



Plan de Comunicaciones 2020

envarias[®]
Grupo·epm



Elaborado por:

Nombre del profesional	Perfil
Charle Zapata Zapata	Coordinador de Comunicaciones y Relaciones Corporativas
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
Eliana Hernández Echavarría	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
Cristina Ruiz Henao	Aprendiz en Comunicaciones
Geraldine Lenis Naranjo	Aprendiz en Comunicaciones

Equipo de Comunicaciones y Relaciones Corporativas Emvarias

Medellín

2020

1. 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



Santiago Ochoa Posada
Vicepresidente de Agua
y Saneamiento de EPM

Ingeniero civil de la Universidad Nacional, especialista en sistemas de administración de la calidad ISO 9000 de la Universidad de Medellín.



Gabriel Jaime Belancourt
Vicepresidente Ejecutivo
de Proyectos e Ingeniería de EPM

Ingeniero Civil de la Universidad de Medellín, con especialización en Sistemas de Información y de Finanzas de la Universidad Eafit, especialista en Gerencia de la Universidad Pontificia Bolivariana.



Juan Carlos Castro Padilla
Gerente Planeación
Financiera de EPM

Contador Público y Especialista en Gestión Tributaria de la Universidad de Antioquia, Especialista en Servicios Públicos Domésticos de la Universidad Externado de Colombia y Tributación Internacional de la Universidad Austral de Buenos Aires, Argentina.



Luisa María Pérez Fernández
Directora de Planeación
Agua y Saneamiento de EPM

Ingeniera civil de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, con maestría en Ingeniería civil de la Universidad de los Andes.



**Ángela María Ocampo
Carmona**
Directora de Presupuesto de EPM

Administradora de Empresas, de la Universidad Pontificia Bolivariana, especialista en Negociación Internacional de la Universidad Pontificia Bolivariana.

Equipo Directivo



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.

2. 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.

2.1 DOFA

2.1.1 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:

- Manual de marca desactualizado.

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.
- Inexistencia de manual de estilo.

Visión compartida:

- No hay unificación de formatos y procedimientos a solicitudes: tiempos, comunicados, diseños, eventos, logística, etc.
- 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.
- Canales de comunicación internos limitados para el personal operativo (dependencia de carteleras que no son funcionales. Brecha digital).
- 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.
- Falta seguimiento y control de la interventoría de los contratos asociada a cada componente. El personal del área no tiene la función de evaluar, hacer seguimiento y emitir conceptos técnicos sobre la ejecución de los contratos.

2.1.2 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.

2.1.3 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.
- 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.

2.1.4 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 reprocesos 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.

2.2 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 externo semanal Cultura Ciudadana del Aseo.
- Redes sociales: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube.
- Página web.

Potenciales:

- Sistema de audios en las sedes.
- Sistema de pantallas digitales.
- WhatsApp interno y 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.

3. 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.

3.1 OBJETIVOS

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.

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:

Objetivo específico desde la 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.

Objetivo específico de 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.

3.2 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	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	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

	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.	sostenible de los territorios donde el Grupo EPM tiene o proyecta su presencia.	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, comparten e intercambian experiencias y temas de interés común en términos de desarrollo y sostenibilidad, de interés para el sector.	Formular y desarrollar una estrategia coordinada de sostenibilidad del entorno económico, social y ambiental, con la que se promueva un comportamiento responsable por parte del sector de servicios en el marco de una relación de colaboración con los integrantes.	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 (disposición final, tratamiento de lixiviados, iniciativas de aprovechamiento, entre otras).

