

**PLAN DE COMUNICACIONES Y RELACIONES CORPORATIVAS
EMVARIAS S.A.E.S.P.**

1

**Elaborado
COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES
Y RELACIONES CORPORATIVAS**

Medellín, marzo-mayo 2018.

Contenido

INTRODUCCIÓN	3
1. ANTECEDENTES	4
1. Desde el Plan de Desarrollo de Medellín.	9
2. En cuanto al Pgirs.	9
3. El direccionamiento estratégico del Grupo EPM.	9
4. El Plan de Empresa.	10
3. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES EMVARIAS.....	11
3.1 Diagnóstico comunicación externa: marca, información y comunicación pública.	11
• Marca e identidad	11
• Información	12
• Comunicación pública/Comunicación educativa	12
3.2. Diagnóstico de Comunicación Interna	14
3.3 Recursos de la Coordinación de Comunicaciones de Emvarias	16
• Medios.....	16
• Recursos humanos	16
• Equipos.....	16
4. PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS.....	17
a) Definición de intención y propósito de la Comunicación en Emvarias	17
b) Enfoque de la Comunicación de Emvarias	17
c) Tono de la Comunicación en Emvarias	17
d) Ámbitos de la Comunicación en Emvarias	17
e) Objetivos estratégicos de la comunicación en Emvarias	17
f) Estrategias, actividades y presupuesto de Comunicaciones de Emvarias	17
• Intención y propósito de la Comunicación en Emvarias	17
• Política de Comunicación en Emvarias.....	18
• Enfoque de la Comunicación en Emvarias	18
• Tono de la Comunicación en Emvarias	19
• Ámbitos de la Comunicación en Emvarias	19
Objetivos estratégicos de la comunicación en Emvarias	20
• Objetivo General	20
• Objetivos específicos.....	20
Estrategias del Plan de Comunicaciones de Emvarias	22
Actividades Plan de Comunicaciones de Emvarias	22

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se propone el plan de comunicaciones para Emvarias S.A.E.S.P. para el año 2018, el cual parte de la evaluación de la ejecución de las actividades planificadas durante el año 2017 y las nuevas claridades institucionales con relación al plan del negocio de residuos del Grupo EPM, que a su vez iluminan la actualización del Plan de Empresa de Emvarias 2018.

El documento está estructurado presentando, en primer lugar, los antecedentes más inmediatos del proceso de planificación de la comunicación en Emvarias.

En segundo lugar, se retoman los marcos de referencia que se han establecido como pilares para la planificación de la comunicación en Emvarias, actualizados de acuerdo a los énfasis que se han planteado en los escenarios institucionales globales y locales en el ámbito de la gestión de residuos, en los cuales se inscribe la comunicación de una entidad como Emvarias.

En tercer lugar la evaluación del proceso de ejecución del área de comunicaciones durante el año 2017, la cual permite establecer: cómo fue la gestión, qué logros se obtuvieron a partir de las estrategias y las acciones ejecutadas en cada uno de los ámbitos de actuación definidos; qué acciones de las planificadas quedaron pendientes por ejecutar y deberán ser tenidas en cuenta en este nuevo año para cerrarlas; y qué retos nos propone una revisión crítica de la orientación y el trabajo realizado, que, vinculados a una revisión del diagnóstico de comunicaciones de la Empresa, permitan establecer el plan de comunicaciones para el 2018.

Finalmente, se proyecta el plan de comunicaciones anual, con sus estrategias, acciones y recursos.

1. ANTECEDENTES

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

Dentro de su estructura de funcionamiento Emvarias ha contado con una Coordinación de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, que se ocupa de adelantar de manera estratégica los procesos y acciones de comunicación interna y externa.

En el año 2016 siendo el Gerente General el abogado Jorge Lenin Urrego Ángel, se elaboró un Plan de Comunicaciones en el que condensó de manera completa los principales marcos de referencia para la comunicación de la entidad y se plantearon ámbitos y estrategias de trabajo. El plan contó con 5 estrategias y 74 actividades, de las cuales se ejecutaron 35, para un cumplimiento del 47% del plan propuesto, en un manco temporal de 6 meses, entre julio y diciembre de 2016.

Entre los principales logros de la ejecución del plan de comunicaciones 2016 se identifican:

1. Organización de los procesos de contratación de la coordinación, logrando una ejecución del 73% del presupuesto asignado para el año 2016.
2. Continuidad y cualificación de las actividades lúdicas pedagógicas con el personaje institucional Linda Calle, con presencia en 69 instituciones educativas, 31 actividades comunitarias, y con la participación de 8.291 personas, principalmente niños, niñas, jóvenes y educadores.
3. Fortalecimiento de la comunicación orientada a la cultura del aseo, mediante actividades lúdicas en las UVA La Libertad y La Alegría, la implementación de las campañas YoMeComprometo, Las Colchonadas y la campaña masiva *Gracias a Vos Medellín es más Limpia*.
4. Fortalecimiento de la comunicación digital de Emvarias, con la reactivación de las redes sociales Twitter y Facebook, las cuales pasaron de 2.700 seguidores a 3.500 Twitter y Facebook de 4.871 seguidores a 7.892. La actualización del portal You Tube, el cual se enriqueció con 20 nuevos videos publicados y alcanzó 55 suscriptores; y la creación de la cuenta en Instagram, la cual cerró el año con 135 seguidores.
5. Realización de 2 eventos internos con la participación de todos los colaboradores de la Empresa, el cubrimiento audiovisual de la labor de aseo de Emvarias durante la Feria de las Flores, y la creación de un nuevo medio interno, la revista: La Fuerza Naranja.

Si bien durante el 2016 la dinámica y gestión del área de comunicaciones de Emvarias fue constante y produjo muy buenos resultados, en términos de posicionamiento de la labor de la empresa - principalmente entre la ciudadanía y usuarios de redes sociales-, quedaron por delante un vasto

potencial de mejoramiento, para sostener el ejercicio juicioso realizado en la gestión de la contratación, el presupuesto, la comunicación pública y acoger el reto de adentrarse más claramente y con acciones más específicas en la comunicación con grupos de interés internos, ámbito que es de especial importancia para el Grupo EPM y la Empresa, y para la cual se efectúa cada dos años la Medición de la Efectividad de la Comunicación Interna (Medición del capital comunicacional).

Para el año 2017 se elaboró el Plan de Comunicación revisando la validación de los marcos de referencia, las orientaciones generales esbozadas en el plan 2016 y aún vigentes para la planificación 2017; la identificación de necesidades y retos en el plano de la comunicación, a partir de demandas de las diferentes áreas de la Empresa; la evaluación realizada al plan 2017 en la que se identificaron actividades pendientes por ejecutarse, y se plantearon aspectos por mejorar y por atender en el año 2017; y los resultados de la medición de la efectividad de la comunicación Interna, la cual fue actualizada apelando al concepto de capital comunicacional de las Empresas.

Para el plan de comunicación 2017 se plantearon 5 ámbitos de comunicación: *Organizacional, Identidad Corporativa (marca), Comunicación Pública/Cultura del aseo, Digital, Informativa*, y un componente de carácter *administrativo* de la coordinación.

En el plan de comunicaciones se planificaron 93 acciones, de las cuales se ejecutaron 57 acciones para un cumplimiento del 58% de las actividades planificadas, además de la realización de actividades emergentes en cada uno de los ámbitos, las cuales no fueron cuantificadas.

