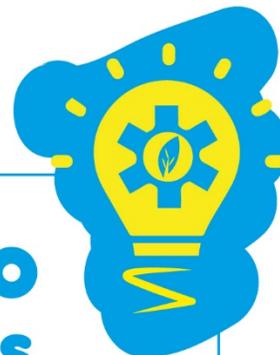


# Plan Estratégico de Comunicaciones 2020 - 2023



Ana Ligia Mora Martínez, Directora General.

Alejandra Agudelo Urrego, Oficina Asesora de Comunicaciones

Primera versión: enero de 2020

Revisión: marzo de 2020



# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES CON ENFOQUE DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

## Esquema de Comunicación Pública

Actores: Corantioquia como productor de mensajes y públicos específicos como receptores de los mensajes

**Estrategias:** Informativa, Movilizadora, Relacionamiento y Organizacional

## Presentación

Con un mejor aire y en un ambiente de cercanía y buena voluntad, Corantioquia ha abierto sus puertas a la comunidad. Nos acercamos a las comunidades de cada municipio y a cada uno de los sectores económicos, sociales, culturales y educativos para fortalecer la presencia institucional y mejorar la atención a los ciudadanos. Hoy Corantioquia es reconocida por su cercanía y transparencia.

Mejoramos los canales institucionales de comunicación para que se conozca la entidad y la comunidad sepa de las acciones que realizamos en cumplimiento de nuestra misión. La oferta institucional llega directamente a los municipios, corregimientos y veredas, para facilitar la realización de trámites ambientales y el acceso a los servicios de Corantioquia.

Las autoridades y los sectores económicos son nuestros aliados. Con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, la Gobernación de Antioquia, las





corporaciones autónomas de la región y las autoridades militares y de policía mantenemos una articulación permanente, que se traduce en un ejercicio más eficaz de la autoridad ambiental y en un compromiso conjunto por la sostenibilidad. Trabajamos de la mano con los alcaldes municipales, con quienes compartimos información, les ofrecemos asesoría y realizamos juntos actividades de promoción, protección y conservación de los bienes de la naturaleza. El Congreso de la República, la Asamblea Departamental y los concejos municipales son un apoyo fundamental en nuestra tarea, hacen parte de nuestro espacio de interés especial y compartimos acciones de gran impacto social.

Con los sectores económicos y con las universidades promovemos acercamientos, los escuchamos, los acompañamos y firmamos compromisos para la protección y sostenibilidad ambiental del territorio en el marco de la corresponsabilidad. Las organizaciones medioambientales son aliadas estratégicas de Corantioquia, con las cuales trabajamos en distintos procesos de participación social, educación y cultura ambiental. Hacemos sinergia con las instituciones que luchan para frenar y revertir el cambio climático y promueven la protección de los bosques, lideradas, entre otras, por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

La formulación del Plan de Gestión Ambiental Regional, la hoja de ruta para los próximos doce años, fue un ejemplar proceso de participación en el cual se contó con los aportes de todos los actores en los territorios. Gracias a ellos, entregamos un PGAR moderno, participativo, en el que se identifican claramente el territorio y sus habitantes y se evidencia el aporte de los actores estratégicos con quienes trabajamos.

El presente Plan de Comunicaciones Estratégicas busca generar una cultura ambiental que promueva el cuidado de la vida mediante la protección y el uso responsable de los recursos naturales, incidiendo en la toma de decisiones



adecuadas por parte de la ciudadanía y en la incorporación de la educación y comunicación de lo ambiental en los instrumentos de planeación, gestión y desarrollo territorial.

Asimismo, busca hacer visible la entidad en los niveles regional y nacional, fomentar interacciones con sus diferentes grupos de interés, reforzar la identidad de Corantioquia interna y externamente y fortalecer la coherencia interna.

## Contexto

Corantioquia administra los recursos naturales y promueve el desarrollo sostenible para aportar a la calidad de vida de los habitantes de los 80 municipios de su jurisdicción, a través de acciones como el monitoreo y cuidado de las fuentes de agua superficiales y subterráneas, la protección de los bosques, de la fauna y de la calidad del aire.

