



Plan de Comunicaciones 2020-2023

envarias[®]
Grupo epm

Elaborado por:

Nombre del profesional	Perfil
Charle Zapata Zapata	Coordinador
Daniela Londoño Martínez	Profesional 2 - Administrativa
Estefanía Cuartas Varela	Profesional 2 - Cultura Ciudadana del Aseo
Harrison Rentería Rentería	Profesional 2 - Comunicador Digital
Jonathan Álvarez Sánchez	Profesional 2 - Comunicador
Liliana María Peláez Mesa	Contratista - Comunicadora
Melissa Jaramillo Carvajal	Contratista - Comunicadora
Diego Zapata Dávila	Contratista - Comunicador
Darwin Cano Rojas	Auxiliar Administrativo 1 - Diseñador Gráfico
Marcela Patarroyo González	Contratista - Consultora en Gobierno Digital
Aprendiz Comunicaciones	Estudiante Comunicación
Aprendiz administrativa	Estudiante técnico o tecnología administrativa

**Equipo de Comunicaciones y Relaciones
Corporativas Emvarias Medellín
2020**

Contenido

Elaborado por:.....	2
1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONES EMVARIAS.....	8
1.1. DOFA.....	8
1.1.1. Debilidades:.....	8
1.1.2. Fortalezas.....	9
1.1.3. Oportunidades:.....	9
1.1.4. Amenazas:.....	11
1.2. Recursos con los que cuenta la Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas de Emvarias.....	11
2. PLAN DE COMUNICACIONES.....	13
2.1. OBJETIVOS.....	13
2.1.1. Objetivo general.....	13
2.1.2. Objetivos específicos.....	13
2.2. GRUPOS DE INTERÉS.....	16
2.3. EJES TRANSVERSALES DEL PLAN.....	23
2.3.1. La identidad:	23
2.3.2. El discurso	25
2.3.3. Movilización social	26
2.3.4. Visión compartida	26
2.4. DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPO DE ACUERDO AL SOPORTE DE PROCESOS Y PROYECTOS.....	28
2.5 LÍNEAS ESTRATÉGICAS – LÍNEAS DE ACCIÓN.....	34
2.5.1. Identidad.....	34
2.5.2 Discurso.....	35
2.5.3 Movilización social.....	38
2.5.4 Visión compartida.....	40
2.5.5. Gestión Administrativa de la Comunicación Objetivo:.....	43

2.5.6. Gobierno Digital Objetivo:	43
2.6. INDICADORES	45
2.7. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO.....	52
3. PRESUPUESTO	¡Error! Marcador no definido.
4. ANEXOS.....	¡Error! Marcador no definido.

INTRODUCCIÓN

Emvarias es la empresa que presta el servicio de aseo público en la ciudad de Medellín desde hace cincuenta y cinco años. En su historia ha pasado por múltiples procesos de transformación entre los que se destaca el paso de ser una empresa de propiedad del municipio de Medellín a ser, en el año 2014, filial del Grupo EPM, como la única del Grupo dedicada a la prestación del servicio público de aseo y la gestión de residuos.

Para lograrlo, Emvarias Grupo EPM tiene el **propósito empresarial** de *contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor*. Este se convierte en el **eje central de su direccionamiento estratégico**.

Además, el Grupo EPM da línea frente al Gobierno Corporativo, que es un conjunto de disposiciones, prácticas y medidas que demarcan el adecuado equilibrio entre la propiedad y la gestión de la empresa, a fin de garantizar su sostenibilidad y crecimiento, los derechos de sus inversionistas, la transparencia y ética en su actuación y el equilibrado acceso a la información para sus grupos de interés.

En el Gobierno Corporativo de Emvarias está:

- La Junta Directiva: el principal órgano de gobierno de Emvarias Grupo EPM.
- El Equipo Directivo: conformado por el Gerente; los Jefes de las áreas Servicios Corporativos, Suministros y Soporte Administrativo, Auditoría, Asuntos legales y Secretaría General, Financiera, Subgerencia de Operaciones de Aseo, Gestión Operativa, Mantenimiento, Servicios de Aseo, y Disposición Final; el Coordinador de Asuntos Disciplinarios y el Coordinador de Comunicaciones.

Junta Directiva Emvarias Grupo EPM

Santiago Ochoa Posada
Miembro principal



Vicepresidente
de Agua y
Saneamiento
de EPM.

26 años
Experiencia

Ingeniero Civil con
especialización en
Sistemas de Admin-
istración de la
Calidad ISO 9000.

Luis Javier Vélez Duque
Miembro principal



Gerente
de residuos
EPM.

35 años
Experiencia

Ingeniero Mecánico
con especialización
en Gerencia
Financiera.

Carlos Armando Hernández
Miembro principal



Particular

30 años
Experiencia

Economista con
especialización
en mercadeo.

Juan Carlos Castro Padilla
Miembro suplente



Gerente
de Planeación
Financiera EPM

24 años
Experiencia

Contador Público
con especialización
en servicios públicos
domiciliarios y en
gestión tributaria.

Juan David Vélez Hoyos
Miembro suplente



Gerente
de relaciones
laborales
EPM

24 años
Experiencia

Abogado con
Especialización en
Derecho Público

Luisa María Pérez Fernández
Miembro suplente

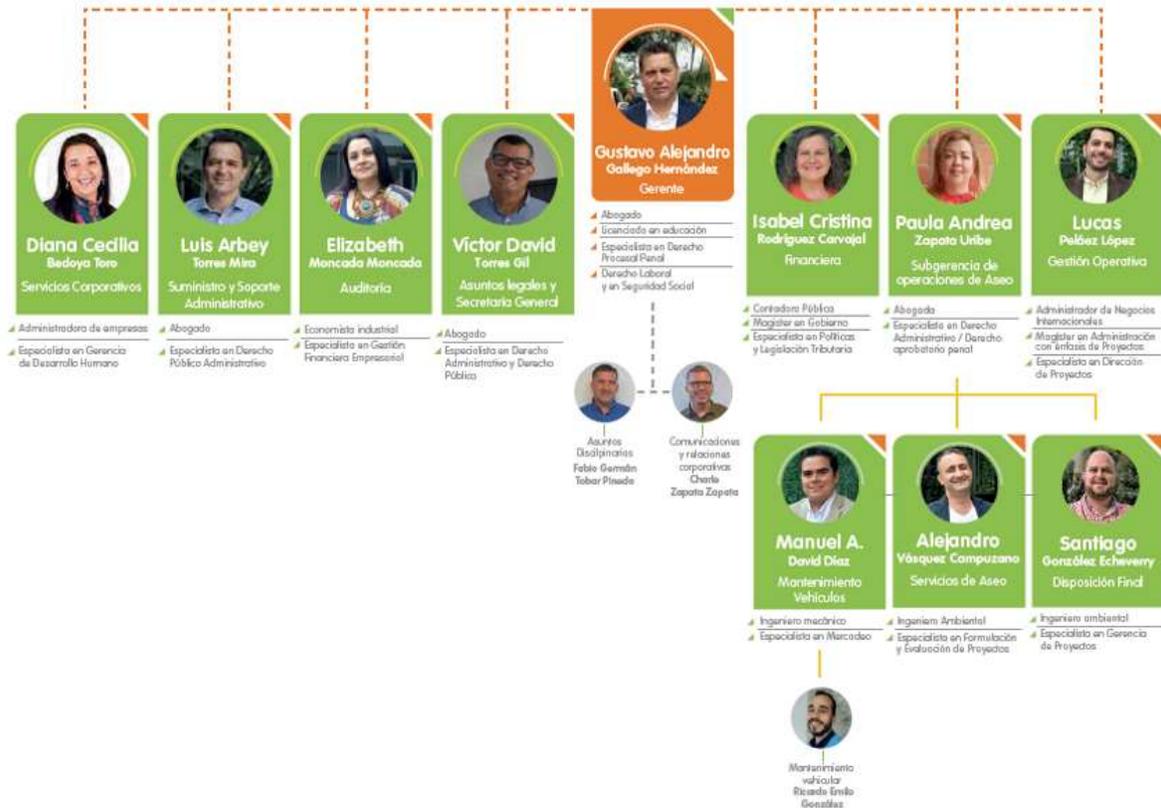


Directora
de planeación
agua y
saneamiento EPM.

15 años
Experiencia

Ingeniera Civil con
especialización en
economía y
maestría en
Ingeniería Civil.

Equipo directivo Emvarias



Dentro de su estructura, Emvarias ha contado con una Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas que anualmente elabora y ejecuta un plan de comunicaciones.

La Coordinación de Comunicaciones plantea un proyecto comunicativo consistente y sólido que incluya estrategias y acciones para ayudar a alcanzar las metas institucionales y así consolidarlas en la opinión pública, teniendo como base el propósito empresarial.

Es importante recordar en este plan que Comunicaciones funciona como un eje transversal a toda la organización, ya que a lo largo del documento se evidenciarán los niveles de intervención en asesorías, líneas estratégicas y acompañamiento ante las acciones propuestas.