Ámbitos de comunicación	# Acciones planificadas	# Acciones ejecutadas	%
Comunicación organizacional	27 acciones	17 acciones	63%
Comunicación Identidad Corporativa (marca)	16 acciones	8 acciones	50%
Comunicación pública/cultura del aseo	19 acciones	13 acciones	76%
Comunicación digital	16 acciones	12 acciones	75%
Comunicación Informativa	7 acciones	2 acciones	26%
Administración comunicaciones	8 acciones	5 acciones	63%
Porcentaje de cumplimiento	93 acciones	57 acciones	58%

Los logros más importantes durante el año 2017 fueron:

- Uno de los logros más importantes en cuanto a comunicación organizacional fue que, dadas las actividades planificadas y la necesidad de apoyar a las áreas de la Empresa en el desarrollo de iniciativas que requerían del componente comunicacional, la gerencia aprobó la contratación de un comunicador social por la modalidad de servicios, para llevar a cabo las acciones tanto de comunicación interna, como aquellas asociadas a identidad y marca. Así en junio de 2017 se unió al equipo de la coordinación un nuevo comunicador. Con este apoyo, se lograron llevar a cabo acciones que fortalecieron la comunicación organizacional.

- Fortalecer la articulación con la gerencia de comunicaciones de EPM y la Vicepresidencia de Relaciones Corporativas de EPM, pues se logró cumplir el plan de comunicaciones pactado con el Grupo en los encuentros nacionales de comunicación, y trabajar de manera más oportuna en acciones conjuntas, entre las que cabe destacar: la campaña del medio ambiente liderada por Emvarias para el Grupo; el lanzamiento del Código de Ética del Grupo EPM; la adopción de los nuevos principios y valores corporativos; las actividades de apropiación de la estrategia; las actividades de juego de cartas con el segmento operativo; y el apoyo en la organización del espacio de reinducción institucional “El valor de lo que hacemos”, en el tema de gestión de residuos, entre otras acciones.
- Así mismo, se fortalecieron los espacios de comunicación institucional mediante la realización de los eventos de apropiación de la estrategia denominados Los Viernes Naranja, de los cuales se realizaron 8, con temáticas como: Proyectos de inversión empresarial, Direccionamiento estratégico del Grupo EPM, Gestión de residuos, Programas posconsumo, Plan de Seguridad Vial, Plan de Emergencia y Contingencia, Ruta de aprovechamiento y Auditoría.
- Se fortalecieron los medios de comunicación internos, principalmente mediante el envío de correo corporativos internos, con una estadística de aproximadamente 50 correos por mes. Así mismo, se avanzó en el inventario de necesidades de carteleras institucionales las cuales se diseñaron durante el 2017 y su producción e instalación quedó para el 2018. Y se realizó el segundo número de la revista institucional La Fuerza Naranja, en la que se dio especial importancia a la información sobre los beneficios convencionales de la Empresa para los colaboradores.
- Con respecto al apoyo a las áreas se desarrollaron varias de las campañas planeadas, y otras demandas que se atendieron sin haber estado contempladas en el plan de comunicaciones.

Algunas de las actividades más destacadas en este sentido fueron:

- a). Capacitación de la compra al pago con 55 participantes
 - b). Sensibilización frente a los procesos financieros en el que participaron 65 personas
 - c). Campaña de control interno: Emvarias Confiable.
 - d). Campaña interna de gestión de residuos: Emvarias Sostenible.
 - e). Realización del Encuentro con Proveedores
 - f). Acompañamiento transversal al área de Servicios Corporativos, con acciones de comunicación en actividades como la Aventura Empresarial (convocatoria, apoyo, difusión de piezas); difusión de actividades de convención (aproximadamente 18 piezas de comunicación producidas); acompañamiento en eventos como Día de las madres, Día del conductor, Día de la no violencia contra las mujeres, Día del Niño, Día de la familia Emvarias.
- En cuanto a comunicación corporativa se concluyó el proceso de cambio de avisos informativos en el Relleno Sanitario la Pradera, el cual se había iniciado en el año 2016; se marcaron varios vehículos para la prestación del servicio; se elaboraron suvenires institucionales como el carrito alcancía y el cuaderno corporativo; la plantilla para presentaciones de PPT; se crearon piezas para las nuevas cajas puntos naranja para aprovechamiento; se creó el personaje Pepe; se crearon marcaciones específicas para el Punto Naranja Centro y los Puntos Naranja Móviles; se

creó la imagen y se marcaron vehículos para aprovechamiento; se realizó la campaña de la Feria de las Flores Florece más Verde, entre otras actividades. Desde el punto de vista corporativo y de marca la Empresa gestionó su marca durante el año consolidando una imagen gráfica dinámica, acorde al manual de imagen y a las innovaciones en el servicio de aseo.

- En el ámbito de la comunicación pública Emvarias se destacó a nivel externo con dos campañas educativas, la salida al aire de la campaña *Gracias a voz Medellín es más limpia*, con la que se buscó generar una mayor corresponsabilidad con las condiciones de la prestación del servicio (Horarios y frecuencia), y la campaña para promover la Ruta Recicla, con la que se buscó posicionar el piloto de aprovechamiento que comenzó con la nueva ruta de reciclaje en El Poblado y la sensibilización de los usuarios frente a la separación desde la fuente.
- La obra de Linda Calle y Ciudad Primavera visitaron centros infantiles, instituciones educativas, empresas e hicieron parte de las brigadas comunitarias de EPM, impactando a 7.000 niños, 1.088 adultos y 261 jóvenes de la ciudad y el Área Metropolitana. Nuestro nuevo personaje Pepe comenzó interactuando en eventos de ciudad y desde su incorporación en el guion de la obra hizo parte de 14 obras.
- Emvarias tuvo una participación constante en los eventos más representativos de la ciudad en el 2017 como la Feria de las Flores y el Festival Buen Comienzo, con un acompañamiento constante en redes sociales. Así mismo, se llevaron a cabo acciones de acompañamiento a la operación de aseo, jornadas comunitarias, elaboración e instalación de avisos de ciudad, erradicación de puntos críticos, entre otras acciones.
- Dentro de lo más representativo en este ámbito es que Emvarias incorpora en su esquema de educación y comunicación, además de la información sobre rutas y frecuencias, un lenguaje que promueve la separación desde la fuente, la buena disposición de residuos sólidos, el aprovechamiento de residuos y la innovación en la prestación del servicio de aseo.
- Aspectos muy valiosos de este ámbito han sido el trabajo interinstitucional, el sostenimiento de aproximadamente 6 puntos críticos erradicados, la creación de Pepe, y la configuración de una propuesta metodológica para abordar este proceso de acompañamiento a la ciudad con mayor impacto e incidencia en el 2018.
- En cuanto a la estrategia de comunicación digital esta siguió fortaleciéndose durante el 2017, en twitter tuvimos 4.669 seguidores, Facebook 9.347 seguidores, Instagram 3.056 seguidores, y en You Tube 28.141 visualizaciones. A través de las redes sociales más de 10 mil personas recibieron información institucional e interactuaron con Emvarias para dar solución a peticiones, quejas y reclamos.
- Desde el punto de vista administrativo la Coordinación de Comunicación logró realizar adecuadamente la contratación planeada del área, el control y gestión del presupuesto con una ejecución del 95%, y la documentación del proceso de comunicaciones desde el acompañamiento establecido por el área de Servicios Corporativos de la Empresa con este propósito.

El 2017 fue un año muy dinámico para la comunicación de Emvarias, con hitos muy significativos en cada uno de los ámbitos. Los logros alcanzados, las acciones planeadas que no se pudieron realizar y los nuevos retos de la Empresa se convierten en material importante para la formulación del Plan de Comunicación del año 2018.