<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 mejoras en la administración y prestación adecuada del servicio.</p>	<p>Establecer compromisos multidireccionales con un sentido compartido entre la comunidad, las autoridades estatales y otros actores legítimos en los territorios donde Emvarias tienen presencia, para co Gestionar 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 establecen las políticas y el direccionamiento de Grupo.</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.
-------------------------	---	--	---

<p>Dueños</p>	<p>Se refiere al dueño de Emvarias, que es EPM y su junta directiva.</p>	<p>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.</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.
<p>Estado</p>	<p>Entidades del orden nacional, departamental y municipal de las ramas del poder ejecutivo, legislativo y judicial, así como entidades estatales de otros países y organismos supranacionales. Autoridades locales.</p>	<p>Promover la articulación interinstitucional con el Estado para el 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</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión Interinstitucional. - Cumplimiento de las normatividades. - Contribución al desarrollo del entorno articulándose con el Estado. - Aporte a la sostenibilidad del territorio. - Proyectos de infraestructura asociados al servicio público de aseo.

		las instituciones estatales.	
Gente Emvarias / Funcionarios	Servidores, beneficiarios, jubilados, pensionados, aprendices del SENA y estudiantes de práctica de Emvarias.	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.	<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.
Proveedores y contratistas	Este grupo de interés está conformado por personas naturales y jurídicas de carácter nacional e internacional que están en capacidad de proveer bienes	Establecer esquemas de relacionamiento alineados con el direccionamiento estratégico del Grupo EPM, para convertir la contratación en palanca de los	<ul style="list-style-type: none"> - Resultados generales de la gestión institucional. - Proyectos a ejecutar. - Plan de inversión. - Plan de contratación ejecutado. - Plan de contratación proyectado para la siguiente vigencia.

	y servicios a Emvarias.	objetivos estratégicos y del desarrollo sostenible y competitivo de territorios, mediante el fortalecimiento del tejido productivo local, el fortalecimiento y desarrollo de proveedores, y las condiciones de los trabajadores indirectos que favorezcan su desarrollo humano sostenible.	
Accionistas (socios)	Personas naturales y jurídicas que tienen derecho de propiedad no controlante en Emvarias.	Mantener confianza a partir del cumplimiento estricto de derechos y compromisos.	<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.

3.3 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:



3.3.1 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. ¹

¹ 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.



3.3.2 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.

Estas frases se multiplican en el voz a voz, en medios digitales de Emvarias (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, 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.

3.3.3 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 educacionales.

3.3.4 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.

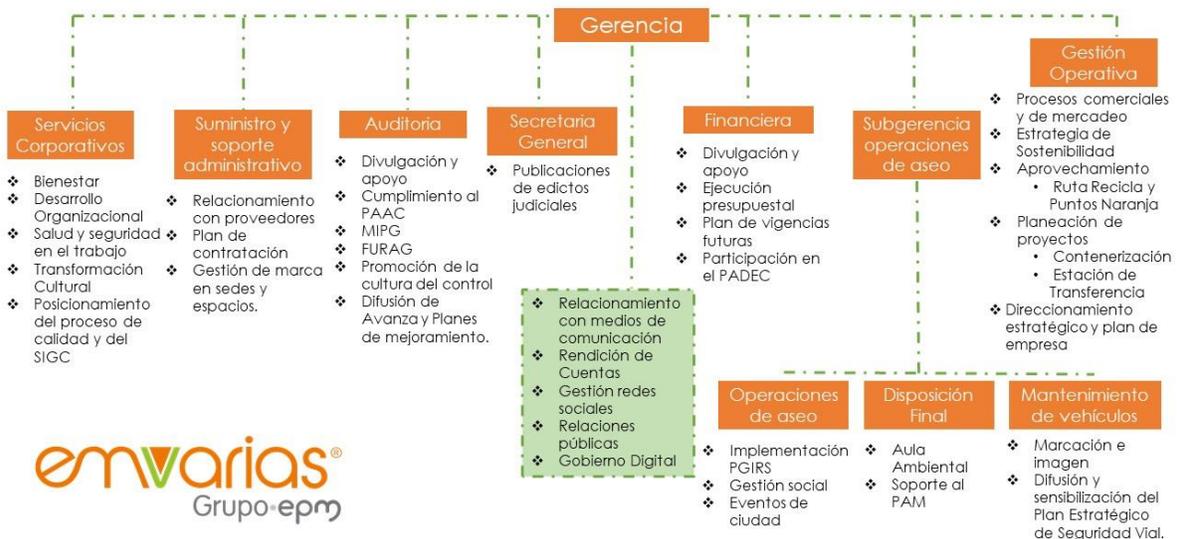
Somos la Fuerza Naranja es la campaña que surgió desde el interior de la empresa y que muestra la fuerza y el trabajo en equipo de todos los integrantes de Emvarias que cumplen desde su rol con el propósito de la entidad: contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor. Esta campaña también se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

