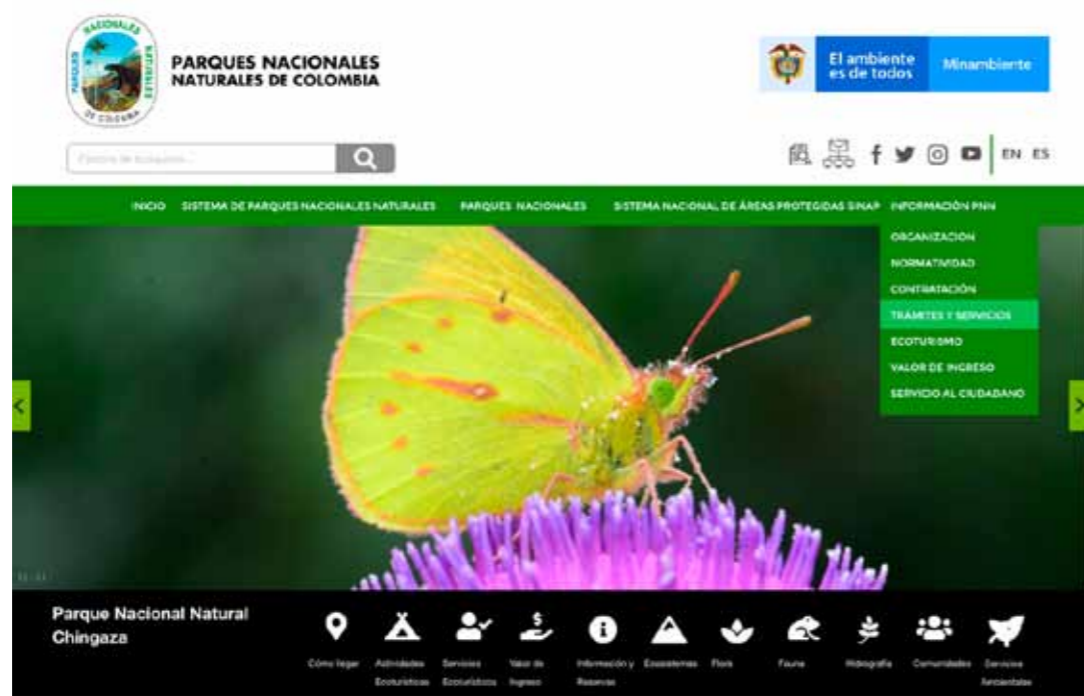
Se mantiene la estructura de los elementos de la información general de PNN, con un nuevo manejo de fondo, utilizando fotografías alusivas a las áreas protegidas con un blur del 0,3 y un cuadro superpuesto de color negro con una opacidad del 22%.



Interna general de las áreas protegidas

Es una estructura que debe tener fotografías de tamaño de 1100 x 250 px, título (nombre del área protegida) y una descripción de 60 caracteres. Esta tendrá una secuencia de zigzag en cada uno de los parques generando un dinamismo en la lectura.





Detalle de las áreas protegidas

Tiene una platilla especializada la cual maneja un "slider" con fotografías y diseños con un tamaño de 1900 x 400 px con su respectiva reserva para el contenido (ver tamaños y especificaciones de imágenes para la página web), debajo de este "slider" llevará el nombre del parque y sus características representadas por íconos que al hacer clic nos deslizan al contenido.



Este contenido se divide en dos estructuras principales.

1. Estructura 1: Fotografía izquierda, texto a la derecha título y descripción. (si esta descripción es de más de 60 caracteres tendrá un boton de leer más el cual nos mostrará un pop up con toda la información)

2. Estructura 2: Fotografía arriba y texto abajo, título y descripción (tiene la misma característica de la estructura 1 en cuanto a la descripción) Según su contenido esta estructura se divide en íconos y una descripción de 60 caracteres.