Algunas de las acciones que no se lograron ejecutar y se proyectan para el 2018 son:

1. Campaña Somos Emvarias y Grupo EPM
2. Acompañamiento a la campaña de creación de cercanía, cambio y cultura organizacional
3. Fortalecimiento de la capacidad conversacional y habilidades de comunicación (grupos primarios, reuniones, asertividad, vocería)
4. Campañas de Seguridad Vial
5. Campaña de orden y aseo
6. Redefinición de Carteleras, Emvos y pantallas digitales.
7. Registro fotográfico de la operación de aseo
8. Recuperar el registro fotográfico histórico de Emvarias
9. Cumpleaños 54 de Emvarias.
10. Acompañamiento de proyectos de Intranet Mi Bitácora
11. Publicación de Brochure de Emvarias con visión, misión, objetivos, valores, estrategias, proyectos.
12. Brochure de servicios para el área comercial
13. Señalética puntos de Atención al Usuario
14. Campañas internas de actitud de servicio
15. Elaboración de publicaciones institucionales (normas)
16. Activación puntos naranja móviles
17. Definir política y procedimiento de patrocinios
18. Aplicación de encuesta y/o concurso en redes
19. Reuniones Estratégicas con los medios de comunicación locales y los jefes de zona
20. Realizar taller de vocería con los directivos
21. Diseñar e implementar sistemas de organización, sistematización y documentación
22. Elaborar y aplicar evaluaciones de pertinencia de los canales y contenidos de la información con grupos de interés

MARCOS DE REFERENCIA PLAN DE COMUNICACIONES DE EMVARIAS

En el caso de las comunicaciones en Emvarias se han considerado como marcos de referencia los siguientes: Objetivos de Sostenibilidad del Milenio, El Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Medellín, El Plan de Desarrollo de Medellín, Los Resultados de Medellín Cómo Vamos, las orientaciones estratégicas del Grupo EPM, el Plan de Empresa de Emvarias, las directrices del Programa Nacional de Gobierno en Línea, El Programa Transparencia por Colombia, y el Plan Anticorrupción propuesto por Emvarias. Si bien estos marcos de referencia siguen siendo vigentes y válidos para el plan 2018, hay algunas consideraciones importantes en cuanto a énfasis, que dichos referentes marcan para el año en desarrollo.

1. Desde el Plan de Desarrollo de Medellín.

Para el 2018, los temas relacionados de manera específica con el adecuado manejo de residuos expresados en el Plan de Desarrollo, tiene metas en cuanto al incremento del reciclaje en la ciudad hasta llegar a un 25%; así mismo se continua con el posicionamiento del código de policía, y en el acompañamiento a la iniciativa de renovación del centro de la ciudad con los corredores verdes de la Avenida Oriental y la Avenida Bolívar en donde Emvarias instalará sistemas soterrados.

2. En cuanto al Pgirs.

EMVARIAS S.A. E.S.P. como empresa prestadora del servicio público de aseo en la ciudad de Medellín, y actor fundamental del Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Medellín y sus corregimientos, es un actor corresponsable en la formación de una ciudadanía que cuente con conocimientos y apropie prácticas cotidianas hacia la adecuada gestión de los residuos sólidos generados, tanto en las actividades del ámbito doméstico como en acciones de tipo comercial e industrial, en los sectores urbanos y rurales del municipio de Medellín.

Desde el Plan de Gestión de Residuos Sólidos de la ciudad, Pgirs, se establecen, además, acciones que involucran actividades de sensibilización, información, comunicación y relacionamientos con la ciudadanía, en aspectos que permitan mejorar la imagen institucional y del espacio público en la ciudad. En este sentido se mencionan en específico, temas como:

- Contribuir a la erradicación de los puntos críticos en la ciudad.
- Contribuir con los espacios públicos limpios a partir de visibilizar acciones como el barrido y el lavado de áreas públicas.
- Fortalecer procesos de información que le permitan a la comunidad conocer los horarios y frecuencias de prestación del servicio de barrido.
- Visibilizar la gestión adecuada de las áreas y vías públicas objeto de corte de césped y poda de árboles.
- Contribuir con el aumento del aprovechamiento de los residuos sólidos en la ciudad
- Contribuir con el posicionamiento de la labor de los recicladores en la ciudad
- Fortalecer los procesos culturales, educativos y de control de la ciudadanía para la gestión de Residuos de Construcción y Demolición
- Contribuir con la ejecución de procesos de educación y sensibilización en la Gestión Integral de los Residuos Sólidos

3. El direccionamiento estratégico del Grupo EPM.

En este sentido hemos avanzado en la comprensión del direccionamiento estratégico del Grupo EPM, pero debemos seguir fortaleciéndolo, pues el direccionamiento es abstracto y también dinámico, por lo que durante cada año se establece un aspecto a fortalecer y promocionar. Durante el año 2018 se han planteado retos en torno a posicionar la estrategia del Grupo EPM, a difundir los resultados y las iniciativas de la consultoría Visión 2025, la visión de EPM en cuanto al negocio de residuos y el marco de actuación del Grupo EPM.

Así mismo, desde el Grupo se viene planteando cada vez más solicitudes de que Emvarias se articule a acciones conjuntas como la Campaña del Agua en marzo, la Campaña de residuos sólidos para las empresas del Grupo, el programa de radio Aló EPM, las actividades de educación al usuario, y otras iniciativas que se vienen adelantando de la mano del Grupo y serán también objeto de acompañamiento o socialización durante este año.

4. El Plan de Empresa.

A su vez, dentro del direccionamiento de Emvarias sigue siendo un pendiente difundir y socializar el Plan de Empresa, ya que desde el año 2016 el plan viene en revisión y se espera que durante el año 2018 pueda tenerse una versión definitiva que pueda ser socializada con los colaboradores de Emvarias. Este plan traza los retos que Emvarias deberá alcanzar en los próximos años y en materia de comunicación debemos:

- Promover el conocimiento del plan entre los colaboradores de Emvarias.
- Apoyar el desarrollo de las iniciativas de inversión que requieran acompañamiento desde comunicaciones.
- Realizar los componentes de soportes que desde la coordinación de comunicaciones se incluyen en el plan.

Dentro del Plan de Empresa algunas acciones que contribuyen a un Nuevo Modelo de Gestión de Residuos y que deberán ser acompañados por procesos de comunicación son:

- Rutas selectivas de reciclaje: Emvarias Grupo EPM inició su primera ruta de reciclaje en el 2017, Ruta Recicla, en la comuna 14. Para el año 2018 se tiene proyectada la implementación de nuevas rutas en otros sectores de la ciudad.
- Contenerización en zonas de alta generación de residuos: consiste en dotar a la ciudad de equipamientos que permitan contener los residuos evitando la exposición en la vía pública, disminuir puntos críticos, facilitar a la ciudadanía la separación desde la fuente y posibilitar la mecanización del servicio mediante la tecnología de cargue trasero, frontal o lateral. Durante el 2018 Emvarias Grupo EPM contempla impulsar la contenerización en zonas estratégicas de la ciudad.
- Cajas autocompactoras para grandes generadores: son equipos de autocompactación que no necesitan estar montados sobre chasis para operar. Su uso es recomendable en centros de acopio de usuarios grandes generadores, ya que por su capacidad de almacenamiento y compactación permiten establecer aforos puntuales por usuario y optimizar la logística de recolección al disminuir las frecuencias. Emvarias estudia su instalación en urbanizaciones con alto impacto por la producción de residuos como Nuevo Occidente.
- Instalación de soterrados en espacios públicos: durante el 2017 Emvarias instaló el primer sistema soterrado en el corregimiento de San Antonio de Prado y continuará con una instalación en los nuevos espacios públicos habilitados por la alcaldía de Medellín para la ciudad en el año 2018. Los soterrados son equipos hidráulicos que se encuentran debajo de la superficie de la tierra y solamente tienen expuestos los buzones por donde los usuarios depositan los residuos. Este sistema contribuye a eliminar puntos críticos liberando los espacios públicos de acopios de residuos, a facilitar la separación desde la fuente y mecanizar la operación de recolección.