Para consolidar el plan se realizó un diagnóstico de Comunicaciones que logra identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas a tener presentes en este documento, elemento orientador de las estrategias a realizar.

1. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONES EMVARIAS

El diagnóstico se realizó con base en un enfoque exploratorio por parte de la Coordinación de Comunicaciones de Emvarias. Está dividido en cuatro elementos de la comunicación pública que se abordarán a lo largo del plan: *identidad, discurso, movilización social y visión compartida*.

En algunos momentos no aparecerán algunos de estos cuatro puntos; esto quiere decir que no hay debilidades, oportunidades, fortalezas o amenazas en este sentido.

1.1. DOFA

1.1.1. Debilidades:

Generales:

- Carencia de indicadores de impacto y medición de las estrategias de acuerdo con la caracterización de los procesos de comunicaciones (según el Sistema de Gestión de Calidad).
- Presupuesto limitado para atender todas las solicitudes y procesos de la empresa desde Comunicaciones.
- No hay mediciones recientes asociadas a la comunicación interna, efectividad de la comunicación, imagen y reputación.

Identidad:

- Posicionamiento e implementación del nuevo manual de marca

Discurso:

- No se cuenta con un archivo visual actualizado en cuanto a fotografías, video y material gráfico (organizado cronológicamente y por componentes).
- Los repositorios digitales de información no están unificados ni cuentan con un sistema de archivo uniforme.
- Página web con información desactualizada.

Visión compartida:

- Bajo número de actas, documentación y sistematización de la información, proyectos y estrategias ejecutadas.
- Bases de datos de grupos de interés desactualizadas, con poco alcance o inexistentes.
- Desconocimiento interno del personal de Emvarias en cuanto a las funciones y alcances del área de Comunicaciones.
- Capacidad limitada para la atención y soporte de los diferentes componentes de área por parte de las personas del equipo debido al número de funciones que cada uno debe atender.
- Funcionarios de Emvarias no siguen el conducto regular y solicitan aprobaciones de los jefes para ejecutar acciones comunicacionales, quienes no necesariamente tienen claros los lineamientos de Comunicaciones, manual de imagen, etc.

1.1.2. Fortalezas

Discurso:

- Emvarias tiene una variedad de programas, proyectos e iniciativas que se convierten en un banco de información positiva para comunicar.
- Consolidación de una relación positiva con los medios de comunicación locales.

Visión compartida:

- Equipo de Comunicaciones sólido, calificado y diverso.
- Interés y confianza del cuerpo directivo en el tema comunicacional.
- Conocimiento de la entidad, procesos y proyectos por parte del equipo de Comunicaciones.
- Roles y funciones del equipo de trabajo definidas y claras.
- Se cuenta con proveedores definidos que generan confianza, compromiso, oportunidad y nivel de respuesta alto.

1.1.3. Oportunidades:

General:

- Ser el enlace para la empresa de manera que Comunicaciones alerte de los proyectos de innovación y de desarrollo asociados al medio ambiente que generan posibilidades para la aplicación a premios, cooperación internacional y estímulos gubernamentales.
- Medir el impacto de los mensajes.

Identidad:

- Fortalecimiento y posicionamiento de marca en eventos y ferias.

Discurso:

- Aportar en la creación de contenidos y divulgación de la oferta de consolidación de servicios especiales emergentes en Emvarias.
- Generar contenido de interés que permita el incremento y diversificación de los públicos a los que llegamos.
- Fortalecer la relación con los medios de comunicación comunitarios.
- Visibilizar la gestión realizada desde los componentes social, ambiental y de comunicaciones del Plan de Manejo Ambiental de Relleno Sanitario La Pradera.
- Diversificar los canales de comunicación con clientes y usuarios.

Movilización social:

- Potencializar el trabajo en territorio con la comunidad y líderes desde Cultura Ciudadana del Aseo y operaciones de Aseo para generar contenido de interés y visibilización de las intervenciones sociales de la empresa.

Visión compartida:

- Línea de trabajo clara en articulación con el plan de desarrollo de Medellín y direccionamiento estratégico de EPM.
- Interés de la Alcaldía de Medellín por priorizar el componente ambiental y de reciclaje en Medellín, bajo la línea estratégica número seis de Ecociudad.
- Definir enlaces desde las diferentes áreas de empresa para la actualización del portal web y otros canales de información.
- Posibilidad de capacitación y fortalecimiento del conocimiento interno del

personal del área de Comunicaciones.

- Propiciar la transformación digital al interior de Emvarias.

1.1.4. Amenazas:

Identidad:

Recursos insuficientes para marcación y manejo de identidad en vehículos, equipos y sedes.

Visión compartida:

- Falta de planeación y articulación entre las diversas dependencias de Emvarias, que genera procesos al interior de Comunicaciones.
- El conducto de aprobación del uso de la marca presenta desarticulación con el área de Comunicaciones.
- Se trabaja sobre el tiempo y sin contexto específico en algunos procesos.
- Bajo dimensionamiento de los procesos y acciones desarrolladas por comunicaciones por parte de otras dependencias de Emvarias.
- Dificultades que se puedan presentar en el clima laboral a raíz de las diferencias en la administración sindical y administración de Emvarias.
- Procesos precontractuales y contractuales lentos, con una duración en promedio de tres meses.

1.2. Recursos con los que cuenta la Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas de Emvarias

Medios

- Correo interno de comunicaciones para público administrativo.
- Cinco carteleras informativas físicas para el público operativo:
 - o Sede la 30: 1
 - o Centro A: 1
 - o Centro B: 1
 - o Base de operaciones: 2
- Boletín electrónico semanal La Frecuencia.
- Boletín Cultura Ciudadana del Aseo.
- Boletín de proveedores y contratistas

- Redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok.
- Página web.
- Whatssap Corporativo Emvarias al Instante
- Programa Radial Radio Naranja
- Periódico Corporativo La Zorrita
- Programa de transmisión digital La Silla Naranja
- Informativo La 3 de Emvarias

Potenciales:

- Sistema de audios en las sedes.
- Sistema de pantallas digitales.
- WhatsApp para clientes y usuarios.
- Intranet.

Para dar respuesta a las debilidades planteadas en el diagnóstico, aprovechar las fortalezas y oportunidades, y actuar frente a las amenazas, en el plan de comunicaciones de Emvarias que detallamos a continuación están descritas las líneas estratégicas.

2. PLAN DE COMUNICACIONES

Este es el documento guía en materia comunicacional para Emvarias. Sus fundamentos parten del propósito de la compañía, sin dejar como un elemento de valor las estrategias implementadas por el Grupo EPM y por la Alcaldía de Medellín en su Plan de Desarrollo con la línea de Ecociudad.

Las acciones planteadas deben ser objeto de constante alimentación, acompañamiento y seguimiento por parte del equipo de Comunicaciones, para que la ruta señalada pueda cumplir sus propósitos. Se requiere, además, el compromiso de todo el equipo de Emvarias, de manera que se convierta en un plan estratégico transversal.

2.1. OBJETIVOS

2.1.1. Objetivo general

Posicionar a Emvarias, ante sus grupos de interés, como la empresa de servicios públicos de aseo líder en la implementación del modelo de gestión integral de los residuos sólidos en Medellín y la región.

2.1.2. Objetivos específicos

Identidad:

- Visibilizar la marca Emvarias Grupo EPM como una empresa cálida, transparente, responsable, sólida e innovadora que aporta a la sostenibilidad de Medellín y la región.

Discurso:

- Consolidar mensajes, medios y canales de comunicación que difundan las líneas estratégicas de la empresa.

Movilización social:

- Implementar estrategias de movilización social que incidan en cambios de

comportamiento, hábitos y acciones favorables para la gestión integral de los residuos sólidos.

Visión compartida:

- Desarrollar estrategias que permitan el flujo de comunicación continua y armónica con los grupos de interés internos para fortalecer las relaciones, el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia por la empresa.

La Coordinación de Comunicaciones cuenta con dos áreas que funcionan de manera transversal; por esto incluimos sus objetivos de una manera independiente a los cuatro descritos anteriormente:

Gestión Administrativa de la Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas:

- Gestionar el proceso contractual, presupuestal y administrativo del área de Comunicaciones para apoyar la ejecución de las acciones y facilitar la gestión, seguimiento y control de recursos de la empresa y del Grupo EPM.

Gobierno Digital:

- Gestionar en Emvarias Grupo EPM la política de Gobierno Digital liderada por el Ministerio de las TIC, para orientar y dar los lineamientos respectivos a la entidad.