Las fotografías de las estructuras son de 1100 x 200 px y su tamaño de fuente es de 16 px.



Interna general

Mantiene la estructura general con sus características, mejorando su visualización subiendo el punto del texto en 16 px para mejorar la lectura, el "slide" y el artículo van de la mano en esta plantilla. Se sugiere complementar el texto del artículo con fotografías videos y sonidos. Íconos página web

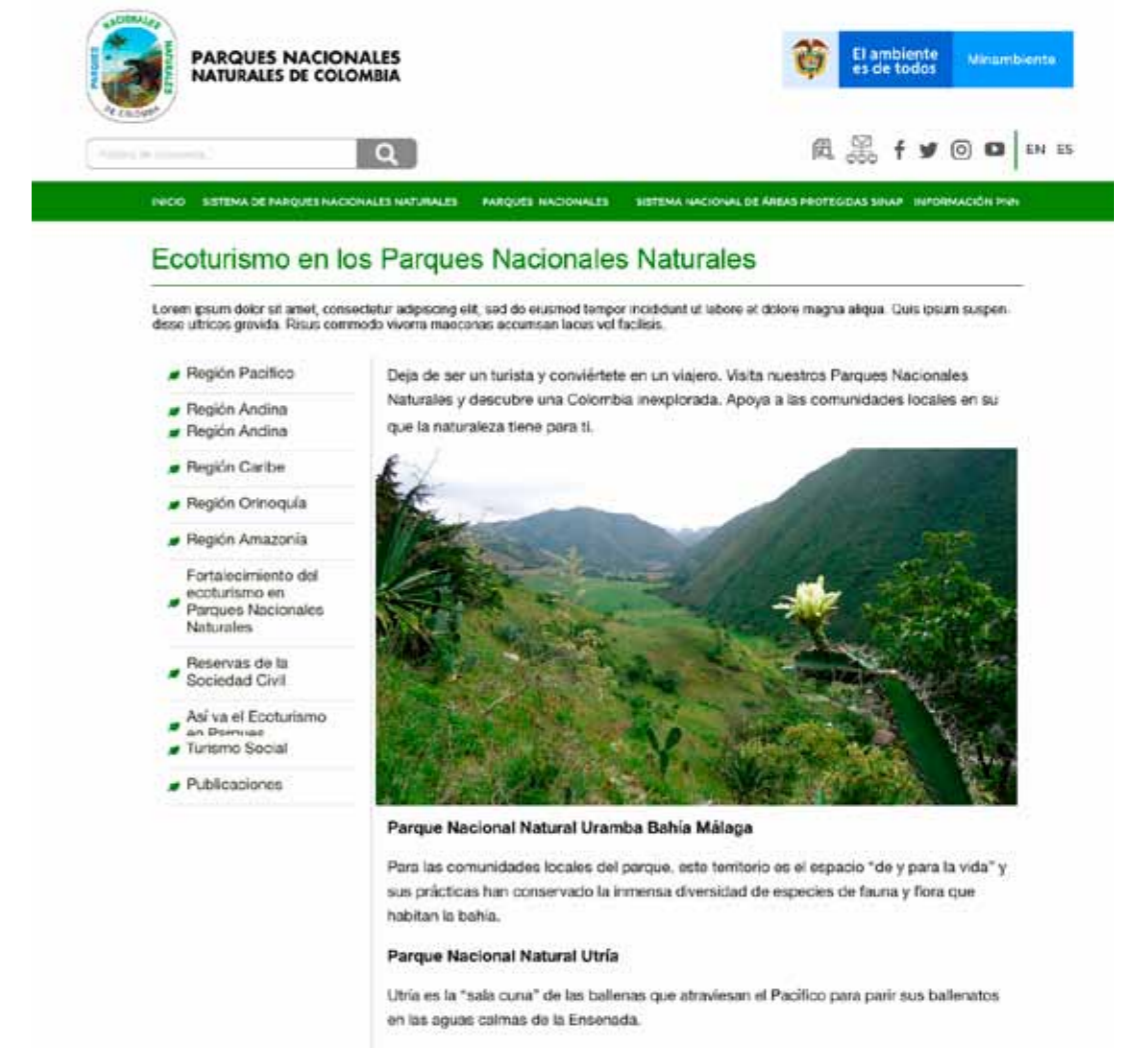
Los íconos tienen un tamaño estándar de 42 x 42 px y se utilizan principalmente para las características de las áreas protegidas, redes sociales y viñetas.