- Estrategias de alianza para gestión de posconsumo: alianza Emvarias - Grupo Retorna, para facilitar acciones de educación ciudadana frente a los residuos posconsumo y la recolección de llantas, empaques y envases de insecticidas de uso doméstico, pilas, baterías de plomo ácido del sector automotriz, RAEE de tipo línea blanca como neveras, lavadoras, y aires acondicionados, hornos microondas, computadores y periféricos. En esta alianza Emvarias facilita a los usuarios el servicio de recolección especial y/o acopio de residuos posconsumo en los puntos naranjas móviles, el punto limpio Centro B o el contacto con los gestores posconsumo para la gestión requerida.

5. Programa Gobierno en Línea (GEL).

Para su implementación se avanzó durante el 2016 en la elaboración del diagnóstico, a partir de la matriz de seguimiento elaborada por el Grupo EPM y con el acompañamiento de la Gerencia de Identidad de EPM.

Durante el año 2017 se avanzó en la comprensión del programa, en la documentación de varios de los procesos asociados a TIC de servicios y TIC para Gobierno abierto, en el establecimiento de un equipo de diferentes áreas para trabajar en las iniciativas, y en la inclusión en el proyecto de la página web de aspectos fundamentales de transparencia y acceso a la información.

Para el año 2018, se hace indispensable la implementación de los protocolos documentados, avanzar en aspectos como la caracterización de grupos de interés, la promoción de los canales y servicios digitales, la encuesta de satisfacción, el componente de participación ciudadana, entre otros.

3. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES EMVARIAS

3.1 Diagnóstico comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

- **Marca e identidad**

En los aspectos de marca e identidad, si bien Emvarias es una empresa reconocida y querida, y durante los años 2016 y 2017 se trabajó en los diferentes campos de la comunicación por promover la empresa asociada con atributos como la pasión, el servicio, la atención inmediata, entre otros atributos, para el 2018, es fundamental posicionar la marca Emvarias desde conceptos como la sostenibilidad, el cuidado del medio ambiente, enfoques como la economía circular y la innovación en los servicios. Así mismo, una empresa que además de prestar el servicio público de aseo con altos criterios de calidad y cumplimiento, se constituye como una empresa prestadora de servicios especiales para gestión de residuos posconsumo.

En las mediciones de satisfacción y favorabilidad de las entidades públicas realizadas por Medellín Cómo Vamos se han obtenido resultados positivos y que denotan una buena percepción por parte de la ciudadanía hacia la Empresa. Esto nos reta, desde el proceso de comunicaciones, a sostener y fortalecer acciones que contribuyan al posicionamiento de la marca y la identidad de la Empresa.

En cuanto a los soportes de la marca es necesario seguir trabajando para que todos los elementos de identidad corporativa sean manejados acorde a los lineamientos establecidos, tanto de Grupo EPM como de marca Emvarias.

- 1- Toda la presencia de marca impecable: ello implica señalizaciones, uniformes, papelería, plantillas. En este aspecto se ha avanzado en la identidad visual de la Empresa. Para el año 2018 se plantea el reto de realizar la señalización y marcación de sedes y espacios de la Empresa como la nueva sede administrativa, los puntos naranja móviles, base de operaciones, planta de lixiviados, puntos de atención, entre otros espacios institucionales.
- 2- Una marca asociada claramente a la promesa básica que es el aseo, la limpieza, el cuidado y con un énfasis durante el 2018 frente a aspectos como la sostenibilidad, el aprovechamiento y la innovación.
- 3- La Gente Emvarias, actitud de servicio, funcionarios impecables, serviciales, cercanos, comprometidos y cuidados.
- 4- Vehículos impecables en marca pues éstos son uno del elemento más reconocido por la gente.
- 5- Se tiene un reto que se viene perfilando cada año y no ha sido posible de lograr en cuanto a acciones de comunicación integrada al mercadeo, orientada a segmentos de clientes, que es necesario realizar de la mano del área comercial de Emvarias.

12

- **Información**

En el año 2017 se continuó con una buena frecuencia de generación de noticias positivas de la Empresa y relacionamiento con medios de comunicación. Quedaron pendientes temas como la relación con medios comunitarios en las zonas de prestación del servicio público, aspecto que se considera importante de realizar durante el año 2018, así mismo la formación en vocería para directivos y generadores de opinión e información de la Empresa, ya que se ha identificado la debilidad existente y la importancia de contar con buenas prácticas de relacionamiento con los medios de comunicación.

En términos informativos sigue siendo importante visibilizar las iniciativas y proyectos de innovación de la Empresa como la Ruta Recicla, el sistema soterrados, la contenerización, el tema educativo. Y desde el punto de vista de Gobierno Digital, fortalecer la accesibilidad a la información pública desde los canales digitales como la página web y las redes sociales.

En este año se plantea la elaboración del manual de comunicación para atender situaciones adversas y de crisis, ya que la Empresa viene trabajando en su PADEC, y el componente de comunicación e información es fundamental en este plan.

- **Comunicación pública/Comunicación educativa**

Durante el 2016 se trabajó fuertemente en la visibilidad de la Empresa y logramos articularnos de manera permanente con otras entidades del sector público, con los usuarios en redes sociales y tener presencia en eventos de ciudad.

Durante el 2017 seguimos realizando este tipo de articulaciones interinstitucionales con especial énfasis con la Secretaría de Cultura Ciudadana, la Secretaría de Gobierno en los concerniente a

seguridad y convivencia, la Secretaría del Medio Ambiente con sus guías ciudadanos, entre otros actores.

Durante el 2017 además de las acciones con la campaña Yo Me Comprometo fueron importantes las jornadas de intervención comunitaria, en las que las comunidades coparticiparon con Emvarias y la institucionalidad pública en erradicar puntos críticos y apoyar la información a la comunidad, y las actividades de Linda calle y Pepe y las estrategias de los Puntos Naranja Móviles, los cuales estuvieron bajo el acompañamiento de comunicaciones durante el primer trimestre del año y luego de que se tuviera un responsable específico para la estrategia, se continuaron acompañando.

13

En este sentido fue muy importante la alianza establecida y acompañada desde comunicaciones de Emvarias, con el Grupo Retorna de la ANDI y con ECO GRAS.

También fue importante desde el punto de vista de comunicación masiva la realización de cuatro campañas publicitarias:

1. **Gracias a vos Medellín es más Limpia:** que se ejecutó en el primer trimestre del año y tuvo piezas impresas, audiovisuales en radio y TV, prensa, y paradores de buses.
2. **Día mundial del medio ambiente:** la cual fue fundamentalmente en redes sociales, con el slogan: En cada residuo hay una oportunidad de cuidar de medio ambiente, ejecutada en el mes de junio, con alcance de Grupo EPM.
3. **La Feria Florece más Verde,** llamando al reciclaje y aprovechamiento durante la Feria de las Flores, ejecutada en el mes de agosto.
4. **La Ruta Recicla,** promoviendo la separación desde la fuente y la entrega del material reciclable a la ruta selectiva de El Poblado, realizada en el mes de noviembre y diciembre.

Uno de los aspectos que se identifica como debilidad en el componente de comunicación y educación y que debemos fortalecer para el buen desempeño del ejercicio de la comunicación en la Empresa, es la capacidad que tiene la Coordinación de Comunicaciones para atender las diferentes demandas que se tienen para acciones de este tipo, el recurso con el que se cuenta a nivel presupuestal y la posibilidad de medir los impactos y la gestión realizada de manera más eficiente. Por ello se plantean como acciones de mejoramiento para el año 2018:

- Definir desde el plan de contratación recursos para realizar una contratación de equipos profesionales y técnicos para apoyar la ejecución de las actividades de promoción de la cultura del aseo.
- Establecer criterios de abordaje que permitan focalizar y concentrar la intervención de manera que ésta pueda ser medible en términos de ejecución e impactos.
- Establecer un criterio territorial y estratégico para facilitar la articulación de la intervención y así optimizar los recursos y presentar una operación más integral.
- Establecer indicadores de medición y un sistema de georreferenciación, que permita sistematizar y rendir cuentas de la ejecución de manera más adecuada.
- Seguir fortaleciendo las campañas de comunicación, para que éstas llamen al compromiso y la responsabilidad ciudadana, en temas asociados a la separación desde la fuente, el aprovechamiento, el posconsumo, y el reciclaje.