2.2. GRUPOS DE INTERÉS



Grupo de interés	Composición (Emvarias)	Objetivo de relacionamiento	Demandas, necesidades o preferencias de información en el marco de la gestión institucional
Clientes y usuarios	Personas, empresas y otras organizaciones con las que se tiene una relación a partir de la prestación del servicio público de aseo y sus actividades asociadas. Para efectos de la relación comercial, en particular de facturación, la Organización asocia un servicio suscrito a la dirección del inmueble donde los clientes y usuarios reciben el servicio.	Facilitar el acceso y el disfrute de los servicios públicos mediante la promoción de acciones conjuntas con diferentes actores legítimos, para incidir en el desarrollo humano sostenible de los territorios donde el Grupo EPM tiene o proyecta su presencia	Temas relacionados con el servicio público, tales como: - Decisiones que tienen que ver con la operación de aseo de la empresa. - Definición de tarifas, rutas, horarios y frecuencias de recolección. - Proyectos e iniciativas de innovación del servicio y que aporten a la sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.
Colegas	Conformado por los gremios, asociaciones y empresas dedicadas a la prestación de servicios públicos domiciliarios, e instancias donde se discuten,	Formular y desarrollar una estrategia coordinada de sostenibilidad del entorno económico, social y ambiental, con la que se	Informe de Gestión (resultados de la gestión empresarial). Innovación en la prestación del servicio que puedan asumirse como un aporte al sector Estudios o análisis que aporten conocimiento en las diferentes líneas del servicio de aseo

	<p>comparten e intercambian experiencias y temas de interés común en términos de desarrollo y sostenibilidad, de interés para el sector.</p>	<p>promueva un comportamiento responsable por parte del sector de servicios en el marco de una relación de colaboración con los integrantes.</p>	<p>(disposición final, tratamiento de lixiviados, iniciativas de aprovechamiento, entre otras).</p>
<p>Comunidad</p>	<p>Población ubicada en las zonas donde Emvarias tiene presencia a través de sus proyectos y operaciones. La ciudadanía está conformada por usuarios directos e indirectos de los servicios de aseo, por lo cual Emvarias tiene el compromiso de velar por el fortalecimiento de la cultura ciudadana a partir de sus actividades y acciones pedagógicas y de educación. Este grupo de interés es importante, ya que ejerce un control social a la gestión de la entidad, lo que permite aplicar</p>	<p>Establecer compromisos multidireccional escon un sentido compartido entre la comunidad, las autoridades estatales y otros actores legítimos en los territorios donde Emvarias tienen presencia, para cogestionar dinámicas permanentes y pertinentes en la sociedad y el medio ambiente, que se traduzcan en equidad y en una mejor calidad de vida para las personas en el marco de lo que</p>	<p>Temas relacionados con:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Inversiones en el territorio. -Proyectos estratégicos. - Programas y proyectos sociales y ambientales, y su impacto. - Cumplimiento de los compromisos asociados a la licencia ambiental del relleno sanitario (para las comunidades aledañas). - Información sobre mitigación de impactos negativos generados por la operación. - Definición de tarifas, rutas, horarios y frecuencias de recolección. - Inversiones y procesos de innovación a desarrollar en la zona.

	mejoras en la administración y prestación adecuada del servicio.	establecen las políticas y el direccionamiento de Grupo.	
Dueños	Se refiere al dueño de Emvarias, que es EPM y su junta directiva.	Fortalecer en el modelo de Gobierno Corporativo el compromiso de la Administración de EPM con la excelencia de la Administración de Emvarias y de su autonomía en forma estable y continua, condicionado a la aplicación efectiva del modelo de Responsabilidad Empresarial de EPM, de base ética y no asistencialista en busca de la sostenibilidad ambiental, social y económica.	Información contenida en el informe de gestión: <ul style="list-style-type: none"> - Avances de los proyectos estratégicos. - Gestión financiera de la empresa. - Indicadores claves de desempeño. - Iniciativas del plan de empresa. - Inversiones. - Resultados de CMI. - Aplicación efectiva del modelo de Responsabilidad Empresarial de EPM en Emvarias, que busca la sostenibilidad ambiental, social y económica de la empresa y del Grupo EPM.
	Entidades del orden nacional, departamental y municipal de las ramas del poder	Promover la articulación interinstitucional con el Estado para el	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión Interinstitucional. - Cumplimiento de las normatividades. - Contribución al desarrollo del entorno articulándose

<p>Estado</p>	<p>ejecutivo, legislativo y judicial, así como entidades estatales de otros países y organismos supranacionales. Autoridades locales.</p>	<p>desarrollo regional, de cara a la sostenibilidad económica, social y ambiental de Emvarias, actuando de forma transparente y cercana, sin dar lugar a actuaciones que suplanten la responsabilidad de las instituciones estatales.</p>	<p>con el Estado.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aporte a la sostenibilidad del territorio. - Proyectos de infraestructura asociados al servicio público de aseo.
<p>Gente Emvarias / Funcionarios</p>	<p>Servidores, beneficiarios, jubilados, pensionados, aprendices del SENA y estudiantes de práctica de Emvarias.</p>	<p>Fortalecer la relación Gente Emvarias- Organización para favorecer la confianza y elevar el desarrollo humano sostenible de los grupos de interés, y así lograr el cumplimiento de los objetivos empresariales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar mecanismos para la mejora del clima laboral. - Facilitar el desarrollo profesional. - Oportunidades de participación en los diferentes cargos vacantes. - Fortalecer las relaciones entre funcionarios y directivos. - Implementar acciones destinadas a promover y sensibilizar sobre la responsabilidad medioambiental. - Resultados de la gestión empresarial en términos generales. - Cumplimiento de los compromisos convencionales y sindicales.

			<ul style="list-style-type: none"> - Gestión en relación con las iniciativas de desarrollo y bienestar de los empleados de la empresa y sus familias. - Las decisiones que impactan el futuro y sostenibilidad de Emvarias.
Proveedores y contratistas	<p>Servidores, beneficiarios, jubilados, pensionados, aprendices del SENA y estudiantes de práctica de Emvarias.</p>	<p>Fortalecer la relación Gente Emvarias- Organización para favorecer la confianza y elevar el desarrollo humano sostenible de los grupos de interés, y así lograr el cumplimiento de los objetivos empresariales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar mecanismos para la mejora del clima laboral. - Facilitar el desarrollo profesional. - Oportunidades de participación en los diferentes cargos vacantes. - Fortalecer las relaciones entre funcionarios y directivos. - Implementar acciones destinadas a promover y sensibilizar sobre la responsabilidad medioambiental. - Resultados de la gestión empresarial en términos generales. - Cumplimiento de los compromisos convencionales y sindicales. - Gestión en relación con las iniciativas de desarrollo y bienestar de los empleados de la empresa y sus familias. - Las decisiones que impactan el futuro y sostenibilidad de Emvarias.

<p>Accionistas (socios)</p>	<p>Personas naturales y jurídicas que tienen derecho de propiedad no controlante en Emvarias.</p>	<p>Mantener confianza a partir del cumplimiento estricto de derechos y compromisos.</p>	<p>Información contenida en el informe de gestión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avances de los proyectos estratégicos. - Gestión financiera de la empresa. - Indicadores claves de desempeño. - Iniciativas del plan de empresa. - Inversiones. - Resultados de CMI. - Aplicación efectiva del modelo de Responsabilidad Empresarial de EPM en Emvarias, que busca la sostenibilidad ambiental, social y económica de la empresa y del Grupo EPM.
------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

El grupo de interés *Inversionistas* no aplica para Emvarias, pero sí para EPM.

2.3. EJES TRANSVERSALES DEL PLAN

Emvarias cuenta, dentro de su estructura administrativa, con diversas áreas que constantemente solicitan el apoyo del equipo de Comunicaciones. Se debe comunicar todo con base en una misma imagen y lenguaje, que llegue no solo a públicos internos sino externos y con un objetivo en común.

Por esto, el plan de comunicaciones de Emvarias se basa en una estrategia de comunicación pública que se fundamenta a partir de cuatro enfoques:



2.3.1. La identidad:

Todos somos Emvarias, por lo tanto, será fundamental que el logo siempre esté presente en todo tipo de piezas gráficas. La marca Emvarias fue diseñada en 2015 por el Grupo EPM.

Es una combinación de atributos tangibles e intangibles sintetizados en su identidad verbal, visual o marca gráfica, la cual representa a través de su logo la cercanía, la amabilidad y la identidad propia de su ciudad.

Para evocar los valores de marca, su nombre se ha materializado en una forma identificable, en un logotipo que es pregnante, memorable y diferente. El naranja evoca la alegría de la gente extraordinaria que hace posible que nuestra ciudad se convierta en un modelo a seguir, y la incorporación del color verde en el logotipo se debe a la importancia que tiene el Grupo EPM con el medio ambiente como parte de su responsabilidad ambiental y de su compromiso con la sostenibilidad. Los acabados redondeados transmiten sencillez, proximidad y afecto, pero expresados con seguridad y determinación. (Manual de Marca Emvarias, 2015)



La tipografía para piezas gráficas es VAG Rounded Light o VAG Rounded Bold. Para presentaciones en Power Point es Arial Rounded MT Bold en los títulos, y en el cuerpo del texto es Calibrí, Calibrí Light o Segoe. Para Word se utiliza Calibrí o Calibrí Light. Por su parte, como aplicaciones, **Linda Calle y Pepe** son personajes que acompañan y son visibles en diversas piezas de la empresa. Son las figuras que permitirán humanizar a la compañía y acercarla a sus públicos.