Se manejan en blanco para fondos oscuros y negro para fondos claros.

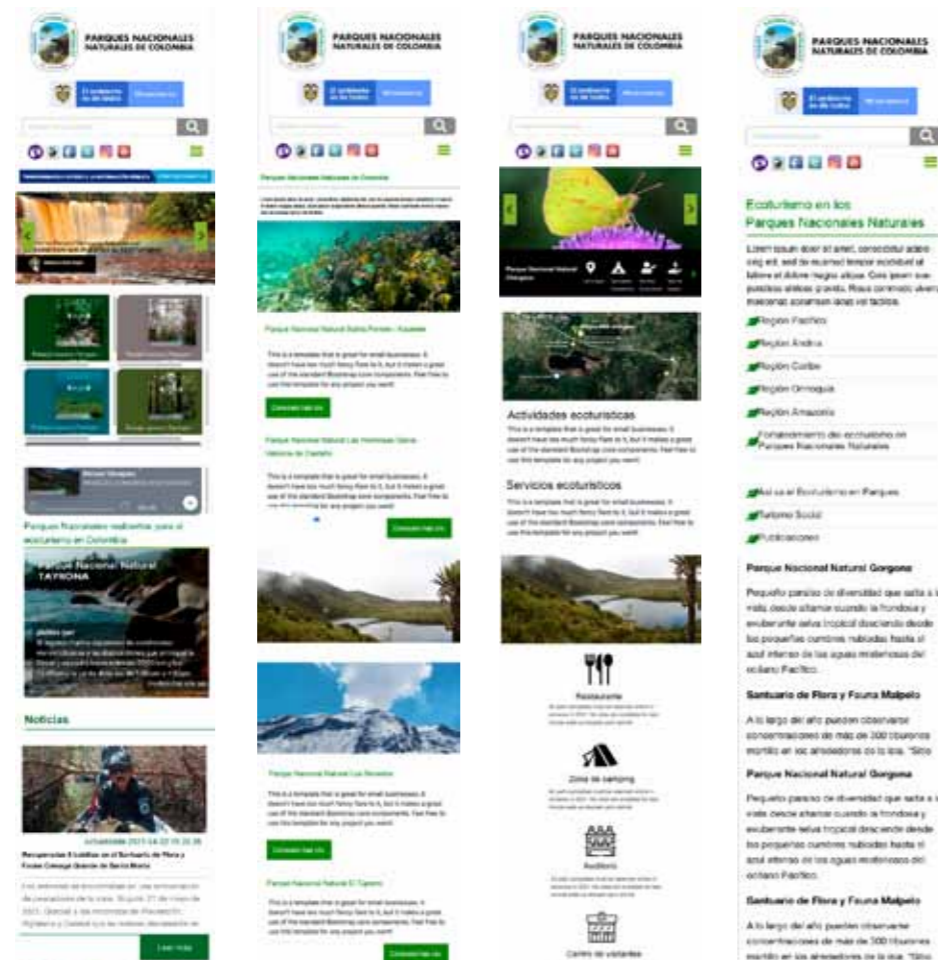
Tamaños y especificaciones de imágenes para la página web

Sliders: Fotografía y diseños de tamaño 1900 x 500 con un margen interno para textos de 1700 x 303 px.

Contenido general: Fotografía de tamaño 1100 x 200.