3.4 DISTRIBUCIÓN DEL EQUIPO DE ACUERDO AL SOPORTE DE PROCESOS Y PROYECTOS



COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS

Soporte a procesos y proyectos



Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Servicios Corporativos	Bienestar y Gestión Humana	Enlace principal: Eliana Hernández Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Formación • Recreación y deporte • Eventos internos (fechas especiales) • Convención laboral
	Desarrollo Organizacional: Transformación Cultural	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Cristina Ruiz	<ul style="list-style-type: none"> • Valores y principios • Direccionamiento estratégico • Ruta Naranja
	Desarrollo Organizacional: Posicionamiento del proceso de calidad y del SIGC	Enlace principal: Diego Zapata Soporte: Eliana Hernández	<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	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Cristina Ruiz	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de difusión del PADEC • Participar en la implementación PADEC
	Campaña de seguridad vial	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña de seguridad vial
	Gestión de medios internos	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Cristina Ruiz Diego Zapata (estrategia audiovisual)	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp • Boletines / comunicados • Correo institucional • Carteleras
	Soporte a TI	Enlace principal: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de difusión de estrategias.

	Soporte: Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas internas.
--	---------------------------------	--

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Suministro y Soporte Administrativo	Relacionamiento con proveedores	Enlace principal: Eliana Hernández Soporte: Cristina Ruiz	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín trimestral • Manejo de base de datos y relacionamiento • Evento de proveedores • Caracterización
	Plan de contratación y Contratación	Enlace principal: Daniela Londoño Soporte: Charle Zapata	<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.	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Laura Hernández	<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	Enlace principal: Daniela Londoño Soporte: Eliana Hernández	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de solicitudes • Remisión a proveedor • Seguimiento a la publicación

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Auditoría	Divulgación y apoyo	Enlace principal: Harrison Rentería Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgación en página web
	Cumplimiento al PAAC	Enlace principal: Eliana Hernández y Diego Zapata Soporte: Marcela Patarroyo	<ul style="list-style-type: none"> • Informe cuatrimestral • Seguimiento a la implementación
	MIPG	Enlace principal: Eliana Hernández y Diego Zapata Soporte: Marcela Patarroyo	<ul style="list-style-type: none"> • Informe trimestral • Seguimiento a la implementación • Difusión del direccionamiento estratégico
	FURAG	Enlace principal: Eliana Hernández y Diego Zapata Soporte: Marcela Patarroyo	<ul style="list-style-type: none"> • Diligenciamiento del formulario • Cumplimiento del plan de mejoramiento
	Promoción de la cultura del control	Enlace principal: Eliana Hernández y Diego Zapata Soporte: Marcela Patarroyo	<ul style="list-style-type: none"> • Divulgación y campañas del código de integridad del servidor público • Manejo de componentes de autocontrol, autogestión y autorregulación
	Avanza y Planes de mejoramiento	Enlace principal: Eliana Hernández y Diego Zapata Soporte: Marcela Patarroyo	<ul style="list-style-type: none"> • Informe trimestral • Seguimiento a la implementación

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance
Gerencia	Relacionamiento con medios de comunicación	Enlace principal: Charle Zapata Soporte: Harrison Rentería	<ul style="list-style-type: none"> • Boletines • Gestión de bases de datos • Gestión de <i>free press</i>
	Rendición de Cuentas	Enlace principal: Eliana Hernández Soporte: Jonathan Álvarez	<ul style="list-style-type: none"> • Seguimiento y actualización de la estrategia anualmente • Entrega de soportes
	Gestión redes sociales y página web: Facebook Twitter Instagram Youtube	Enlace principal: Harrison Rentería Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de información externa, noticias, novedades. • Respuestas oportunas a requerimientos y consultas. • Campañas digitales • Actualización de contenidos
	Relaciones públicas	Enlace principal: Charle Zapata Soporte: Estefanía Cuartas y Eliana Hernández	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamiento Alcaldía y otras instituciones • Gestión de agenda • Protocolo • Convocatorias, reconocimientos, premios
	Gobierno Digital en apoyo a procesos externos e internos	Enlace principal: Marcela Patarroyo Soporte: Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización grupo de interés Proveedores y Contratistas • Promoción de trámites y servicios electrónicos • Rendición de cuentas • Datos abiertos • Promoción iniciativa “Disposición Final de RAEE” • Accesibilidad y usabilidad página web • Transparencia y acceso a la información pública