Linda Calle, en su gran mayoría, está presente en los temas de Cultura Ciudadana ya que es un personaje que refleja todos los valores positivos de esta línea. Por su parte, Pepe está asociado a temas de reciclaje y ligado a la Ruta Recicla. En algunos momentos acompaña a Linda Calle y hacen equipo para referirse a nuestros empleados sobre temas de interés.

Con el objetivo de potenciar la marca Emvarias se diseñó en 2021 y comenzó a implementar el nuevo manual de marca e identidad corporativa que brinda lineamientos frente al uso gráfico, visual, estético, entre otros, que componen la identidad visual de la organización.



2.3.2. El discurso

Con el discurso nos expresamos a la ciudadanía. El tono comunicacional de Emvarias es cercano, cálido, afectuoso y respetuoso. Utilizamos mensajes sencillos, que son claros y comprensibles para todos los públicos. Los contenidos de carácter técnico los hacemos de fácil entendimiento. Utilizamos la tercera persona en singular y en plural para buscar vinculación en nuestras acciones: *hacemos juntos*. Nuestro tono conjuga elementos informativos, dialógicos y pedagógicos.

Hay unas frases que transversalizan cualquier acción o programa en el discurso de los voceros y funcionarios de Emvarias:

- **Héroes Naranja:** son todos aquellos colaboradores que trabajan día a día en las calles, parques y diferentes sectores de la ciudad, que hacen de Medellín un lugar más limpio y hermoso.
- **En la calle somos tus manos:** nuestros Héroes Naranja trabajan permanentemente por una Medellín limpia y bonita. Esta frase se creó en la temporada de la COVID-19, como muestra del valor de nuestros colaboradores en el momento de la cuarentena.
- **A tu lado todo es mejor:** Emvarias se encuentra presente en todos los espacios y momentos de la ciudad prestando un servicio que aporta a la calidad de vida de las personas, siendo un aliado en el territorio y siempre estando a su lado.

Estas frases se multiplican en el voz a voz, en medios digitales de Emvarias (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok, página web), boletines internos y externos, medios de comunicación, piezas gráficas y audiovisuales, comunicados, carteleras y todo tipo de información que llegue a nuestros grupos de interés.

El discurso de Emvarias también nos lleva a cumplir con los requisitos y las herramientas de Gobierno Digital para facilitar una comunicación legal, transparente y oportuna para los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés de la empresa.

Hay que tener presente, en temas que se manejen con Alcaldía de Medellín 2020-2023, la Ecociudad y el discurso manejado desde la Administración Municipal, en la que tienen cuatro líneas funcionales: informar, educar, entretener y relacionar.

2.3.3. Movilización social

Corresponde al apoyo comunicacional en temas de intervención social, educativo y ambiental que se realiza en las diferentes zonas de prestación del servicio de aseo y con los proyectos estratégicos de la empresa. Considera acciones de interlocución cara a cara con los usuarios, jornadas pedagógicas, acciones de BTL, participación en eventos (de manera presencial y virtual), articulación en estrategias de ciudad, distribución de materiales educativos impresos y audiovisuales, relacionamiento con medios de comunicación, entre otras acciones educomunicacionales.

2.3.4. Visión compartida

Es la comunicación que se orienta a los grupos de interés internos de la empresa con miras a establecer y fortalecer relaciones de pertenencia, apropiación, compromiso y coordinación conjunta. Contribuye a la coherencia y coordinación interna de la organización, busca generar actitudes de confianza, apertura y trabajo en equipo entre los colaboradores. De acuerdo a las definiciones dadas por el Grupo EPM implica la realización de acciones en cuanto a la apropiación de la estrategia, gestión de las relaciones y el fortalecimiento de la plataforma de medios internos.

Esta visión requiere de comunicación constante a los equipos de trabajo, empoderamiento y confianza, lineamientos de comunicación interna (correo electrónico, uso de imagen en papelería de Emvarias, para mostrar unidad), y actividades que promuevan la unión y el trabajo en equipo.

Somos la Fuerza Naranja es la campaña que surgió desde el interior de la empresa y que muestra la fuerza y el trabajo en equipo de todos los integrantes de Emvarias que cumplen desde su rol con el propósito de la entidad: contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor. Esta campaña también se ve reflejada de manera externa.

2.4. DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPO DE ACUERDO AL SOPORTE DE PROCESOS Y PROYECTOS



COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS

Soporte a procesos y proyectos



Área de	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Servicios Corporativos	❖ Bienestar y Gestión Humana	Liliana Peláez	<ul style="list-style-type: none"> Formación Recreación y deporte Eventos internos (fechas especiales) Convención laboral
	❖ Plan de inducción	Liliana Peláez	<ul style="list-style-type: none"> Asesorar en la estrategia de inducción y productos audiovisuales para usar en este proceso
	❖ Desarrollo Organizacional: Transformación Cultural	Liliana Peláez	<ul style="list-style-type: none"> Valores y principios Direccionamiento estratégico Ruta Naranja
	❖ Desarrollo Organizacional: Posicionamiento del proceso de calidad y del SIGC	Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> Campaña de difusión y posicionamiento del sistema de gestión de calidad Apoyo a procesos de certificación (piezas-videos-eventos)
	❖ Salud y Seguridad en el Trabajo	Liliana Peláez	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de difusión del PADEC Participar en la implementación PADEC Campaña de seguridad vial
	❖ Gestión de medios internos	Aprendiz Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> WhatsApp (Emvarias al instante) Boletines / comunicados (La Frecuencia) Correo institucional Carteleras

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Suministro y Soporte Administrativo	❖ Relacionamiento con proveedores	Liliana Peláez	<ul style="list-style-type: none"> Boletín trimestral Manejo de base de datos y relacionamiento Evento de proveedores
	❖ Plan de contratación y Contratación	Daniela Londoño	<ul style="list-style-type: none"> Estructuración del plan de acuerdo con las necesidades anuales Gestión y seguimiento a cada una de las etapas de contratación Interventoría y gestión documental
	❖ Gestión de marca en sedes y espacios.	Jonathan Álvarez	<ul style="list-style-type: none"> Identidad visual en sedes Acompañamiento de la nueva sede

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Secretaría General	❖ Publicaciones de edictos judiciales	Daniela Londoño	<ul style="list-style-type: none"> Recepción de solicitudes Remisión a proveedor Seguimiento a la publicación

Área de soporte	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Auditoría	❖ Divulgación y apoyo	Harrison Rentería	• Divulgación en página web
	❖ Cumplimiento al PAAC	Marcela Patarroyo	• Informe cuatrimestral • Seguimiento a la implementación
	❖ MIPG	Marcela Patarroyo	• Informe trimestral • Seguimiento a la implementación • Difusión del direccionamiento estratégico
	❖ FURAG	Marcela Patarroyo	• Diligenciamiento del formulario • Cumplimiento del plan de mejoramiento
	❖ Promoción de la cultura del control	Diego Zapata	• Divulgación y campañas del código de integridad del servidor público • Manejo de componentes de autocontrol, autogestión y autorregulación
	❖ Difusión de Avanza y Planes de mejoramiento	Daniela Londoño	• Informe trimestral • Seguimiento a la implementación

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Gerencia	Relacionamiento con medios de comunicación	Charle Zapata	• Boletines • Gestión de bases de datos • Gestión de free press
	Rendición de Cuentas	Jonathan Alvarez	• Seguimiento y actualización de la estrategia anualmente • Entrega de soportes
	Gestión de canales y página web Twitter Facebook	Harrison Rentería	• Difusión de información externa, noticias, novedades. • Respuestas oportunas a requerimientos y consultas. • Campañas digitales • Actualización de contenidos
	Gestión redes sociales: Instagram- Youtube Tiktok	Melissa Jaramillo Soporte: Natalia Arroyave	• Difusión de información externa, noticias, novedades. • Respuestas oportunas a requerimientos y consultas. • Campañas digitales • Actualización de contenidos
	Gestión de medios de comunicación con el grupo EPM	Harrison Rentería	• Ecosistema digital • Boletín Agruparte
	Relaciones públicas	Charle Zapata	• Relacionamiento Alcaldía y otras instituciones • Gestión de agenda y protocolo
	Gobierno Digital en apoyo a procesos externos e internos	Marcela Patarroyo	• ITA • Servicios Ciudadanos Digitales • Accesibilidad y Usabilidad • Promoción trámites y servicios en línea • Satisfacción del usuario • Mejoramiento continuo • Sistema integrado de PQRS • Certificaciones y constancias en línea • Trámites y servicios en línea • Acceso a la información pública - Datos abiertos • Participación por medios electrónicos • Transformando mis servicios digitales • Programa Disposición final de RAEE • Mesa de servicio • Toma de decisiones basadas en evidencias • Sociedad Participativa
	Gestión de personajes institucionales	Estefania Cuartas	• Definición de personajes y estrategia pedagógica • Manejo de agenda y presencia en eventos • Articulación con estrategias de comunicacionales