Visualización en dispositivos móviles



A continuación encontrarán las acciones que se realizan para la administración y publicación en redes sociales de Parques Nacionales Naturales de Colombia, partiendo de que en dicha institución siempre se cuente con personal idóneo y especializado en este campo del mercadeo digital.

Las redes sociales se convirtieron en un canal de comunicación fundamental para los ciudadanos, y por ende, para las entidades estatales como Parques Nacionales Naturales. En ese mismo sentido, y siguiendo el nuevo objetivo de la política de Gobierno Digital (“Promover el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones para consolidar un Estado y ciudadanos competitivos, proactivos, e innovadores, que generen valor público en un entorno de confianza digital”), estamos en la obligación de hacer nuestro mejor esfuerzo para que las personas encuentren en los ecosistemas digitales de PNN contenidos educativos, informativos y lúdicos sobre las áreas protegidas.

Cabe tener en cuenta que Colombia es uno de los países del continente que presenta mayores avances en penetración digital. Esto significa que las redes sociales son una gran oportunidad para que PNN pueda dar a conocer sus acciones, dé prioridad a las inquietudes de los ciudadanos y genere soluciones a sus problemas.

Precisiones sobre la administración de redes sociales

La Presidencia de la República, a través de la circular 01 del 22 de marzo de 2019, aclaró cuáles son las directrices para el manejo y administración de redes sociales institucionales. A continuación se destacan algunos de los lineamientos más importantes:

1. Principios a tener en cuenta.

1.1. Seguridad y control: La administración de las cuentas en redes sociales debe garantizar la confidencialidad de las claves de acceso y del manejo de contenido. Se recomienda el cambio periódico de las contraseñas y asociar todas las cuentas a correos institucionales y no personales.

1.2. Valoración de contenido: Antes de publicar hay que considerar las posibles respuestas de los ciudadanos. Hay que tener presente que siempre se debe dar una respuesta respetuosa, aceptando las diferencias.

1.3. Veracidad: La información que se comparte por las redes sociales debe provenir de fuentes certificadas.

1.4. Corresponsabilidad: Se deben conocer las normas básicas en las redes sociales, tener claro a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo.

1.5. Legalidad: Se debe acatar, respetar y cumplir lo establecido en la legislación y normatividad vigente sobre derechos de autor, marca registrada, derechos de publicidad y otros derechos de terceros.

2. Recomendaciones para el manejo de redes sociales públicas.

2.1. Para las publicaciones tener en cuenta la Guía de Sistema Gráfico del Gobierno de Colombia.

2.2. En ningún caso el contenido publicado podrá ser utilizado por los administradores para beneficios personales o de terceros.

2.3. Las redes sociales deben ser utilizadas para la difusión de mensajes relacionados netamente con asuntos gubernamentales y avances de sus temáticas particulares de carácter institucional.

2.4. En lo posible se hará uso de fotografías, videos y/o cualquiera herramienta audiovisual, que acompañen los contenidos.

2.5. Establecer unos protocolos de respuesta a los usuarios en redes sociales, definiendo tiempos y tipos de respuestas.

2.6. Se debe tener especial cuidado en no saturar al usuario con mensajes publicitarios de la entidad. Esto genera una reacción de rechazo por parte de los usuarios, no solo frente a la cuenta en la red, sino también frente a la imagen del Estado colombiano.

2.7. No se deben realizar publicaciones mentirosas o engañosas ni publicar contenido difamatorio o ilegal.

2.8. Abstenerse de usar trolls, bots o cualquier mecanismo automatizado y ficticio.

2.9. El acceso y manejo de la cuenta de la entidad en una red social debe estar a cargo de una sola persona o funcionario (o community manager: persona encargada de administrar profesionalmente las cuentas en redes sociales de la entidad). De esta manera, las acciones y publicaciones que se realicen allí corresponderán a la gestión de esa única persona.