Nuestro reto en el 2018 es lograr operar con una dinámica más estructurada en este componente, de manera que el mensaje de Emvarias hacia una ciudad más sostenible desde la gestión de los residuos sólidos, pueda llegar a cada hogar de la ciudad y ésta conozca cómo separar y cómo contribuir con una ciudad que separa sus residuos y recicle más.

3.2. Diagnóstico de Comunicación Interna

En el 2017 a partir de reconocer la necesidad de trabajar en el componente de relacionamiento con los grupos de interés internos (colaboradores o Gente Emvarias) y la necesidad de fortalecer el sentido de pertenencia y compromiso de los colaboradores con la Empresa, para contribuir en la generación de un buen clima laboral y facilitar la coordinación interna para el logro de los objetivos, se dio un impulso importante a la gestión de las actividades planeadas en este ámbito.

14

Como se ha señalado, se dieron logros importantes en cuanto a:

- Ejecución al 100% de las acciones del plan de efectividad de la comunicación pactado con Grupo EPM y se ejecuta en todas las filiales.
- Fortalecimiento de los espacios de conversación con la realización del viernes naranja y otros espacios de encuentro.
- Socialización de políticas y lineamientos corporativos: código de ética, principios y valores, negocio de residuos del Grupo EPM.
- Ejecución de campañas corporativas requeridas por las áreas: Emvarias confiable dirigida a fortalecer el control interno y Emvarias sostenible orientada a la adecuada gestión de residuos sólidos al interior de la empresa.
- Apoyo transversal a las acciones del área de servicios corporativos.
- Avance en el fortalecimiento de los medios internos (cartelera, correo corporativo y revista institucional).
- Apoyo comunicacional a la negociación de la convención laboral con el sindicato Sintraemvarias.

Estas acciones contribuyeron a:

- Fortalecimiento de la confianza de los colaboradores en el liderazgo y la gestión de la Empresa.
- Asumir más claramente lo que significa ser Grupo EPM y desarrollar aceptación, adaptación y compromiso frente a la nueva realidad de la Empresa.
- Propiciar el conocimiento de los objetivos estratégicos, las políticas, las metas y los resultados de la Empresa.
- Mejorar la percepción frente a la gestión administrativa de la Empresa, difundiendo los proyectos que se realizan para mejorar la gestión y los buenos resultados obtenidos.
- Fortalecer la apropiación de la estrategia y el sentido de compromiso.
- Fortalecer las relaciones entre los colaboradores y entre éstos y la organización.

Otros retos que se habían planteado a la comunicación organizacional que se cumplieron parcialmente o no se cumplieron fueron:

- Facilita el conocimiento de normas de trabajo, reglamentos, lineamientos que den claridad frente a su rol a los colaboradores, ya que los mismos debían ser revisados y actualizados desde el área de Servicios Corporativos y de acuerdo a lineamientos de Grupo aprobados por Junta, para poder desprender su socialización.
- Posibilitar que los colaboradores reconozcan claramente cómo su trabajo contribuye al logro de los objetivos de la organización, y generar conciencia sobre la interdependencia de las áreas de la organización como parte de un proceso global, fue un objetivo que no se logró cumplir, debido a que estos propósitos dependen sustancialmente de la planeación estratégica de la empresa, plasmada en el plan de empresa, que como se mencionó anteriormente no ha sido aprobado por la Junta Directiva de la empresa, para su posterior difusión y apropiación entre los equipos de colaboradores de Emvarias.
- Formalizar y diseñar metodología de los grupos primarios para lograr el objetivo de bajar información a los colaboradores e incidir para que éstos sean más participativos, dialógicos frente a los temas importantes de la empresa. Durante el 2017 se realizó solo una actividad orientada a las capacidades de conversación de los directivos, y se apoyó la realización de las actividades de Aventura Empresarial, que aportaron a este propósito, no obstante, es necesario reconocer que aún se requiere un proceso de trabajo específico y muy intencionado frente a estos propósitos.
- Rediseñar la plataforma de medios internos de la Empresa y que éstos recojan y visibilicen las opiniones de los colaboradores y mejorar en la oportunidad, suficiencia de la comunicación, fueron dos propósitos en los que se avanzó durante el 2017, pero que es necesario afinar y concretar en el 2018.
- El aspecto específico del relacionamiento es también un frente de acción de la Coordinación de Comunicaciones, que no se ha abordado suficientemente y que puede ser fortalecido desde esta perspectiva de grupos de interés, ya que también depende de los desarrollos de la Empresa en los procesos de homologación en Responsabilidad social empresarial y sostenibilidad, que proporcionan la caracterización y objetivos a trabajar con los Grupos de Interés.

Un tema especialmente importante a considerar en el diagnóstico de la comunicación interna en Emvarias es el conflicto laboral, que en diciembre de 2017 cerró sin acuerdos en temas como el aumento salarial, los beneficios convencionales y las solicitudes de la Empresa en términos de los tipos de contratación. Esta situación se constituye en una barrera importante para la ejecución de acciones estratégicas de relacionamiento y clima laboral, que redunden en un buen desempeño organizacional.

El panorama de cambios permanente de ubicación del lugar de trabajo, frente a la perspectiva de salir del Edificio EPM constituye otra situación, que requiere de especial atención durante el año 2018, por los cambios que representa para los colaboradores de la Empresa.

Así mismo, se constituye en un reto el fortalecimiento de la estrategia de comunicación para situaciones de crisis PADEC, ya que éste debe ser difundido y apropiado tanto en el nivel directivo como entre los equipos de trabajo y colaboradores de la Empresa.

3.3 Recursos de la Coordinación de Comunicaciones de Emvarias

- **Medios**
 - Correo interno de comunicaciones para público administrativo
 - 12 carteleras informativas para el público operativo
 - Revista la Fuerza Naranja

- **Recursos humanos**
 - 1 Comunicadora social en la coordinación
 - 1 Comunicador social en la comunicación organizacional y corporativa
 - 1 Comunicador social para la comunicación digital
 - 1 trabajadora social para el componente de comunicación pública/cultura del aseo
 - 1 administrador para apoyo a la contratación y temas administrativos
 - 1 practicante de comunicación apoyo a la coordinación/comunicación interna
 - 1 practicante comunicadores para apoyo a las actividades digitales y de cultura ciudadana
 - 1 practicantes de diseño gráfico
 -

- **Equipos**
 - 2 Teléfonos celulares
 - 1 Computador MAC para diseño
 - Impresora a color
 - 8 puestos de trabajo
 - 4 computadores portátiles
 - 3 computadores fijos

4. PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS

El plan de comunicación de Emvarias para el 2018 reconoce los avances que en el proceso comunicacional ha tenido la Empresa, y también, los retos que aún se tienen con mirar a que tanto a nivel interno como externo y en el plano administrativo, se cuente con una dinámica de comunicación cada vez más fuerte y con mayor contribución en el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa y del Grupo EPM.

En esa medida, es importante mencionar que el plan de comunicación que se esbozó durante los años 2016 y 2017 contienen aún muchos aspectos rectores para la comunicación en la Empresa, ya que acciones que se perfilaron en éstos planes aún siguen siendo tareas por abordar en el 2018.