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Financiera	❖ Divulgación y apoyo	Harrison Rentería	• Difusión en página web
	❖ Ejecución presupuestal	Enlace principal: Daniela Londoño Soporte: Charle Zapata	• Planeación de presupuesto anual • Seguimiento y control a la ejecución presupuestal <ul style="list-style-type: none"> ○ Contratación ○ Facturación ○ Traslados
	❖ Plan de vigencias futuras	Enlace principal: Daniela Londoño Soporte: Charle Zapata	• Análisis de los contratos • Verificar el cumplimiento de requisitos de vigencias futuras • Diligenciamiento de formatos
	❖ Participación en el PADEC	Jonathan Álvarez	• Estrategia de difusión del PADEC • Participar en la implementación PADEC

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Gestión Operativa	❖ Procesos comerciales y de mercadeo	Jonathan Álvarez	• Gestión de portafolio • Campaña para clientes especiales • Acompañamiento a productos y servicios emergentes
	❖ Estrategia de Sostenibilidad	Jonathan Álvarez	• Informe anual de sostenibilidad, eventos y estrategias de difusión con todos los grupos de interés
	❖ Aprovechamiento: Ruta Recicla y Puntos Naranja	Estefanía Cuartas	• Gestión pedagógica por diferentes medios y canales • Visibilización de los programas • Actualización de información en nuestros canales
	❖ Planeación de proyectos: <u>Contenerización</u>	Estefanía Cuartas	• Implementación del protocolo social y de comunicaciones
	❖ Planeación de proyectos: Estación de Transferencia	Diego Zapata	• Implementación del plan de comunicaciones para proyectos de infraestructura del grupo EPM • Plan de comunicaciones para Estación de Transferencia
	❖ Direccionamiento estratégico y plan de empresa	Liliana Peláez	• Difundir anualmente el propósito y plan de empresa • Eventos de grupo EPM • Ruta Naranja
	❖ Gestión de canales con clientes y usuarios	Harrison Rentería	• WhatsApp • Página web • Redes sociales

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Operaciones de aseo	❖ Implementación PGIRS	Estefanía Cuartas	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas pedagógicas y de sensibilización • Difusión de contenido
	❖ Gestión social- ❖ Apoyo a las zonas de prestación del servicio	Estefanía Cuartas	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamiento con comunidades • Campañas pedagógicas
	❖ Eventos de ciudad	Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia institucional en eventos de ciudad • Manejo de imagen • <i>Souvenirs y stand</i>

Área	Proceso	Profesional de enlace
Productos audiovisuales, emergentes y de innovación	❖ Micro programa – Las 3 de Emvarias	Liliana Peláez
	❖ Radio Naranja	Aprendiz comunicaciones
	❖ Estrategia digital para grupo interno (Alfabetización y kiosco digital)	Diego Zapata
	❖ La Silla Naranja (Trasmisiones en vivo)	Harrison Rentería
	❖ Posicionamiento del portal Gente Emvarias	Diego Zapata
	❖ El rostro de Emvarias	Melissa Jaramillo
	❖ Apicativo	Harrison Rentería
	❖ Campaña A tu Lado	Jonathan Alvarez
	❖ Campaña Medellín Siempre Limpia	Diego Zapata - Natalia Arroyave
	❖ Difusión, despliegue y posicionamiento en medios zonales, alternativos y agremiaciones	Natalia Arroyave
❖ Estrategia Juvenil / Influenciadores	Natalia Arroyave y Melissa Jaramillo	

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Disposición final	❖ Aula Ambiental	Estefanía Cuartas	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de ruta pedagógica • Gestión logística • Manejo del programa educativo • Visibilización de la iniciativa
	❖ Soporte al Plan de Manejo Ambiental	Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Articulación con el plan de comunicaciones de Emvarias • Acompañamiento al contratista para que cumpla con los lineamientos comunicaciones de Emvarias • Visibilización de los alcances y logros

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Mantenimiento de vehículos	❖ Marcación e imagen	Jonathan Álvarez	Identidad visual en vehículos y equipos
	❖ Difusión y sensibilización del Plan Estratégico de Seguridad Vial	Liliana Peláez	Implementación de la campaña de seguridad vial

2.5 LÍNEAS ESTRATÉGICAS – LÍNEAS DE ACCIÓN

Las líneas estratégicas corresponden a las acciones que se desarrollan de manera integral con la gestión de todo el equipo de Comunicaciones, que incluye un trabajo por enlaces y que involucra los distintos saberes de lo comunicativo.

2.5.1. Identidad

Objetivo: visibilizar la marca Emvarias como una empresa sólida, innovadora, cálida, transparente, responsable y que aporta a la sostenibilidad de la ciudad.

Acciones:

Diseño de piezas gráficas y audiovisuales: todas las piezas gráficas y audiovisuales se deben producir por la diseñadora de Emvarias o por las agencias contratadas para tal fin. Siempre deberán contar con la aprobación de la diseñadora y el comunicador enlace y, para las piezas de mayor alcance, con el aval del Coordinador de Comunicaciones.

Todos los integrantes del equipo de Comunicaciones estarán atentos al manejo de la imagen. La producción de las piezas será aprobada por el enlace de cada área y la profesional administrativa del área.

Las solicitudes de servicio de diseño y audiovisuales contarán con el siguiente procedimiento y tiempos:

Solicitud	Tiempo
Pieza gráfica sencilla (invitación, tarjeta, impresión de piezas ya existentes, compartirelementos gráficos o íconos ya existentes, marcación de un puesto de trabajo).	5 días hábiles (si es digital). 8 días hábiles (si es física).
Pieza gráfica regular (imán, volante a una cara, adhesivo, diseño de <i>banner</i> , diseño de marcación de un espacio, documentos de máximo 3 páginas).	5 días hábiles (si es digital). 10 días hábiles (para material físico).
Pieza gráfica compleja (plegable, guía, libreta, cartilla, <i>brochure</i> , infografía, valla publicitaria, manual, pendón, documento de 4 páginas en	15 días hábiles (si es digital). 20 días hábiles (para material físico).

adelante, volante doble cara, <i>souvenirs</i> elementos gráficos para eventos, presentaciones en PPT, diseño de uniformes).,	
Apoyo para toma de fotografías en eventos.	3 días hábiles, antes del evento.
Creación y entrega de <i>souvenirs</i> .	30 días hábiles.
Solicitud grabación de video.	30 días hábiles.

Las solicitudes se deben realizar al enlace de Comunicaciones (con copia al Coordinador de Comunicaciones) de acuerdo al programa que acompañe. El enlace le indica la solicitud a la diseñadora o a la agencia.

Asesoría de imagen: se desprenderá de los lineamientos del Manual de Imagen Emvarias 2021. El equipo de Comunicaciones realizará asesoría y verificación de imagen para vigilar su correcto uso y aplicación. A su vez, estará atento a la imagen que se proyecten los elementos y herramientas de identificación y comunicación de los contratistas, en los medios de comunicación internos y externos, y en diversas piezas gráficas y audiovisuales.

En diversas piezas estarán presentes Linda Calle y Pepe.

Si la pieza va en conjunto con una entidad aliada (Grupo EPM, Alcaldía de Medellín, entre otros) se analizará el tipo de diseño, de manera que cumpla con los lineamientos o con acuerdos de las diferentes entidades.

2.5.2 Discurso

Objetivo: consolidar mensajes, medios y canales que permitan la difusión de las líneas estratégicas de la empresa.

Acciones

Estrategia de prensa

Tiene la intención de posicionar en los medios de comunicación comunitarios, locales, regionales y nacionales las diferentes estrategias de Emvarias.

El manejo de prensa de la empresa debe ser considerado como un eje transversal que involucre a todas las áreas y que tenga línea directa desde la Gerencia. El equipo será responsable de comunicarse de manera oficial toda la información en medios de comunicación externos con gestión de *free pressy* de la pauta que se determine, según el presupuesto.

Así mismo, diseñará los mecanismos pertinentes para la difusión, buscando efectividad en la transmisión de información y propendiendo por la interacción con los diferentes públicos. Es preciso señalar que su propósito es promover las noticias positivas; también está el deber de atender a medios de comunicación que presenten información reactiva. Es decir, aquella que al no ser asumida y orientada de forma correcta podría afectar la imagen de la empresa.

Hace parte de la estrategia de prensa:

Vocerías: preparación e identificación de voceros. Se realizarán periódicamente talleres de atención a medios de comunicación dirigidos al Gerente y Jefes de Área. Hay que recordar que la responsabilidad de la difusión de la información no solo es de Comunicaciones, sino de quienes integran la cadena.