2.10. Establecer un inventario de las cuentas institucionales en redes sociales de la entidad.

3. Lineamientos para los administradores de redes sociales.

- 3.1. Ante percances con la administración de su cuenta que no han podido ser solucionados, acudir a la Urna de Cristal.
- 3.2. Abstenerse de publicar opiniones personales en las cuentas institucionales.
- 3.3. Mantener un puente permanente con el equipo de comunicaciones para estar alineado con las publicaciones en medios.
- 3.4. Si se publica desde móviles o tabletas, cerciorarse de que el mensaje se publique desde la cuenta institucional y no desde una cuenta personal.
- 3.5. Se recomienda a los community manager no manejar cuentas personales en los mismos equipos en los que operan las cuentas de la entidad.
- 3.6. No bloquear a los usuarios.
- 3.7. Crear un comité de manejo de crisis de reputación.
- 3.8. Estar pendiente de las publicaciones desde las cuentas del Presidente de la República y de Presidencia de la República, y de ser posible, compartirlas.
- 3.9. Tener custodia de las contraseñas de acceso a las redes sociales de la entidad y no acceder a las redes desde equipos desconocidos.

Las redes sociales en PNN

Como ya se mencionó, las redes sociales se convirtieron en un canal fundamental para hacer visibles los logros de la entidad y establecer un contacto sólido y permanente con los ciudadanos. Lo anterior repercute en una conversación más fluida con las personas, poder responder sus inquietudes y generar identidad y recordación positiva de nuestra marca.

Al momento de redactar el presente documento, Parques Nacionales Naturales posee cuentas en las siguientes redes sociales:

- Twitter
- Facebook
- Instagram
- YouTube

Por tal motivo se presenta un panorama del manejo que se recomienda para cada una de ellas.



Twitter

Es una de las redes sociales donde se hacen más publicaciones en PNN. Es la red con mayor impacto para los líderes de opinión del sector ambiente. Los contenidos allí tienen las siguientes características en materia de divulgación:

- Publicación de comunicados de prensa (Se pone el texto, una imagen ilustrativa de la información y la URL que dirige a la web de PNN).
- Publicación de información sobre los servicios al ciudadano que ofrece PNN.

- Publicación de notas positivas que hayan sido divulgadas en medios de comunicación. Este tipo de notas validan la información emitida por PNN.
- Publicación de videos (horizontales preferiblemente), fotos e infografías sobre los Parques Nacionales Naturales. Tener en cuenta los tamaños de las imágenes que acompañan los trinos: mínimo de 440 x 220 y máximo de 1024 x 512 pixeles.
- Publicación de trinos sobre información que se emite en tiempo real. Ejemplo: ruedas de prensa, declaraciones de los voceros, participaciones en reuniones y foros. Los formatos para este tipo de divulgaciones son los textos, fotos, videos y transmisiones en vivo.
- Publicación de trinos solicitados por Presidencia de la República, Urna de Cristal y Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Publicación de respuestas a los ciudadanos. En caso de ser una pregunta técnica o de difícil respuesta, se debe remitir a los usuarios al correo oficial de servicio al ciudadano.
- Publicación de notas a través de trinos o retuits que exalten la labor de las entidades del sector ambiente.
- Se recomienda al administrador de la cuenta a hacer seguimiento permanente de los trinos a través de Twitter Analytics, la herramienta que permite analizar numéricamente el impacto de cada una de las publicaciones.
- Es necesario hacer monitoreo diario de las tendencias y hashtags que se posicionan en esta red social.
- Para las campañas de PNN en redes sociales, se recomienda establecer hashtags cortos, de fácil recordación y que identifiquen a la entidad.
- Tener en cuenta que los trinos no se pueden modificar después de publicados.



Facebook

Esta red social es la que tiene más usuarios en Colombia, pero por decisión de sus propietarios, privilegia la exposición de publicaciones de personas, más no de las organizaciones y empresas. Por eso el crecimiento de seguidores y la cantidad de personas impactadas no es la esperada en Facebook.