En este marco, Corantioquia promueve la educación ambiental y la participación de los diversos sectores sociales, económicos, políticos y culturales para que se involucren en la protección del agua, de los bosques y de la flora, en el cuidado de la fauna y, en general, de los bienes de la naturaleza, para lograr un desarrollo sostenible que garantice la defensa y dignidad de la vida en todas sus expresiones.

Para lograrlo, Corantioquia mantiene un diálogo continuo con los sectores productivos, de modo que las tareas que cada uno realiza en la explotación de los bienes de la naturaleza se haga dentro del respeto de las normas y el cuidado de las especies.

**Palabras clave:** cuidar, proteger

**Eslogan adoptado:** Con el Corazón

(Cuidamos la vida, el agua, los bosques, la fauna, la flora y el aire).

## Objetivo:

Generar cultura ambiental para cuidar la vida

Generar cultura ambiental para promover el cuidado de la vida mediante el uso responsable de los bienes de la naturaleza y la protección de los recursos suelo; agua; flora, con especial énfasis en los bosques; fauna y aire.

## Público:

El público objetivo de Corantioquia son los habitantes de los 80 municipios de su jurisdicción.

Por esta razón, hay estrategias dirigidas al público general, como es el caso de la Informativa, y estrategias que se dirigen a públicos específicos, según cada actividad, como la Movilizadora y la de Relacionamiento.

Esta condición exige de Corantioquia el conocimiento exhaustivo de sus diferentes públicos específicos.

Una forma de identificar los públicos específicos son los programas institucionales, dirigidos a segmentos y sectores concretos de la sociedad. Corantioquia tiene bien definidos estos públicos a través de sus diferentes programas:

**Estamento educativo:** PRAE, CIDEAM, PEAM

**Familias campesinas:** Piragua, Hogares Ecológicos

**Niñez, Juventud:** Piragua, Guardianes de la Naturaleza, Liderazgo Juvenil Ambiental

**Comunidad:** mesas ambientales, Objetivos de Calidad, Gestión Integral de Residuos Sólidos, Monitoreo de fuentes móviles, Gestión del Riesgo y Cambio Climático, Red Pégate.

**Grupos étnicos:** Indígenas, Afrocolombianos.

**Sector empresarial:** POMCA, Monitoreo de fuentes fijas, Negocios Verdes

**Organizaciones ambientales:** POMCA, Convenios

**Sector público:** POMCA, Gestión Integral de Residuos Sólidos, Ecosistemas estratégicos, Guardabosques, Gestión del Riesgo y Cambio Climático

**Universidades:** Investigaciones, Convenios.

La caracterización de sus públicos y la actualización de las bases de datos debe ser tarea permanente de la entidad.

Un ejercicio necesario es la caracterización de los públicos de las redes sociales de Corantioquia, para que los mensajes puedan ser más adecuados y directos y, en igual sentido, aumentar su número progresivamente.

## Estrategias:

Las estrategias propias de la comunicación pública son: Informativa, Movilizadora, de Relacionamiento y Organizacional.

### 1. Estrategia informativa

La estrategia informativa parte de la construcción del relato que se transmite mediante un mensaje claro, conciso, preciso, interesante y que cause emoción.

Se refiere a la generación y difusión de contenidos propios de la organización sobre su objeto y sus acciones institucionales.

La estrategia informativa busca visibilidad, que se conozca en Antioquia y en el país lo que es y lo que hace la entidad. En suma, mantener informada a la sociedad acerca de las acciones desarrolladas en cumplimiento de su misión institucional, de sus programas y proyectos.

En ella se incluyen acciones como la divulgación en medios convencionales, con apoyo en el envío de boletines de prensa; la entrega de información directa a periodistas, a través de ruedas de prensa; el acercamiento directo a los medios informativos con la realización de rondas de medios y en general la construcción y divulgación de contenidos institucionales, de forma permanente tanto en medios propios (página web, redes sociales y otros) como a través de terceros.