También se asesorará a los administradores de zona, operarios y otros colaboradores que en determinado momento tengan la misión de otorgar una entrevista.

Boletines de prensa, fotonoticias y comunicados: se realizan de acuerdo con las noticias, proyectos estratégicos, iniciativas de ciudad o novedades del servicio que se produzcan en la empresa.

Planes de medios: para campañas de ciudad o de una temática que requiera difusión ampliada.

Atención a medios: deberá primar la anticipación, para procurar una comunicación asertiva y propositiva. No obstante, nos comprometemos a responder ágilmente aquellas solicitudes de los medios de comunicación que así lo requieran. Desde Comunicaciones se solicita celeridad a las áreas de la empresa para que brinden la información de manera oportuna y clara, evitando los tecnicismos, sin sacrificar la calidad del contenido.

Ruedas de prensa: para hechos destacados que ameriten la convocatoria masiva a periodistas. Deben planearse con tiempo en la medida de lo posible y antes de las 9:30 de la mañana para garantizar afluencia de medios.

Rondas de medios y demás acciones de *free press*: recorrido del Gerente a diferentes medios de comunicación, de acuerdo con los temas previstos.

Encuentros con medios de comunicación: dirigidos a periodistas que cubren temas de medio ambiente o asociados con el propósito de la empresa.

Protocolo de manejo de crisis: Emvarias cuenta con un protocolo de crisis. Es deber del equipo de Comunicaciones, junto con el líder de cada área, lograr que estos procesos sean conocidos y resolver de manera clara, precisa y, sobre todo a tiempo, las noticias que generan impacto negativo en la comunidad. Es importante conocer y reconocer que detrás de una mala nota de prensa podemos aprovecharla para mostrar fortalezas y ser capaces de cambiar el discurso y la percepción que generó.

Monitoreo de prensa: el archivo de monitoreo es realizado por integrantes del equipo de Comunicaciones. Adicionalmente, en ocasiones y dependiendo de los temas, el Grupo EPM apoya también en determinados procesos.

Estrategia en redes sociales y página web

Recibimos insumos con datos de gestión por parte de las diferentes áreas y realizamos material fotográfico y audiovisual con temáticas educativas de acuerdo con el propósito de la empresa y que evidencie los procesos humanos, de infraestructura y avances. Toda esta información la publicamos en nuestras redes (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, TikTok) y en la página web. A su vez, replicamos información de entidades aliadas.

En estos medios, nuestro tono siempre es de cercanía, en el que se muestra a Emvarias como una empresa que es orgullo para la ciudad.

El equipo de Comunicaciones realiza toda la estrategia creativa y de elaboración de contenidos de la página web y redes sociales. La agencia contratada realiza, con base a lineamientos de Comunicaciones, las piezas gráficas para estos medios y también material audiovisual con los testimonios de la experiencia de diferentes actores.

Las solicitudes de servicio de divulgación de información externa contarán con el

siguiente procedimiento y tiempos:

Solicitud	Tiempo
Solicitud publicación en página web.	2 días hábiles.
Solicitud publicación boletines de prensa.	8 días hábiles.

2.5.3 Movilización social

Objetivo: propiciar la ejecución y divulgación de las estrategias de movilización social realizadas por la empresa.

Acciones

Componente de cultura ciudadana del aseo:

Es la comunicación que se realiza con y para la ciudadanía, las comunidades y los usuarios del servicio de Emvarias, que busca movilizar la voluntad y la participación de los grupos de interés hacia un adecuado manejo de los residuos sólidos y la incorporación de un nuevo modelo de gestión de los sólidos.

Conjuga acciones de comunicación para el posicionamiento y la visibilización pública de Emvarias, acciones de comunicación educativa, pedagógica y para el desarrollo, orientadas a la promoción de la cultura ciudadana del aseo. Está compuesta por jornadas pedagógicas, contacto permanente con los administradores de zonas de prestación de servicio de aseo, erradicación de puntos críticos, alianzas interinstitucionales, presencia en eventos de ciudad en los que se realizan acciones BTL y distribución de material educativo, entre otras acciones educomunicacionales. Las solicitudes de actividades de movilización social contarán con el siguiente procedimiento y tiempos:

Solicitud	Tiempo
Solicitud de acompañamiento pedagógico/logístico en jornadas de sensibilización, actividades educativas, ferias ambientales, talleres, capacitaciones y eventos.	Entre 8 y 15 días hábiles.

Solicitud de participación de los personajes institucionales en actividades.	15 días hábiles.
------------------------------------------------------------------------------	------------------

Acompañamiento en eventos externos:

El equipo de Comunicaciones apoya la planeación y ejecución de los eventos externos a realizar, según los lineamientos requeridos para cada tipo de evento. Se evaluarán los aspectos logísticos y de protocolo que garanticen el éxito de la actividad.

- Es importante definir con las diferentes áreas el calendario de eventos externos.
- Debe haber una participación directa y activa del área encargada en la planeación, ejecución y evaluación de cada evento.
- El evento debe contar con una planeación y evaluación en el antes, durante y después.
- Aunque el evento tenga operador, siempre debe tener una revisión previa por parte de Comunicaciones.
- Siempre debe contar con imagen institucional.
- Dependiendo de sus características, se analizará si tiene determinado protocolo.

Para la convocatoria de eventos se enviará la e-card o invitación con los siguientes tiempos:

Tamaño del evento	Número de asistentes	Días
Pequeños (P)	10 – 50	10
Medianos (M)	51 – 200	De 15 a 20
Grandes (G)	201 en adelante	De 20 a 30

2.5.4 Visión compartida

Objetivo: desarrollar estrategias que permitan el flujo de comunicación continua y armónica con los grupos de interés internos para fortalecer las relaciones, el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia por la empresa.

Comunicación interna

La comunicación interna de Emvarias propicia la alineación estratégica de los colaboradores de la empresa, para que comprendan y actúen en línea con el propósito empresarial, el plan de empresa y el fortalecimiento constante de la cultura corporativa.

Se orienta a los grupos de interés internos de la empresa con miras a establecer y fortalecer relaciones de pertenencia, apropiación, compromiso y coordinación conjunta. Contribuye a la coherencia y coordinación interna de la organización, busca generar actitudes de confianza, apertura y trabajo en equipo entre los colaboradores. De acuerdo con las definiciones dadas por el Grupo EPM implica la realización de acciones en cuanto a la apropiación de la estrategia, gestión de las relaciones y el fortalecimiento de la plataforma de medios internos.

Para esto es importante que, de acuerdo con el área, los jefes designen un único enlace que se comunique con la persona asignada de comunicación interna.

Acciones

Divulgación de contenidos y asesoría de imagen interna

Está relacionado con el tono de la comunicación que maneja Emvarias, con un discurso cercano e incluyente, mediante canales de comunicación internos.

Todos los colaboradores de Emvarias son comunicadores naturales, por lo tanto, deben tener presente, además del discurso de la empresa, los formatos que se utilicen internamente como hoja membretada, plantillas Power Point, formatos de asistencia y actas, entre otros. Todo esto ha sido enviado por medio de correo electrónico y también se puede encontrar en el Sistema de Gestión de la Calidad.

Desde Comunicaciones coordinamos el sistema de medios internos con el correo corporativo, las carteleras, el boletín La Frecuencia, el WhatsApp corporativo, el periódico La Zorrita, Radio Naranja y medios nuevos como la intranet.

Acompañamiento a campañas

La mayor parte de las campañas serán lideradas por Servicios Corporativos, área que se encarga del bienestar de los colaboradores de la empresa. Comunicaciones apoyará con la creación y ejecución de las estrategias, teniendo presente que los rubros definidos deben salir de Servicios Corporativos y, solo algunos, de Comunicaciones.

Comunicaciones apoya campañas como La Fuerza Naranja, Somos la Fuerza Naranja, Héroe Naranja, Héroe de las Vías, Distantes, pero no distintos, A tu lado todo es mejor y otras en proceso de planeación y ejecución.

Apoyo al proceso de Transformación Cultural

Es un proyecto que lidera EPM y que coordina desde Emvarias Servicios Corporativos. Comunicaciones apoya activamente con el apalancamiento de los valores, principios, conductas, comportamientos y la práctica de la ética de los empleados por medio de un plan detallado.

Apoyo a Operación Segura y Plan de Seguridad Vial

El apoyo a la Operación Segura acompaña todos los componentes de Seguridad y Salud en el Trabajo. Algunos ejemplos son las campañas realizadas con el tema de COVID-19 (Distantes, pero no distintos), la Semana de la Salud, el teletrabajo y los hábitos saludables. En estos temas los colaboradores pueden estar informados sobre la importancia del autocuidado.

El Plan de Seguridad Vial también hace parte de la Operación Segura. Es un foco especial de Emvarias, ya que la empresa trabaja en gran parte con vehículos, así que es de suma importancia difundir y concientizar a los colaboradores la responsabilidad de todos en las vías, tanto a conductores, sus acompañantes y el cuidado a los peatones.