Estas son varias de las recomendaciones al momento de publicar:

- Publicar galerías de fotos, videos institucionales y fotos de PNN. Además del público externo, los funcionarios consultan en su gran mayoría esta red social, por

lo que es un gran canal para hacer visible su trabajo. El tamaño de la imagen para publicar un post en esta red social es 1200 x 630 pixeles.

- Los videos deben ser nativos (es decir, videos que se cargan directamente a la plataforma) para poder obtener estadísticas de reproducciones e interacción. Cuando se publica el enlace de Youtube, por ejemplo, se pierde mucho impacto pues está comprobado que las personas no dan 'Play' con tanta recurrencia a este tipo de videos.
- Transmitir a través de Facebook Live permite tener un buen alcance y estimula la interacción con los ciudadanos. Ejemplo: transmisión para despejar dudas sobre guardaparques voluntarios o transmisión de foros ambientales y rendición de cuentas.
- Las fotos de reuniones de funcionarios no son recomendadas para esta red social. El ciudadano espera publicaciones menos formales, que destaquen la riqueza natural de las áreas protegidas.
- Publicar los comunicados de prensa con fotos impactantes ayuda a generar tráfico en la página web.
- Las publicaciones logradas en medios de comunicación generan un alto alcance en esta red social. Ejemplo: videos de cámara trampa, apertura de Parques como Tayrona o Macarena.
- Es necesario compartir contenido publicado por Presidencia de la República, las entidades del sector ambiental y aliados estratégicos de PNN.
- Se recomienda al administrador de la cuenta a hacer seguimiento permanente de las publicaciones a través de Estadísticas de Facebook, la herramienta que permite analizar numéricamente el impacto de cada una de las publicaciones.
- Hacer lo posible por responder las dudas de los ciudadanos que dejan en las publicaciones. En caso de ser una pregunta técnica o de difícil respuesta, se debe remitir a los usuarios al correo oficial de servicio al ciudadano.



Instagram

Esta red social privilegia las fotos y los videos para publicar. Particularmente, en la cuenta de PNN se da prioridad a las fotos de flora y fauna que se logran en las áreas protegidas. A través de los textos se debe intentar que los seguidores respondan trivias, compartan el contenido e interactúen (me gusta).

Otros factores a tener en cuenta para su administración:

- Esta red social solo funciona desde dispositivos móviles.
- No se deben publicar fotos de reuniones ni textos que intenten llevar al usuario a

la página web. Esto último no lo permite Instagram.

- Es importante hacer seguimiento diario a los comentarios y mensajes privados que envían los seguidores.
- Una buena manera de hacer partícipes a los seguidores es compartir en Historias las fotos y videos en las que etiquetan a PNN.
- Las publicaciones deben ser informales, emotivas y que generen una reacción positiva en los seguidores.
- El tamaño de las fotos es de 1080 x 1080 pixeles.

Youtube

Es una de las redes sociales más visitadas en Colombia pues su esencia son los videos. Para PNN, la cuenta en Youtube se convierte en un archivo de todo el material audiovisual que se realice.

Hay que tener en cuenta estas recomendaciones:

- Subir los videos en una buena resolución.
- Dimensiones del video: 2560 x 1440 pixeles.
- Prestar especial atención a los nombres de los videos: que sean títulos descriptivos que incluyan las palabras que usarían los usuarios para buscar las temáticas.
- Elegir una imagen correcta que haga visualmente atractivo el video para ser reproducido.
- Ver periódicamente los comentarios de las personas en los videos.
- Analizar periódicamente las reproducciones de los videos y así identificar las temáticas a las que los navegantes prestan mayor atención.