			<ul style="list-style-type: none"> Participación por medios electrónicos (Iniciativa “Sociedad Participativa”)
	Gestión de personajes institucionales	Enlace principal: Estefanía Cuartas Soporte: Eliana Hernández Laura Hernández	<ul style="list-style-type: none"> Definición de personajes y estrategia pedagógica Manejo de agenda Presencia en eventos Articulación con estrategias de comunicacionales

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance 2020
Financiera	Divulgación y apoyo	Enlace principal: Harrison Rentería Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> Difusión en página web
	Ejecución presupuestal	Enlace principal: Daniela Londoño Soporte: Practicante	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de los contratos Verificar el cumplimiento de requisitos de vigencias futuras Diligenciamiento de formatos
	Participación en el PADEC	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> Estrategia de difusión del PADEC Participar en la implementación PADEC

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance 2020
Gestión Operativa	Procesos comerciales y de mercadeo	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de portafolio • Campaña para clientes especiales • Acompañamiento a productos y servicios emergentes
	Estrategia de Sostenibilidad	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Eliana Hernández	<ul style="list-style-type: none"> • Informe anual de sostenibilidad anual y eventos y estrategias de difusión con todos los grupos de interés
	Aprovechamiento: Ruta Recicla y Puntos Naranja	Enlace principal: Estefanía Cuartas Soporte: Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión pedagógica por diferentes medios y canales • Visibilización de los programas • Actualización de información en nuestros canales
	Planeación de proyectos: Contenerización	Enlace principal: Estefanía Cuartas Soporte: Diego Zapata	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación del protocolo social y de comunicaciones
	Planeación de proyectos: Estación de Transferencia	Enlace Principal: Diego Zapata Soporte: Estefanía Cuartas	<ul style="list-style-type: none"> • 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	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Cristina Ruiz	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir anualmente el propósito y plan de empresa • Eventos de grupo EPM • Ruta Naranja

	Gestión de canales con clientes y usuarios	Enlace principal: Harrison Rentería Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • WhatsApp • Página web • Redes sociales
--	--	---	--

Área	Proceso	Profesional de enlace	Alcance 2020
Operaciones de aseo	Implementación PGIRS	Enlace principal: Harrison Rentería Soporte: 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	Enlace principal: Estefanía Cuartas Soporte: Harrison Rentería	<ul style="list-style-type: none"> • Relacionamiento con comunidades • Campañas pedagógicas
	Eventos de ciudad	Enlace principal: Eliana Hernández Soporte: Jonathan Álvarez 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	Alcance 2020
Disposición final	Aula Ambiental	Enlace principal: Estefanía Cuartas Soporte: Eliana Hernández Laura Hernández	<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	Enlace principal: Diego Zapata Soporte: Melissa Jaramillo	<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 2020
Mantenimiento de vehículos	Marcación e imagen	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Laura Hernández	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad visual en vehículos y equipos
	Difusión y sensibilización del Plan Estratégico de Seguridad Vial	Enlace principal: Jonathan Álvarez Soporte: Melissa Jaramillo	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de la campaña de seguridad vial

3.5 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.

3.5.1 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 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, compartir elementos 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 adelante, volante doble cara, <i>souvenirs</i> ,	15 días hábiles (si es digital). 20 días hábiles (para material físico).

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.

Auditoría de imagen: se desprenderá de los lineamientos del Manual de Imagen Emvarias 2015 y de futuras actualizaciones de este mismo. El equipo de Comunicaciones realizará auditoría de imagen para vigilar su correcto uso y aplicación. A su vez, estará atento a la imagen que se proyecte en 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.