Difusión de Cultura del Control y temas de Auditoría

Comunicaciones apoya en la difusión, para que los colaboradores tengan claridad sobre los estamentos jurídicos y de transparencia (qué es MIPG, FURAG, PAAC). Se realizan publicaciones, videos y diferentes tipos de divulgación para que los integrantes de Emvarias conozcan estos procesos.

Agenda de Bienestar y Gestión Humana

Se visibilizan los beneficios para el personal: formación, recreación y deporte, eventos internos y convención laboral, entre otros.

Casos de negociación sindical

Emvarias realiza, por un periodo determinado de tiempo, un acuerdo de negociación con la organización sindical, del que se desprenden el programa de bienestar de la empresa y otros aspectos importantes de la relación con los trabajadores. Comunicaciones apoya el proceso con la elaboración de comunicaciones internas y externas que dan cuenta de los avances en la negociación, por medio de boletines, piezas gráficas y en la asesoría para un buen relacionamiento.

Apoyo en la planeación y ejecución de eventos internos

Es un tema que se lleva a cabo de una manera similar al procedimiento con los eventos externos, en cuanto a su procedimiento (ver descripción e ítems de eventos, en Movilización Social). El equipo de Comunicaciones apoya la planeación y ejecución de los eventos internos a realizar, según los lineamientos requeridos para cada uno de ellos.

Comunicación corporativa

Tiene que ver con el relacionamiento con grupos de interés diferentes al interno. Sus componentes son:

- Estrategia de Rendición de Cuentas.
- Gestión de marca: *endomarketing*, marcaciones y presencia en eventos, entre otras acciones. Este componente conversa directamente con la línea estratégica de *Identidad*.
- Acompañamiento a clientes: comunicación corporativa dirigida a clientes de residuos peligrosos, empresas del sector corporativo, sector B2B. Se desprende una comunicación por medio de portafolios, campañas para clientes del Grupo Recicla, Relleno Sanitario, clientes de Residuos Peligrosos con herramientas de *mailing* y eventos.
- Estrategias de relacionamiento con proveedores y contratistas en conjunto con el área de suministros y soporte administrativo.
- Estrategias de difusión con medios de comunicación, local, zonal, alternativos, entre otros.

- Estrategia de comunicación para grupo de interés gobierno y entes de control.

2.5.5. Gestión Administrativa de la Comunicación Objetivo

Gestionar el proceso contractual, presupuestal y administrativo del área de Comunicaciones para apoyar la ejecución de las acciones y facilitar la gestión, seguimiento y control de recursos de la empresa y del Grupo EPM.

La Gestión Administrativa de la Comunicación está relacionada con la gestión de recursos y los procedimientos que permiten cumplir la planificación y alcanzar los objetivos propuestos por el área. Implica procesos de planeación, gestión del presupuesto, contratación, apoyo y monitoreo de la ejecución operativa y evaluación. Además, incluye procesos de interventoría, archivo documental y comprar operativa.

Hace parte también de esta acción el seguimiento y control a planes de mejoramiento y solicitudes que se deriven de las diferentes auditorías de gestión de calidad de los procesos.

2.5.6. Gobierno Digital

Objetivo:

Gestionar en Emvarias la política de Gobierno Digital liderada por el Ministerio de las TIC, para orientar y dar los lineamientos respectivos a la entidad, de acuerdo con el alcance definido en el numeral 2.4.

En la empresa es de gran importancia la gestión de Gobierno Digital pues permite cumplir con las iniciativas de esta política para facilitar una interacción y comunicación legal, transparente y accesible para los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés, haciendo uso de las TIC.

Esta comunicación se genera por medio de la interacción con los diferentes grupos de interés; para el cliente externo a través de redes sociales (Twitter, Facebook, YouTube e Instagram), y página web. Para nuestro cliente interno llegamos a través de carteleras, e-mailing y WhasApp Corporativo, mediante publicaciones constantes que respondan a contenidos informativos, estratégicos, operativos y de servicios de la empresa, relacionados con los servicios centrados en el usuario, los trámites y

servicios en línea, la transparencia y la participación ciudadana.

2.6. INDICADORES

Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Evaluación del proceso de Comunicaciones.	Desarrollar estrategia para medir la satisfacción de la comunicación ante sus grupos de interés.	Anual	Obtener una calificación superior o igual a 7 en la satisfacción general del proceso con el Comunicaciones, medido en una escala de 1 a 10, donde 1 es nada satisfecho y 10 es muy satisfecho	Calificación mínima esperada / Calificación obtenida
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Medición de la satisfacción de eventos	<p>Medir la satisfacción general de los grupos de interés en eventos realizados, de los siguientes criterios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Claridad en la información • Tiempo del evento 	Anual	Desarrollar mínimo 3 encuestas de evaluación de eventos en el año y obtener una calificación superior o igual a 7 en la evaluación	Calificación mínima esperada / Calificación obtenida para cada uno de los criterios

	<ul style="list-style-type: none"> Logística y presentación del evento 		de cada uno de los criterios, medido en una escala de 1 a 10	
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Seguimiento a la interacción y crecimiento de Facebook	Realizar seguimiento en cada una de las redes sociales a: <ul style="list-style-type: none"> Publicaciones Interacciones Alcance Engagement Seguidores nuevos 	Mensual	Lograr con un mínimo de publicaciones, interacciones y engagement e incrementar el número de seguidores	# publicaciones proyectadas / # publicaciones realizadas # interacciones proyectadas / # interacciones realizadas # Alcance proyectado / # Alcance realizado % engagement proyectado / # engagement realizado # seguidores nuevos proyectados / # seguidores nuevos obtenidos
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Seguimiento a la	Realizar seguimiento a	Mensual	Lograr con un mínimo de	# publicaciones proyectadas / #

<p>interacción y crecimiento de Instagram</p>	<p>instagram:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones • Interacciones • Alcance • Engagement • Seguidores nuevos * Historias * Visualizaciones de historias 		<p>publicaciones, interacciones, engagement, historias, visualización de historias e incrementar el número de seguidores</p>	<p>publicaciones realizadas</p> <p># interacciones proyectadas / # interacciones realizadas</p> <p># Alcance proyectado / # Alcance realizado</p> <p>% engagement proyectado / # engagement realizado</p> <p># seguidores nuevos proyectados / # seguidores nuevos obtenidos</p> <p># historias proyectadas / # historias realizadas</p> <p># visualizaciones de historias proyectadas / # de visualizaciones de historias obtenidas</p>
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores

Seguimiento a la interacción y crecimiento de Twitter	Realizar seguimiento a Twitter <ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones • Interacciones • Impresiones • Engagement • Clics • Seguidores nuevos 	Mensual	Lograr con un mínimo de publicaciones, interacciones, impresiones, engagement, clics e incrementar el número de seguidores	# publicaciones proyectadas / # publicaciones realizadas # interacciones proyectadas / # interacciones realizadas # Impresiones proyectadas / # impresiones obtenidas % engagement proyectado / # engagement realizado # de clics proyectados / # de clics realizados # seguidores nuevos proyectados / # seguidores nuevos obtenidos
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Seguimiento a la interacción y crecimiento de Youtube	Realizar seguimiento a Youtube <ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones • Impresiones • Espectadores • Visualizaciones 	Mensual	Lograr con un mínimo de publicaciones, interacciones, impresiones, espectadores, visualizaciones	# publicaciones proyectadas / # publicaciones realizadas # impresiones proyectadas / #

	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de Clics • Suscriptores nuevos 		s, porcentaje de clics e incrementar el número de suscriptores	<p>impresiones realizadas</p> <p># espectadores proyectados / # espectadores obtenidos</p> <p># visualizaciones proyectadas/# visualizaciones obtenidas</p> <p>% clis proyectado / # clics realizados</p> <p># suscriptores nuevos proyectados / # suscriptores nuevos obtenidos</p>
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Publicaciones en página web	Mantener actualizada la página web de acuerdo con las solicitudes de publicación de las áreas	Mensual	Atender el 100 % de las solicitudes de publicación en página web	# de solicitudes de publicación recibidas / # publicaciones efectivas
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores

Generación piezas gráficas	Generar las piezas gráficas solicitadas por las áreas para las estrategias comunicacionales	Mensual	Atender el 100% de las solicitudes de generación de piezas gráficas	# de solicitudes de generación de piezas / # de solicitudes de piezas realizadas
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Divulgación de información con el público interno	Realizar la divulgación de información institucional solicitada por los canales internos WhatsApp o correo corporativo.	Mensual	Atender el 100% de las solicitudes de divulgación de información institucional por medios internos	# de solicitudes de divulgación / # de publicaciones de información realizadas
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Empoderamiento de los ciudadanos mediante un Estado abierto	Evaluar los avances en la implementación de la Política de Gobierno Digital, que estén relacionados con el componente TIC para el estado, en su criterio empoderamiento de los ciudadanos mediante un estado abierto	Anual	Obtener un puntaje igual o superior al del año inmediatamente anterior de la medición del MIPG a través del FURAG (resultado debe ser cero o mayor)	Puntaje obtenido año actual - Puntaje obtenido año anterior
Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Acciones de Cultura Ciudadana del Aseo	Desarrollar acciones de relacionamiento con líderes y comunidad para fortalecer la cultura ciudadana del aseo en el territorio	Anual	Cumplir con el 100% de las mesas de trabajo con líderes en el año	# de mesas de trabajo proyectadas / # de mesas de trabajo realizadas