17

También se reconocen los retos que nos propone un nuevo contexto institucional en el 2018, con mayor madurez en temas como el proceso de aprovechamiento, el proceso de posconsumo, los procesos internos de las áreas, la relación con el Grupo EPM, las necesidades por subsanar en el tema comercial de la Empresa y el complejo clima laboral enrarecido por la negociación de la convención colectiva de trabajo.

El plan de comunicación 2018 contiene:

- a) Definición de intención y propósito de la Comunicación en Emvarias
- b) Enfoque de la Comunicación de Emvarias
- c) Tono de la Comunicación en Emvarias
- d) Ámbitos de la Comunicación en Emvarias
- e) Objetivos estratégicos de la comunicación en Emvarias
- f) Estrategias, actividades y presupuesto de Comunicaciones de Emvarias

- **Intención y propósito de la Comunicación en Emvarias**

A partir de clarificar la visión del Grupo EPM en cuanto al negocio de residuos:

Brindar soluciones integrales en la gestión de residuos sólidos ordinarios, especiales y peligrosos (corto plazo) y llevar el modelo de negocio a un nivel donde se fomente la minimización en la generación, el reúso, reciclaje y recuperación de materiales y energía (mediano/largo plazo), [con] soluciones que deben ser adaptadas a las realidades locales y deben ser sostenibles desde el punto ambiental, económico y socialmente inclusivas.

Y clarificar también el aporte específico de Emvarias a la MEGA del Grupo:

En el 2025 el negocio de Gestión de Residuos Sólidos estará generando un EBITDA de \$98.000 millones, donde \$40.000 millones será a partir de crecimiento en nuevos negocios y \$58.000 millones serán aportados por Emvarias a partir de eficiencias operativas

Se plantea como intención de la comunicación en Emvarias a nivel externo, contribuir con el posicionamiento de Medellín como ciudad sostenible ambientalmente, y específicamente en cuanto

al manejo de sus residuos sólidos. La comunicación debe estar intencionada a mostrar que Emvarias, como empresa de servicio público de aseo cumple con su papel en la ciudad y además se constituye en una empresa líder en la implementación de innovaciones e iniciativas para hacer real un nuevo modelo de gestión de los residuos sólidos en Medellín, modelo basado en la minimización de la generación, la separación desde la fuente, el reciclaje, el aprovechamiento, la optimización del Relleno Sanitario La Pradera, la eficiencia operativa, y más a largo plazo, en la innovación de nuevos procesos de gestión de los residuos, asociados a valorización.

A su vez, a nivel de comunicación organizacional la intención está orientada a fortalecer la identidad de los colaboradores de la Empresa con estos nuevos propósitos, y contribuir a la comprensión de esta histórica e importante labor, en la que cada uno de los colaboradores de Emvarias hace un aporte para lograr el objetivo de hacer de Medellín una ciudad sostenible.

18

En cuanto a los propósitos de la Coordinación de Comunicaciones de Emvarias se sostienen los dos objetivos estratégicos que se vienen trabajando:

1. Movilizar el compromiso y la voluntad de los ciudadanos de Medellín para que participen de manera activa en la implementación de un nuevo Modelo de Gestión de los Residuos Sólidos en la ciudad, incorporando buenas prácticas como la separación desde la fuente.
2. Fortalecer el sentido de pertenencia y el compromiso de los colaboradores de Emvarias, para que su labor contribuya al logro del objetivo estratégico de la Empresa, marcando factores de eficiencia y efectividad, y generando valor agregado para los usuarios de los servicios de aseo.
3. Cualificar los procesos administrativos de la Coordinación de Comunicaciones para que ello permita operar con mayor claridad, eficiencia y efectividad aportando al logro de los objetivos estratégicos de la Empresa.

- **Política de Comunicación en Emvarias**

De acuerdo a los lineamientos de la actualización del proceso de relaciones de la Empresa, en sintonía con el modelo de procesos de Grupo EPM. Se revisó y se definió adoptar la política del Grupo EPM, la cual será presentada a la Junta de Emvarias para su aprobación y aplicación.

La comunicación en Emvarias Grupo EPM tiene como marco de actuación el respeto, la transparencia, la oportunidad, la pertinencia, la veracidad y el diálogo y está orientada a garantizar su reputación y a mantener una adecuada relación con los grupos de interés, para contribuir a la sostenibilidad y al desarrollo de la estrategia de la Empresa y del Grupo EPM.

- **Enfoque de la Comunicación en Emvarias**

Se propone una comunicación orientada al relacionamiento, la cercanía y la movilización de los grupos de interés de la Empresa, principalmente de la ciudadanía y los colaboradores, y que permita la generación de confianza y la constitución de empatía, sinergia y trabajo conjunto para el logro de los objetivos de la Empresa.

En esa medida, las acciones de comunicación de Emvarias estarán diseñadas para establecer vínculos afectivos, emocionales y racionales con la Empresa, que posibiliten a los grupos de interés conocer, compartir y colaborar con las propuestas y acciones institucionales, tanto al interior como al exterior de Emvarias.

Este enfoque plantea retos importantes a la Empresa y a las comunicaciones, pues requiere de profundizar en la noción de relacionamiento y también avanzar en apertura hacia formas más participativas, interactivas y contemporáneas de comunicar, con el desarrollo de herramientas tanto de comunicación directa interpersonal como tecnológicas y virtuales.

- **Tono de la Comunicación en Emvarias**

El tono comunicacional de Emvarias ha sido cercano, afectuoso, cálido, amigable y co-activo: *hacemos juntos*. Para el año 2018 seguiremos utilizando este tono de comunicación. En años anteriores usamos el *voceo* por ser un uso generalizado en la ciudad cercano al de la alcaldía de Medellín, desde mediados del 2017 venimos abandonando este modo y usando más la tercera persona del plural el *nosotros* por ser integrador e inclusivo, y porque responde más claramente al tono del Grupo EPM. Nuestro tono es colaborativo, co-activo que invita a la ciudadanía a que contribuya a tener una ciudad más sostenible, una comunicación educativa, pedagógica y para el desarrollo.

- **Ámbitos de la Comunicación en Emvarias**

Comunicación Organizacional: 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 fortalecimiento de la plataforma de medios internos.

Comunicación Identidad Corporativa (marca): es la comunicación orientada al reconocimiento de la razón de ser de la Empresa (propósito y mega) entre los grupos de interés internos y externos. Busca comunicar la identidad, los valores y principios, las apuestas estratégicas, el estilo, los atributos de marca, visibilizar la gestión de la Empresa y fortalecer su posicionamiento y sostenibilidad.

Comunicación Pública/Cultura del aseo: es la comunicación que se realiza con y para la ciudadanía, las comunidades, los usuarios del servicio de Emvarias, buscando 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 la visibilización pública, acciones de comunicación educativa, pedagógica y para el desarrollo orientadas a la promoción de una cultura ciudadana del aseo.

- Estrategia Digital: es la comunicación que desde el entorno digital (redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y la página web oficial) busca establecer relaciones de empatía, interlocución y participación con los grupos de interés. Está basada en la generación de

contenidos novedosos, actuales y oportunos con apoyo de herramientas como el diseño gráfico, la edición de video y el cubrimiento periodístico de los diferentes hitos de Emvarias en la ciudad.

- **Estrategia Informativa:** es la comunicación que tiene lugar en los medios masivos de comunicación. Sus acciones están orientadas a facilitar flujos de información oportuna, suficiente y veraz, por diferentes medios y canales, para generar ambientes favorables al logro de la intención y objetivos misionales de Emvarias. Involucra la generación de contenidos atractivos, documentados y veraces, dirigidos a públicos diversos y al establecimiento de relaciones con medios de comunicación masiva y local que redunden en una información pública objetiva y que considere los intereses públicos y de la Empresa.
- **Estrategia social y pedagógica:** corresponde a la intervención social, educativa, ambiental y comunicacional que se realiza en las diferentes zonas de prestación del servicio de aseo, con el objetivo de promover una adecuada gestión de los residuos sólidos y una cultura ciudadana del aseo. Considera acciones de interlocución cara a cara con los usuarios, jornadas pedagógicas, acciones de BTL, y acciones de comunicación mediadas por piezas impresas, relacionamiento con medios de comunicación, entre otras acciones comunicacionales.