En suma, la estrategia informativa se dirige al público masivo, a la sociedad en general, en cumplimiento del deber de informar que tienen las entidades públicas.

En Corantioquia esta estrategia está integrada por las siguientes tácticas:

### **Táctica Comunicación digital:**

#### **Generación de Contenidos para Redes Sociales**

Busca promover la interacción permanente y la socialización de información con los ciudadanos, por medio de los canales digitales institucionales, que ofrecen las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, como Facebook, Twitter, YouTube e Instagram.

#### **Actividades:**

- Difusión de campañas.
- Visibilización a contratos y convenios (gestión corporativa).
- Difusión de convocatorias públicas.
- Publicación de invitaciones a eventos, talleres, foros, entre otros.

- Pauta digital.
- Crecimiento de seguidores en redes.
- Conmemoración fechas especiales.
- Gestión a las inquietudes de los usuarios en redes sociales.

## Táctica Comunicación digital:

### Gestión contenidos del sitio web corporativo

Busca brindar información oportuna y veraz sobre los temas ambientales de la jurisdicción, facilitar el acceso de la ciudadanía a las convocatorias públicas, acorde a los lineamientos de la Ley de transparencia y acceso a la información pública y la Política Nacional de Gobierno Digital.

### Actividades:

- Publicación de los documentos e informes asociados con el cumplimiento de la Ley de transparencia y acceso a la información pública.
- Publicación y actualización de los contenidos requeridos en los lineamientos de la política de Gobierno Digital.
- Publicación de las convocatorias públicas.
- Creación de landing page o nota web de campañas.
- Publicación de noticias.
- Actualización secciones de la página web con información de las dependencias.

Estas tácticas se desarrollan en una Estrategia Digital que, a través de un lenguaje claro, directo, sencillo y preciso, posiciona en la comunidad, grupos de interés y actores estratégicos a Corantioquia como una corporación comprometida, cercana, de fácil acceso, amable y atenta a las temáticas ambientales del territorio.

Dicha Estrategia Digital se fundamenta en tres enfoques que evidencian el objetivo comunicacional de los contenidos y las dinámicas de las redes sociales y sitio web

corporativo. Estos enfoques son: informativo, pedagógico y de atención al ciudadano.

**Enfoque informativo:** contenidos con información noticiosa sobre el quehacer de la Corporación, balances de gestión, publicaciones sobre actividades de los programas y proyectos, eventos institucionales, ejercicio de autoridad ambiental, acciones en el territorio e información ambiental de interés para la región, Antioquia y Colombia.

Además, se replican las publicaciones o artículos de medios masivos y aliados que hacen alusión a la gestión Corporativa.

**Enfoque Pedagógico:** contenidos que fortalezcan el conocimiento de los ciudadanos sobre diferentes temas enfocados a la gestión institucional y la protección ambiental. Así como campañas que permitan la interacción y participación de los ciudadanos a través de los canales digitales.

**Enfoque Atención al Ciudadano:** fundamentados en los principios de transparencia y eficiencia institucional, realizar la gestión oportuna a las respuestas de las inquietudes, quejas y denuncias realizadas por los ciudadanos a través de las redes sociales y sitio web.

Además, promueve el acceso de la ciudadanía a los servicios de la entidad de forma directa y cercana, mediante los canales de atención existentes.

#### **Públicos:**

- Seguidores en redes sociales
- Usuarios de la Corporación
- Líderes de opinión
- Periodistas y medios de comunicación
- Organizaciones sociales, culturales y ambientales
- Comunidad educativa

- Comunidades étnicas
- Sectores y gremios
- Ciudadanos en general

### **Táctica Generación de contenidos para medios de comunicación**

Con esta se busca dar a conocer a la entidad y sus actuaciones, así como favorecer el posicionamiento de la misma entre los grupos de interés.