Nombre del indicador	Propósito	Periodicidad	Meta	Indicadores
Acciones con personajes institucionales Linda Calle y Pepe	Desarrollar acciones itinerantes y pedagógicas relacionadas con la Cultura Ciudadana del aseo con intervención de los personajes institucionales	Anual	<p>Cumplir con el 100% del número de personas impactadas en el año mediante jornadas de relacionamiento</p> <p>Cumplir con el 100% acciones itinerantes y jornadas lúdicas en el año</p> <p>Cumplir con el 100% intervenciones pedagógicas virtuales y presenciales en colegios en el año</p>	<p># de personas a impactar proyectadas / # de personas impactadas</p> <p># de acciones itinerantes proyectadas / # de acciones itinerantes realizadas</p> <p># de intervenciones pedagógicas proyectadas / # de intervenciones pedagógicas realizadas</p>

2.7. ESTRATEGIAS DE SEGUIMIENTO

El plan de comunicaciones responde a cuatro líneas de la comunicación pública y de las cuales se despliegan las estrategias a realizar por el área de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, incluyendo la ejecución de procesos y respuestas a las solicitudes de las diferentes áreas.

Para hacer seguimiento se realizarán las siguientes acciones.

- Grupos primarios con periodicidad semanal para analizar compromisos, requerimientos, estrategias y demás temas de la gestión del área.
Soporte: actas de reuniones.
- Informe semestral que contenga el cumplimiento de cada una de las líneas del plan de comunicaciones. Este informe detalla cada actividad realizada, líneas y acciones.
- Se cuenta con un repositorio digital para el almacenamiento de las actividades desarrolladas de cumplimiento a este plan, que estará a cargo de los profesionales de la oficina de Comunicaciones, según las iniciativas definidas.

3. GESTIÓN AMINISTRATIVA

Desde el plan de contratación anual y presupuesto anual estructurado para la Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas se busca realizar contratos de apoyo a la gestión del área de manera que estemos en la capacidad de responder de manera oportuna y efectiva a los requerimientos y estrategias desarrollados durante cada año.

Plan de contratación 2020

CONTRATO	GESTIÓN Y APOYO
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.
Prestación de servicios Asesora Gobierno Digital	Apoyo al seguimiento y control a todas las acciones que deben adelantar todas las áreas de Emvarias para responder a las políticas, normas y leyes de Gobierno Digital.
Publicación de avisos publicitarios, de ley e impresión de piezas gráficas en alto volumen	Apoyo para publicación de avisos publicitarios, avisos de ley, edictos judiciales, edictos emplazatorios e impresión de piezas tipo revista, cartilla en grandes volúmenes.

Operación logística	Apoyo para el desarrollo de acciones de montaje, desmontaje y logística de eventos dirigido a los diferentes grupos de interés de Emvarias.
Proyecto de Cultura Ciudadana del Aseo	Apoyo para el desarrollo de estrategias ambientales, sociales y comunicacionales con la comunidad, para potenciar los proyectos estratégicos de la empresa y fortalecer la Cultura Ciudadana del Aseo.
Agencia Digital	Apoyo de una agencia digital para la producción de materiales audiovisuales, piezas digitales, reportajes, entrevistas y demás acciones relacionadas con la generación de contenidos digitales, así como la pauta digital.
Soporte página web	Apoyo para la prestación de servicios de soporte, mantenimiento, desarrollos a la medida, estrategias de <i>marketing digital</i> desde el sitio web de Emvarias.
Agencia publicitaria	Apoyo en la conceptualización y desarrollo de estrategias comunicacionales, desde la producción de piezas litográficas y gran formato, la identidad de marca, la pauta en medios alternativos y piezas de <i>endomarketing</i> y <i>marketing</i> .
Jornada lúdica pedagógica Linda Calle y Pepe	Apoyar el desarrollo de actividades lúdico-pedagógicas con los diferentes grupos de interés, donde intervengan los personajes institucionales de la empresa y se busque promover y fortalecer el adecuado manejo de los residuos.
Intranet	Aplicativo tecnológico interno (intranet) para el fortalecimiento de los trámites y servicios de los colaboradores de Emvarias.

Presupuesto 2020

CUENTA	PRESUPUESTO ASIGNADO
Pautas en medios alternativos 14616000.511120.01010104	242,613,652
Impresos y publicaciones 14616000511121.01010104	236,499,999
Merchandising 14616000511127.01010104	283,285,713
Diseños y estudios 14616000.754208.01010101	190,000,000
Cultura ciudadana aseo 14616000.51111.01010102	954,000,000
Honorarios 14616000.51111.01010102	383,851,071
Suscripciones y Afiliaciones 14616000.751013.01010101	70,000,000
TOTAL, PRESUPUESTO DEL AREA	2,360,250,435

Plan de contratación 2021

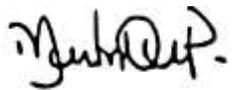
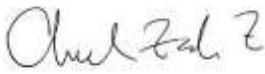
CONTRATO	GESTIÓN Y APOYO
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.
Prestación de servicios Comunicador Social y/o periodista	Apoyo en cada una de las estrategias comunicacionales desarrolladas en el área, desde la planeación, ejecución y control.

<p>Prestación de servicios Asesora Gobierno Digital</p>	<p>Apoyo al seguimiento y control a todas las acciones que deben adelantar todas las áreas de Emvarias para responder a las políticas, normas y leyes de Gobierno Digital.</p>
<p>Publicación de avisos publicitarios, de ley e impresión de piezas gráficas en alto volumen</p>	<p>Apoyo para publicación de avisos publicitarios, avisos de ley, edictos judiciales, edictos emplazatorios e impresión de piezas tipo revista, cartilla en grandes volúmenes.</p>
<p>Proyecto de Cultura Ciudadana del Aseo</p>	<p>Apoyo para el desarrollo de estrategias ambientales, sociales y comunicacionales con la comunidad, para potenciar los proyectos estratégicos de la empresa y fortalecer la Cultura Ciudadana del Aseo.</p>
<p>Soporte página web y agencia digital</p>	<p>Apoyo para la prestación de servicios de soporte, mantenimiento, desarrollos a la medida, estrategias de <i>marketing digital</i> desde el sitio web de Emvarias y la producción de materiales audiovisuales, piezas digitales, reportajes, entrevistas y demás acciones relacionadas con la generación de contenidos digitales, así como la pauta digital.</p>
<p>Agencia publicitaria y logística</p>	<p>Apoyo en la conceptualización y desarrollo de estrategias comunicacionales, desde la producción de piezas litográficas y gran formato, la identidad de marca, la pauta en medios alternativos y piezas de <i>endomarketing</i> y <i>marketing</i>. Así como, el desarrollo de acciones de montaje, desmontaje y logística de eventos dirigido a los diferentes grupos de interés de Emvarias.</p>
<p>Jornada lúdica pedagógica Linda Calle y Pepe</p>	<p>Apoyar el desarrollo de actividades lúdico-pedagógicas con los diferentes grupos de interés, donde intervengan los personajes institucionales de la empresa y se busque promover y fortalecer el adecuado manejo de los residuos.</p>

Intranet	Aplicativo tecnológico interno (intranet) para el fortalecimiento de los trámites y servicios de los colaboradores de Emvarias.
----------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Presupuesto 2021

CUENTA	PRESUPUESTO ASIGNADO
Pautas en medios alternativos 14616000.511120.01010104	199,386,213
Pautas en medios alternativos VG 14616000.511120.05510104	51,975,000
Impresos y publicaciones 14616000511121.01010104	60,000,000
Impresos y publicaciones VG 14616000511121.05510104	140,000,000
Merchandising 14616000511127.01010104	120,000,000
Merchandising VG 14616000511127.05510104	100,000,000
Diseños y estudios 14616000.754208.01010101	66,916,257
Diseños y estudios VG 14616000.754208.05510101	103,950,000
Cultura ciudadana aseo 14616000.51111.01010102	140,000,000
Cultura ciudadana aseo VG 14616000.51111.05510102	820,000,000
Honorarios 14616000.51111.01010102	350,784,025
Suscripciones y Afiliaciones 14616000.751013.01010101	40,489,200
TOTAL PRESUPUESTO ÁREA	2,193,500,695

Ajustes realizados por:	Aprobado por:
 Daniela Londoño  Marcela Patarroyo	 Charle Zapata