3.5.2 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 comunicar de manera oficial toda la información en medios de comunicación externos con gestión de *free press* y 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 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) 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.

3.5.3 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

3.5.4 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 auditoría 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 membrete, 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 Calidad.

Desde Comunicaciones coordinamos el sistema de medios internos con el correo corporativo, las carteleras, el boletín La Frecuencia, el WhatsApp corporativo 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, Héroses Naranja, Héroses de las Vías 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.

Comunicación constante sobre el plan de empresa y el direccionamiento estratégico

Este plan se ha dado durante este año con la campaña “Somos la Fuerza Naranja”, que lidera Transformación Cultural, para explicar a los colaboradores el plan de empresa, cuáles son los proyectos futuros y cuál es el direccionamiento estratégico.

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, 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*.
- Relacionamiento con grupos de interés: acompañamiento de estrategias con proveedores y contratistas: boletín y encuentro de proveedores.
- 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.

3.5.5 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.

3.5.6 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.

En la empresa es de gran importancia la gestión de Gobierno Digital pues permite cumplir con los requisitos y las herramientas de esta política para facilitar una comunicación legal, transparente, oportuna para los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés.

Esta comunicación se genera por medio de la interacción con los diferentes grupos de interés en las redes sociales Twitter, Facebook, YouTube e Instagram; mediante publicaciones constantes que respondan a contenidos informativos, estratégicos, operativos y de servicios de la empresa. Todo ello para generar empatía, reconocimiento y una opinión pública favorable hacia Emvarias.

También, Gobierno Digital realiza la atención a PQRS presentadas por la ciudadanía mediante las redes sociales y monitoreo e información de oportunidades y peligros detectados en la web y redes sociales, a manera de alertas.

4. INDICADORES

Objetivo general	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
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.	Analizar el nivel de aceptación del servicio de aseo y recolección de residuos en la ciudad, de acuerdo a la encuesta de percepción de Medellín Cómo Vamos.	Efectividad (impacto)	Mantener el porcentaje de percepción ciudadana medido por Medellín Cómo Vamos.	Porcentaje recibido por la entidad Medellín Cómo Vamos año 2020 comparado con el porcentaje recibido en 2019
	Gestionar estrategias para medir el posicionamiento de Emvarias ante sus grupos de interés.	Efectividad (impacto)	Crear herramientas que permitan medir el posicionamiento de Emvarias ante sus grupos de interés.	Número de herramientas creadas
Objetivo específico Identidad	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
Visibilizar la marca Emvarias Grupo EPM como una empresa cálida, transparente, responsable, sólida e innovadora que aporta a la sostenibilidad	Diseñar piezas gráficas y audiovisuales de acuerdo con las necesidades de la empresa.	Eficacia	Cumplir al 100 % con las solicitudes, siempre y cuando estén aprobadas por parte de Comunicaciones.	Número de piezas creadas/Número de piezas solicitadas

de Medellín y la región.				
Objetivo específico Discurso	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
Consolidar mensajes, medios y canales de comunicación que difundan las líneas estratégicas de la empresa.	Generar contenido de interés que permita el flujo de información y el crecimiento en los diferentes públicos.	Eficacia	Atender el 100 % de las solicitudes de publicación en página web y redes sociales.	Número de publicaciones realizadas/Número de publicaciones solicitadas
	Continuar con la visibilización de las relaciones con los medios de comunicación.	Eficacia	Superar la meta de apariciones en <i>free press</i> con relación a 2019.	Número de apariciones en 2020/Número de apariciones en 2019.
Objetivo específico Movilización social	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicador
Implementar estrategias de movilización social que incidan en cambios de comportamiento, hábitos y acciones favorables para la gestión integral de los residuos sólidos.	Apoyar y/o ejecutar jornadas de las estrategias de movilización social de Emvarias.	Eficacia	Cumplir con el 100 % de los alcances proyectados en los componentes de movilización social, sujeto a la ejecución contractual con los diferentes operadores y a las alianzas.	Número de actividades apoyadas y/o ejecutadas/Número de actividades proyectadas