#### **Actividades:**

- Redacción y envío de boletines de prensa.
- Elaboración y difusión de artículos o informes especiales.
- Elaboración y envío de boletín informativo mensual.
- Generación de contenidos para distribución en medios y programas radiales, con cobertura regional, local o comunitaria (sección ambiental).

### **Táctica gestión de prensa**

Su objetivo es mantener un adecuado relacionamiento con periodistas y medios de comunicación, a través de los cuales se busca obtener cada vez mayor visibilidad, mediante la divulgación de información institucional.

#### **Actividades:**

- Atención a medios (por demanda, según solicitudes de periodistas).
- Ruedas de prensa.
- Ronda de medios.
- Implementación de Plan de Medios para la divulgación de campañas institucionales.
- Gestión de free press.

## Productos audiovisuales

### Resumen del mes

Contenido: se presentarán los cinco hechos más relevantes o de mayor impacto en la Corporación durante el mes. (Duración: 2 minutos máximo).

### Comerciales

Contenido: presentación de campañas pedagógicas que generen cultura ambiental. (Duración: 30 segundos)

### Notas

Contenido: programas estratégicos de Corantioquia como áreas protegidas, Hogares Ecológicos, Campaña BIO+, Sembratón, Piragua, ¡Paremos Ya!, Mercados Verdes, entre otras. (Duración: 2 minutos máximo).

## 2. Estrategia movilizadora

La estrategia movilizadora se deriva de la educomunicación como un enfoque institucional para la transformación de la cultura ambiental y por ende, busca atender la necesidad que plantea la Política Nacional de Educación Ambiental de diseñar, implementar, apoyar y promover planes y acciones de comunicación y divulgación que permitan construir sentidos educativos y pedagógicos, más allá de la publicidad.

Una forma de lograrlo es afianzar esta línea de trabajo como un llamado a la consciencia ambiental y a la gestión ambiental corresponsable, a través de las siguientes 4 tácticas que se armonizan con 3 retos del Plan de Gestión Ambiental Regional (PGAR) y con el enfoque de Gobernanza del Plan de Acción 2020- 2023:



**Táctica Incorporación de la comunicación educativa en los proyectos bandera definidos por el Direccionamiento Estratégico vigente:** lo cual se logrará mediante el desarrollo de estrategias de comunicación para la visibilidad y la movilización.

**Táctica Generación de diálogos que fortalezcan la confianza en la Entidad:** a través de la realización de la segunda versión del Festival Ambiental y de Visitas Guiadas a la sede central de Corantioquia.

**Táctica Promoción del Sello de Sostenibilidad y de Distinción Vida:** como reconocimientos que incentivan la toma de decisiones ambientales responsables.

**Táctica Contribución a la apropiación social del territorio y del conocimiento institucional:** con el desarrollo de una herramienta virtual que permita formar a públicos estratégicos en temáticas ambientales.

#### **Actividades/productos:**

- **Corantioquia Contigo:** presencias en los municipios de la jurisdicción para establecer diálogos y desarrollar actividades directamente con los actores estratégicos del territorio.
- **Bosques de Vida. Sembratón:** iniciativa de Corantioquia enmarcada en el Programa Bio+ que busca entregar 12 millones de árboles nuevos.
- **Cuidatón Bosques de Vida:** jornadas de mantenimiento que sirven de seguimiento a la Sembratón, promoviendo la participación ciudadana en el cuidado y conservación de las especies.

- **Campaña de protección de la fauna silvestre “Paremos Ya”:** a través de mensajes en medios masivos y canales propios, como las activaciones con públicos específicos.
- **Festival Ambiental:** vitrina para dar a conocer iniciativas ambientales exitosas y programas de la Corporación al público en general.
- **Sello de Sostenibilidad:** reconocimiento a empresas que implementan prácticas sostenibles más allá de la normatividad vigente.
- **Distinción Vida:** reconocimiento que entrega anualmente la entidad a organizaciones y personas destacadas en la protección ambiental en sus territorios.
- **Herramienta de formación ambiental virtual:** instrumento digital para promover la cultura ambiental en la jurisdicción.