Elaboración de informes

Todas las redes sociales de las que se habló en líneas anteriores tienen sus propias herramientas para analizar el comportamiento de las cuentas. Aprender a manejarlas permite al 'community manager' generar datos cuantitativos y cualitativos sobre la reacción de los seguidores y el sentimiento que les genera la marca.

Teniendo en cuenta esta premisa, cabe tener presentes los siguientes indicadores:

- Seguidores: más que la cantidad hay que analizar el tipo y la calidad de seguidores.
- Interacciones: me gusta, RT, compartidos, comentarios.
- Impresiones: veces que se han visto las publicaciones.
- Clics a la página web: visitas que se generan desde las redes sociales.
- Reproducciones de video

Nota: además de las conclusiones numéricas hay que prestar gran atención a las menciones y a los comentarios que se hacen en las redes de la organización pues de este ejercicio se puede deducir el 'sentiment' que genera la marca.

Los informes se pueden realizar por meses, por temporadas definidas o por momentos específicos, según se establezca con el responsable de redes sociales.

Gestión de crisis

El estar presente en redes sociales tiene inmerso el riesgo de poder tener una crisis de reputación de la marca. Dicha crisis se puede definir como una situación negativa en cualquier ecosistema digital que afecte la percepción que se tiene de la organización.

Cabe destacar que no todo comentario negativo puede significar una crisis en redes sociales. Lo importante es que el equipo de Social Media esté haciendo monitoreo permanente de lo que se dice en internet y así planear soluciones tempranas y definitivas que minimicen las consecuencias negativas sobre la marca.

Una parte fundamental del manejo de estas situaciones es tener claro que la vocera natural es la directora de la entidad, o en su defecto, a quien delegue.

Así las cosas, estos son algunos escenarios a tener en el radar y que pueden provocar crisis en redes sociales:

- Comentarios negativos que se salen de control: se identifican por ser compartidos y por ser comentados en gran número.
- Quejas internas: estar atento a todos los comentarios que hagan los stakeholders de la organización.
- Errores del community manager: una falla o una imprecisión en alguna publicación puede generar una crisis.
- Noticias falsas: situaciones y comentarios malintencionados le pueden hacer daño a la marca.

Una base importante para manejar las crisis en redes sociales es el establecimiento de un comité o equipo de crisis. Para ello se recomienda que lo integren varios de los siguientes cargos:

- Directivo
- Director jurídico
- Director de comunicación
- Responsable del departamento afectado
- Social Media Manager
- Community Manager

El administrador de redes sociales debe estar en contacto permanente con su jefe inmediato (normalmente el director de comunicaciones) y al identificar un posible ataque debe tener presente un protocolo de respuesta, que podría ser de la siguiente manera:

- Tiempo de respuesta máximo ante comentarios negativos.
- Admisión de errores y disculpas.
- Escuchar activamente para buscar origen del problema

Manejo y administración de redes sociales

- Informar de las acciones que se han tomado para solucionarlo.
- Solución personalizada o en privado.
- Respuestas posibles ante un posible troll.
- Canal en el que se responderá a los comentarios negativos.
- Eliminación o no de comentarios groseros o con insultos fuera de tono.

En caso de haber una crisis, tener en cuenta:

- El administrador de redes sociales debe informar a su jefe inmediato y a las áreas implicadas.
- Identificar de dónde viene la crisis y por qué.
- Evaluar qué tanto se ha propagado la crisis: Saber exactamente quién comenzó y hasta dónde ha llegado el problema.
- Mantener la calma y no responder sin pensar las consecuencias.
- Determinar si la crisis merece una respuesta en redes sociales.
- Identificar las personas a las que nos enfrentamos.
- Convocar al equipo de crisis, de ser necesario.
- Definir el canal y el portavoz para responder.
- Hacer monitoreo permanente posterior a la crisis.



Parques Nacionales Naturales de Colombia
Calle 74 No. 11 - 81 PBX. (571) 353 2400
www.parquesnacionales.gov.co
Bogotá D.C. Colombia