

1. OBJETIVO Y ALCANCE

Definir los lineamientos para llevar a cabo la gestión social de la empresa SER AMBIENTAL S.A.S. E.S.P. en busca del fortalecimiento de las relaciones entre empresa – comunidad y entidades públicas y privadas, el acercamiento y realización de campañas socio ambientales y la reducción en la generación y promoción del aprovechamiento de residuos.

Este programa contempla desde la identificación de público objetivo hasta la evaluación de las actividades desarrolladas.

2. RESPONSABLES

- El Director Operativo, es el responsable de definir y velar por el cumplimiento de este programa.
- La gestora social es el responsable de ejecutar las actividades aquí descritas y dejar registros de las mismas.
- Auxiliares de Gestión Social, son los responsables de apoyar el desarrollo de las actividades.

3. PLAN DE GESTIÓN SOCIAL AMBIENTAL, INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN A LA COMUNIDAD

En el flujograma que se muestra a continuación se describe el programa de gestión social desarrollado por la empresa.

Este programa contempla las etapas de:

1. Identificación de público objetivo.
2. Entradas para el desarrollo de las directrices
3. Definición de estrategias
4. Planeación de Actividades
5. Ejecución de actividades planeadas.
6. Evaluación de actividades desarrolladas.

Para la ejecución de campañas de educación y formación la empresa ha defino unas líneas de acción y actividades a desarrollar, las cuales son:

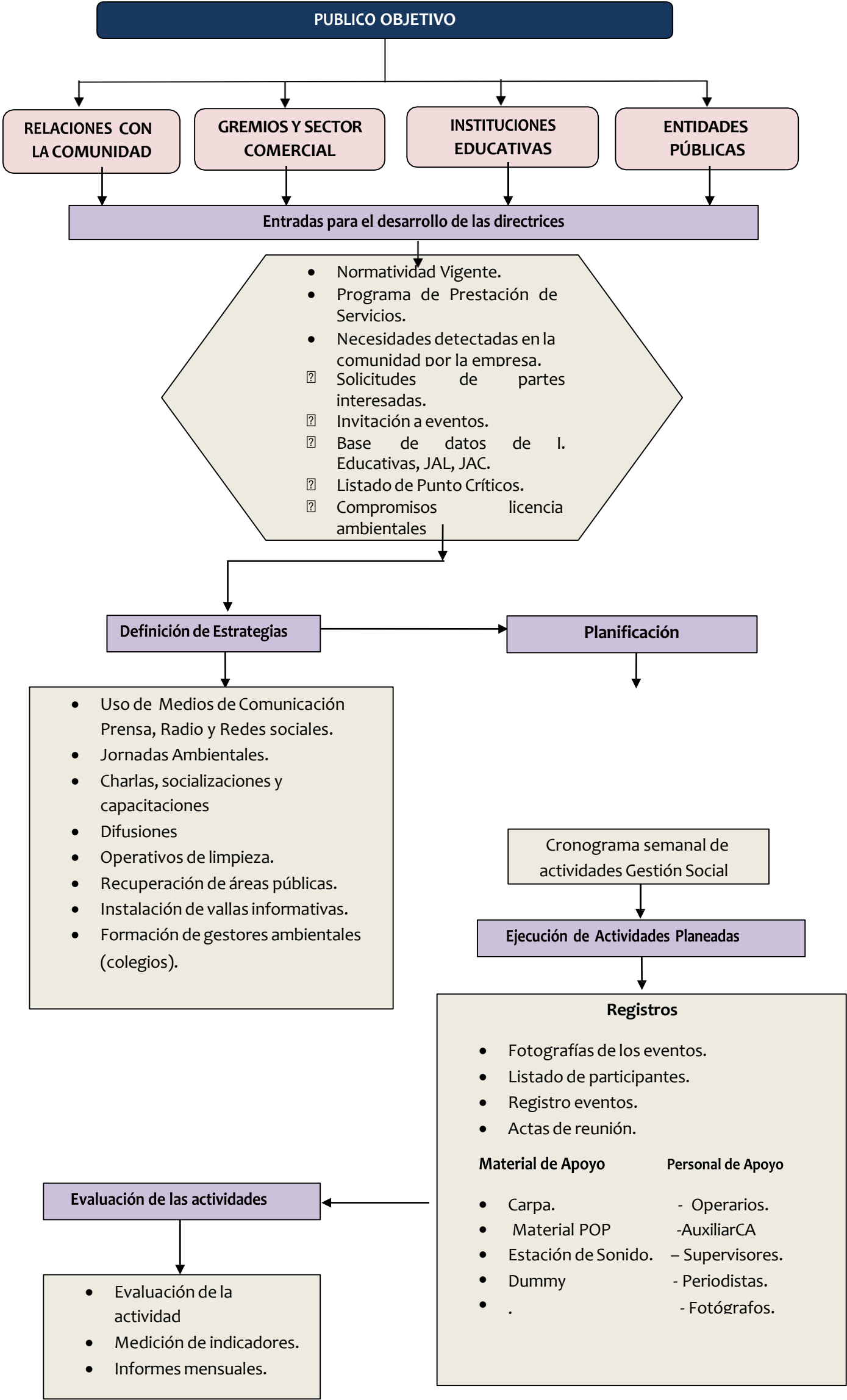
Item	Línea de Acción	Programación Mensual
1	Relaciones con la Comunidad.	Mensual
2	Gremios y Sector Comercial	Mensual
3	Relaciones Institucionales	Mensual
4	Instituciones Educativas	Mensual
5	Línea Itinerantes de Jornadas Operativas (Ej). Recolección Inservibles, Atención Puntos Críticos	Mensual
6	Comunidades del área de influencia del relleno sanitario	Mensual

Notas:

Nota 1: La evaluación de la actividad debe aplicarse en todos los eventos y/o campañas de mayor representación que se realicen. Se debe aplicar a una muestra de personas representativa de acuerdo con la cantidad de participantes

Nota 2: Los elementos de entrada y metodologías y/o estrategias a aplicar pueden ser variadas teniendo en cuenta el objetivo de la actividad a realizar o según las condiciones para la realización de la misma.

Nota 3: Para actividades que requieran solo divulgación (Ej.: Voz a voz, puerta a puerta, Charlas en campo), se emplearán como registros de las mismas solo evidencias fotográficas. Los listados de asistencia, registro de eventos, etc., serán empleados para campañas de mayor representación.



3. DOCUMENTOS REFERENCIADOS

CRONOGRAMA DE GESTION SOCIAL

HISTORIAL DE CAMBIOS

VERSIÓN	FECHA	ELABORADO/MODIFICADO POR	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO
1	19/11/2019	Yudi Paola Rodríguez	Versión original
2	16/04/2025	Leidy Stefania Trujillo Parra	Revisión, ajuste y actualización general del documento y se adiciona logo con razón social actual de la empresa.
2	21/08/2025	Katherine Cruz Polania – Coordinador Sistemas de Gestión	Actualización de imagen corporativa (logo) por cambio de razón social

Elaboró: Leidy Stefania Trujillo Parra	Revisó: Andrés Felipe Restrepo
Aprobó: Andrés Felipe Restrepo	

COPIA CONTROLADA: SI x NO