### Programas que hacen parte de la línea movilizadora

De acuerdo al direccionamiento estratégico se han definido un grupo de programas que requieren el desarrollo de planes de comunicaciones que promuevan la movilización social y la cultura ambiental, entre ellos se encuentran:

- Piragua
- Guardianes de la Naturaleza
- Hogares Ecológicos – Mercados Verdes
- Red Fauna Libre
- Pago por Servicios Ambientales
- Negocios Verdes
- Sello de Sostenibilidad

- Gestión Integral de Residuos Sólidos
- Calidad del Aire
- Gestión del Riesgo y cambio climático
- Áreas Protegidas
- Mujeres Tierra y Vida.
- Saberes Dorados
- Turismo de Conservación
- Bio +
- Paremos Ya

### 3. Estrategia de Relacionamento

La estrategia de relacionamiento busca reforzar la identidad y posicionamiento de la Corporación, mediante el fortalecimiento de vínculos con los grupos de interés.

#### Actividades/productos:

- Reuniones periódicas y firma de pactos con los sectores económicos, sociales y culturales, para acercarlos a la entidad y vincularlos a los objetivos institucionales, mediante la adopción de estrategias pertinentes de sostenibilidad.
- Encuentros sectoriales: actos de relacionamiento con invitación de sectores económicos, sociales y culturales.
- Invitar a los públicos de interés a actividades propias de la entidad.
- Visitas guiadas: recorrido, talleres y experiencias ambientales en la sede de Corantioquia, dirigidos a diversos actores estratégicos.
- Encuentro de periodismo ambiental y fortalecimiento de una red de periodistas ambientales.

- Actividades especiales: celebración con mensajes educativos de los días nacionales e internacionales relacionados con la naturaleza y el medio ambiente. Agua, Tierra, Animales.
  - Aniversario institucional, con especial énfasis en bodas de plata (2020)
  - Relacionamiento con los públicos digitales: se promueve la cercanía a públicos estratégicos y líderes de opinión por medio de la publicación en redes sociales de felicitaciones, condolencias, reconocimientos, entre otros.
  - Validadores: usuarios, aliados y especialistas que por su importancia o trascendencia dentro de sus públicos o comunidades, refrende el trabajo ambiental de Corantioquia.
- 
- **Estrategia organizacional.**

La estrategia organizacional busca promover y fortalecer la coherencia, la organicidad y la articulación interna.

Público: Consejo Directivo, funcionarios, contratistas, practicantes.

#### Objetivos:

- Lograr identidad, apropiación y cohesión.
- Motivar la creatividad y la innovación.
- Promover y fortalecer trabajo en equipo.
- Mejorar las capacidades de los recursos humanos.
- Informar y democratizar la información.
- Crear sentido de pertenencia.

## Acciones

- Comunicación interna. Fortalecimiento de medios internos: correo electrónico, whatsapp, carteleras, noticiero interno, Intranet.
- Cultura organizacional. Campaña de clima organizacional
- Difusión de los valores corporativos. Campaña institucional interna
- Fortalecimiento de la confianza de los colaboradores en sí mismos y en la entidad.
- Reconocimiento de los miembros de la organización, a través de mensajes, crónicas breves y concursos, entre otros.
- Fomento del respeto a conductos regulares y roles dentro de la organización.
- Celebraciones especiales: cumpleaños, Día de la Familia, Navidad, entre otros.

## Publicidad e imagen institucional

Busca promover el buen uso de la imagen corporativa en las piezas y publicaciones; además de impactar visualmente a los públicos objetivos de la Corporación por medio de los canales internos digitales, físicos e institucionales atendiendo a todas las subdirecciones en sus respectivas temáticas.

## Actividades

- Conceptualización de piezas y productos para campañas institucionales.
- Manual de identidad y plantillas corporativas.
- Archivo fotográfico de la corporación.
- Creación de piezas gráficas y audiovisuales para los diferentes canales corporativos.
- Lineamientos gráficos de los diferentes convenios, programas y proyectos.