Objetivo específico Visión compartida	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
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.	Crear, apoyar y ejecutar campañas o iniciativas de comunicación interna y corporativa.	Eficacia	Cumplir con el 100 % de las acciones proyectadas dentro de las campañas e iniciativas.	Número de actividades realizadas/Número de actividades proyectadas.
Objetivo específico Gestión Administrativa de la Comunicación	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
Gestionar el proceso contractual, presupuestal y administrativo del área de Comunicaciones para apoyar la ejecución de las acciones y facilitar la gestión, seguimiento y	Velar por el cumplimiento de la ejecución presupuestal y plan de contratación anual.	Eficiencia	Cumplir con el 90 % de la ejecución presupuestal.	Porcentaje de cumplimiento /Porcentaje de cumplimiento proyectado
	Velar por el cumplimiento de la ejecución presupuestal y plan de	Eficiencia	Cumplir con el 80 % de la ejecución del plan de contratación anual.	Porcentaje de cumplimiento /Porcentaje de cumplimiento proyectado

control de recursos de la empresa y del Grupo EPM.	contratación anual.			
Objetivo específico Gobierno Digital	Iniciativas	Tipo de indicador	Metas	Indicadores
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.	Gobierno Abierto y servicios centrados en el usuario.	Avance	Mantener o superar el nivel medio-bajo (igual o mayor a 20 y menor a 40) del Indicador de Transición “Empoderamiento de los ciudadanos a través de un estado abierto”.	Indicador de Transición “Empoderamiento de los ciudadanos a través de un estado abierto”
			Mantener el nivel alto (igual o mayor a 80 y menor o igual a 100) del Indicador de Transición “Trámites y servicios en línea o parcialmente en línea”.	Indicador de Transición “Trámites y servicios en línea o parcialmente en línea” ***** *La medición se realiza directamente en la plataforma de autodiagnóstico de Gobierno Digital dispuesta por MINTIC, dando respuesta a cada una de las preguntas allí formuladas y aportando las evidencias.

5. 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 trimestral que contenga el cumplimiento de cada una de las líneas del plan de comunicaciones. Este informe detalla cada actividad realizada, líneas y acciones.

Fechas para la generación de los soportes:

- Julio 15: barrido general de los indicadores de enero a junio de 2020.
- Octubre 15: trimestre julio, agosto y septiembre 2020.
- Diciembre 15: trimestre octubre, noviembre y diciembre 2020.

Este seguimiento se podrá ir consolidando permanentemente en el aplicativo GEPAC, para poder tener reportes mensuales.

El equipo de comunicaciones, en conjunto, realizará cada viernes la actualización en el aplicativo, lo que permite el seguimiento semanal a las acciones desarrolladas. La revisión, seguimiento y definición de estrategias de cumplimiento del plan de comunicaciones estará a cargo de los profesionales de la oficina de Comunicaciones, según las iniciativas definidas.

6. PRESUPUESTO

Desde el plan de contratación 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.

Contrato	Gestión y apoyo	Valor estimado para el 2020
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.	47.500.000
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.	40.960.000
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.	35.840.000
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.	64.155.000
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.	45.000.000

Operación logística	Apoyo para el desarrollo de acciones de montaje, desmontaje y logística de eventos dirigido a los diferentes grupos de interés de Emvarias.	234.000.000
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.	499.000.000
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.	113.290.000
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.	100.000.000
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> .	460.000.000

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.	200.000.000
Intranet	Aplicativo tecnológico interno (intranet) para el fortalecimiento de los trámites y servicios de los colaboradores de Emvarias.	70.000.000
TOTAL		1.909.745.000

7. ANEXOS

- 7.1** Caracterización general de grupos de interés.
- 7.2** Regla de negocio con formatos de solicitudes para el área de Comunicaciones.
- 7.3** Manual de crisis.
- 7.4** Manual de imagen.
- 7.5** Manual de estilo.
- 7.6** Procedimiento y criterios para pautar y publicar.
- 7.7** Guías e instructivos de Gobierno Digital.
- 7.8** Modelo de planeación y seguimiento a procesos.
- 7.9** Gestión Administrativa.