20

Coordinación y administración de la comunicación: este ámbito está relacionado con la gestión de recursos y los procedimientos que permiten llevar a cabo las diferentes acciones de comunicación planificadas y que permiten el logro de los objetivos propuestos. Implica procesos de planeación, contratación, gestión del presupuesto, sistematización, seguimiento y evaluación del área.

Objetivos estratégicos de la comunicación en Emvarias

- **Objetivo General**

Contribuir desde el ejercicio comunicacional de Emvarias a que la ciudadanía de Medellín realice una adecuada separación en la fuente de los residuos sólidos que genera, facilitando el reciclaje y aprovechamiento de residuos sólidos en la ciudad y como expresión de conciencia sobre el impacto de sus prácticas en la sostenibilidad de la ciudad.

- **Objetivos específicos**

Comunicación Organizacional (Grupos de interés funcionarios de Emvarias)

- a. Promover al interior de Emvarias acciones comunicacionales que permitan a los funcionarios conocer, apropiarse y participar de manera activa en el direccionamiento estratégico de la Empresa y se promuevan buenas prácticas a partir del fortalecimiento de la cultura Emvarias.
- b. Realizar el rediseño y lanzamiento de los medios de comunicación interna (Boletín y Cartelera) y crear nuevos medios y tácticas, para que sus contenidos sean pertinentes y responda a las expectativas de los empleados, de manera que propicien una mejor contribución a la labor que desempeñan.

- c. Establecer acciones de comunicación de acercamiento, acompañamiento y reconocimiento a los operarios de aseo, de manera que se fortalezcan los vínculos de apropiación, sentido de pertenencia y contribución a los objetivos de la empresa.
- d. Contribuir mediante acciones de comunicación a un fortalecimiento de la actitud de servicios entre los colaboradores de Emvarias, al comprender la importancia que tiene en el mundo de hoy el adecuado relacionamiento con los grupos de interés.
- e. Fortalecer la capacidad comunicacional y el liderazgo de los directivos de Emvarias y las relaciones de coordinación entre los colaboradores de las diferentes áreas mediante el apoyo a la realización de Grupos Primarios más efectivos, a partir de la metodología propuesta por comunicaciones del Grupo EPM y adaptada para Emvarias.

Comunicación Identidad Corporativa (Grupos de interés internos, clientes y usuarios del servicio de aseo).

- f. Posicionar la marca Emvarias entre sus principales públicos de interés, posicionándola como una empresa sólida, innovadora, cálida, transparente, responsable y que aporta a la sostenibilidad de la ciudad.

Comunicación Pública/educativa: (Grupos de interés ciudadanía, comunidades e instituciones)

- g. Diseñar y poner en marcha una estrategia de educación que aporte a la consolidación de una cultura ciudadana del aseo en las zonas urbanas y rurales de Medellín, que incida en la generación de hábitos y acciones favorables a la adecuada gestión de los residuos sólidos a través del trabajo articulado con los diferentes actores del territorio.
- h. Informar de manera cercana, suficiente y oportuna sobre los diferentes servicios de aseo que presta Emvarias, y la forma adecuada de acceder a ellos, para que la ciudadanía contribuya a un manejo más adecuado de residuos ordinarios y especiales.
- i. Movilizar entre la ciudadanía de Medellín prácticas que mejoren la gestión de los residuos sólidos en la ciudad, apelando a su compromiso y responsabilidad, mediante estrategias de intervención cara a cara en los que se personalice la relación con la empresa y se establezcan compromisos de corresponsabilidad con el manejo adecuado de los residuos sólidos.
- j. Fortalecer los mensajes institucionales asociados a consumo responsable, separación desde la fuente, aprovechamiento, planes pos-consumo.
- k. Generar acciones de articulación interinstitucional para las intervenciones de sensibilización e información, que permitan contar con mayor cobertura y alcance poblacional y territorial.

Estrategia Digital (Ciudadanía)

- l. Poner la página web de la empresa al aire, posibilitando cumplir con los requisitos y las herramientas de Gobierno en Línea que faciliten una comunicación oportuna para los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés de la Empresa.
- m. Generar interacción con los diferentes grupos de interés de Emvarias usuarios de las redes sociales Twitter, Facebook, YouTube e Instagram, mediante publicaciones constantes que respondan a contenidos informativos, estratégicos, operativos y de servicios de la Empresa, buscando generar empatía, reconocimiento y una opinión pública favorable hacia Emvarias.
- n. Realizar la atención a PQRS presentadas por la ciudadanía mediante las redes sociales de la empresa.
- o. Realizar monitoreo e información de oportunidades y peligros detectados en la web y redes sociales (Alertas).

Estrategia Informativa (Grupos de interés medios de comunicación masiva)

- p. Establecer relaciones cercanas y de confianza con los medios de comunicación masivos y comunitarios, de manera que éstos se constituyan en re-editores de los mensajes de Emvarias, y en actores participes en la intención de visibilizar la empresa y promover comportamientos adecuados entre la ciudadanía.

Coordinación y administración de la Comunicación

- q. Promover la apropiación y utilización del sistema de información creado para sistematizar la información resultante de las actividades de la Coordinación, de manera que contribuyan con la gestión cotidiana del proceso de comunicación y facilite el aporte de verificadores a los procesos de transparencia y control interno.
- r. Avanzar en la creación de procedimientos internos de la coordinación de comunicaciones de manera que se facilite la coordinación de las actividades con las áreas que requieren apoyos y permita mejorar en oportunidad y efectividad el quehacer de la Coordinación.
- s. Llevar a aprobación la política de comunicación existentes en cuanto a manejo de imagen corporativa, relación con proveedores de comunicación, pauta publicitaria, participación en eventos, canje de servicios, donaciones, patrocinios.

Estrategias del Plan de Comunicaciones de Emvarias

1. Gente Emvarias, la Fuerza Naranja para la sostenibilidad de Medellín
2. Marca Emvarias Grupo EPM
3. Medellín, Territorio Naranja/Cultura del aseo/ciudad sostenible
4. Emvarias digital
5. Emvarias ¡Técnica, innovadora, sostenible!

Actividades Plan de Comunicaciones de Emvarias

Ámbito: Comunicación Organizacional
Objetivo: Fortalecer la comunicación con los grupos de interés internos mediante la gestión de los medios de comunicación internos, la comunicación para las relaciones de coordinación, la apropiación de la estrategia y la promoción de la cultura e identidad organizacional.
Responsable: Jonathan Smith Álvarez

Grupo de Interés	Descripción de las actividades	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Gestión de medios						
Colaboradores	Producción, Instalación y Actualización de carteleras internas	1 semanal 2 quincenales	Todo el año	16.000.000	DDB	Merchandising
Colaboradores	Boletín interno institucional digital	9	Marzo a Diciembre	10.000.000	Arkix	Diseños y estudios
Colaboradores	Boletín Mensajería de texto	40	Marzo a Diciembre	8.000.000	DDB	Merchandising
Colaboradores	Cápsulas Naranja	180	Febrero a Diciembre	0	Practicantes y comunicador Corporativo	Producción interna
Colaboradores	Revista La Fuerza Naranja	2	Junio - Diciembre	10.000.000	DDB	Impresos y publicaciones
Colaboradores	Implementación de Mi Bitácora (Intranet)	1	Junio - Diciembre	15.000.000	Contrato Proveedor EPM	Diseños y estudios
Colaboradores	Gente Emvarias (Página web)	72 publicaciones	Abril - Diciembre	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Colaboradores	Descansa Pantallas/ Fondo Pantallas	20	marzo a Diciembre	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Colaboradores	Correo Corporativo	A diario	Enero a Diciembre	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Gestión de las relaciones						
Colaboradores	Acompañamiento a temas conversaciones con Sindicato	Según demanda	Según demanda	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios

Grupo de Interés	Descripción de las actividades	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Colaboradores	Acompañamiento a la difusión de la agenda de eventos y la oferta de gestión humana	Según demanda	Según demanda	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Colaboradores	Apoyo a actividades de Servicios Corporativos (Día de la Mujer, Día de la Madre, Día del conductor, Día del niño, Día de la no violencia, Día de la Familia Emvarias, Reconocimientos a la excelencia 2018)	Según demanda	Marzo Mayo Julio Octubre Diciembre	4.000.000	DDB/Solugistik	Impresos y publicaciones
Colaboradores	Fortalecimiento de los compromisos de la Aventura Empresarial	10	abril a julio	1.000.000	Solugistik	Merchandising
Colaboradores	Capacidad Conversacional: Implementación de la Guía de Grupos Primarios	1	Todo el año	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Proveedores y Contratistas	Generación de contenidos para proveedores y contratistas	6 mailling 6 notas en sitio web	Abril - Diciembre	8.000.000	Arkix	Diseños y estudios
Apropiación de la estrategia						
Colaboradores	Difusión Plan de Empresa	Según aprobación	Segundo semestre	0	Producción interna equipo comunicación	N/A
Colaboradores	Estrategia de posicionamiento / Agrupate Grupo EPM	9	Abril- diciembre	0	Producción interna equipo comunicación	N/A
Colaboradores	Difusión de Agrupate	9	Abril- diciembre	0	Producción interna equipo comunicación	N/A
Colaboradores	Difusión Visión 2025	4 momentos	Mayo- diciembre	0	Producción interna equipo comunicación	N/A
Colaboradores	Diagnóstico efectividad de la comunicación	1	Octubre	25.000.000	EPM	Pauta en medios

Grupo de Interés	Descripción de las actividades	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Colaboradores	Socialización al interior de Emvarias de los procesos de innovación en el servicio	10	Abril-Diciembre	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Colaboradores	Acompañar la implementación el plan Derechos Humanos	1	Agosto-Noviembre	3.500.000	Comunicador corporativo	Honorarios
Colaboradores	Celebración de los 15 años del Relleno Sanitario La Pradera	1	Abril	15.000.000	DDB	Impresos y publicaciones
Colaboradores	Día Naranja	11	Febrero a Diciembre	8.000.000	Solugistik	Pauta en medios alternativos
Colaboradores	Campaña Área de Auditoría	1	Octubre a Diciembre	2.000.000	Producción interna/ Acera del Frente /	Producción interna / Impresos y publica
Colaboradores	Campañas PGIRS y PMIRS	1	Marzo - Julio	0	Producción interna	Producción interna
Colaboradores	Semana de la Salud	1	Mayo- Septiembre	2.000.000	Producción interna/ Acera del Frente	Producción interna / Impresos y publica
Colaboradores	Campaña Plan de Seguridad Vial	1	Abril a Julio	10.000.000	DDB	Pauta en medios
Colaboradores	Celebración del Cumpleaños de Emvarias	1	Septiembre	2.000.000	Solugistik	Impresos y publicaciones
Colaboradores	Campañas y eventos de apoyo a las áreas	Según demanda	Permanente según demanda	10.000.000	DDB	Impresos y publicaciones
Colaboradores	Juego de cartas Grupo EPM con colaboradores	6	Una vez al mes de marzo a septiembre	1.000.000	Solugistik	Pauta en medios alternativos
Colaboradores	Visitas de Comunicación Experiencial	3	Junio - septiembre - Noviembre	3.000.000	Solugistik	Merchandising
Colaboradores	Estrategia de cultura corporativa (código de ética, marco de actuación y manual de conducta)	N/A	Febrero Junio	15.000.000	DDB / Acera del Frente	Publicaciones internas
Colaboradores	Apoyo a implementación del PADEC e implementación de la Guía de Comunicación PADEC	1	Mayo	10.000.000	DDB	Impresos y publicaciones

ÁMBITO: Comunicación Corporativa
ESTRATEGIA: Marca Emvarias
Objetivo: Posicionar la marca Emvarias entre sus principales públicos de interés, posicionándola como una empresa sólida, innovadora, cálida, transparente, responsable y que aporta a la sostenibilidad de la ciudad.
Responsable: Jonathan Smith Álvarez

Grupo de Interés	Descripción actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Clientes y usuarios	Marcación puestos de atención al cliente	6	Abril - diciembre	2.000.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Kit: producción de piezas para la identidad de marca internas y externas: dummies, pendones, habladores, backing, material para stands, otros.	4	Abril	5.000.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Marcación Vehículos	10	Según demanda	40.000.000	DDB	Merchandising
Gente Emvarias	Identidad de marca en Sede Calle 30	1	Mayo Junio	33.000.000	Solugistik	Merchandising
Clientes/Comunidad	Identidad de marca en otros Puntos Naranja	6	Septiembre	10.000.000	DDB/Solugistik	Merchandising
Clientes y usuarios	Producción de souvenir: muñecos Linda Calle, Pepe, Cuadernos, Calendarios, Bolsas ecológicas.	300	Abril - diciembre	30.000.000	Solugistik/DDB	Merchandising
Clientes/Comunidad	Marcación y piezas de Soterrados Bolívar	10	Abril	12.500.000	Solugistik	Cultura ciudadana
Colaboradores	Indumentaria Corporativa	200	Abril	12.000.000	Solugistik	Cultura ciudadana
Clientes/Comunidad	Identidad de marca en planta de lixiviados	1	Abril/Mayo	6.000.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Inauguración Centro B	1	Abril	16.000.000	DDB	Pauta en Medios
Clientes/Comunidad	Marcación de contenedores de Nuevo Occidente	1	Julio- diciembre	10.000.000	Por definir	Cultura del aseo

Grupo de Interés	Descripción actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Clientes/Comunidad	Feria de Flores	1	Agosto	48.000.000	Solugistik	Cultura del aseo/ Merchandising
Colegas/Gremios	Participación en Andesco	1	Julio	0	N/A	N/A
Colegas/Gremios	Promover la participación de Emvarias en premios o reconocimiento del sector sanitario y ambiental	1	Según agenda de premios	3.000.000	DDB	Merchandising
Colaboradores	Celebración de los 55 años de la empresa	1	Septiembre	10.000.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Estrategia dirigida a segmento de clientes actuales	1	Septiembre	8.000.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Producir brochure de la empresa	1	Abril - Mayo	5.600.000	DDB	Merchandising
Clientes y usuarios	Estrategia informativa en sedes de servicio al cliente	1	Abril a diciembre	0	Producción interna	N/A
Proveedores y contratistas	Estrategias para el relacionamiento con proveedores: implementación ARIBA	1	Abril a Julio	0	Producción Interna	N/A
Proveedores y contratistas	Encuentro de proveedores y contratistas 2018	1	Noviembre	4.000.000	Solugistik	Pauta en medios
Dueños	Estrategia de cercanía y comunicación de logros a socios	1	Julio / Diciembre	0	Producción interna	Profesionales Comunicaciones
Grupo EPM	Acompañamiento en la Mesa RIC VP Comunicaciones	1	Enero a Diciembre	0	Producción interna	Profesionales comunicaciones
Grupo EPM	Participación en Encuentros de Comunicadores Grupo EPM	1	Enero a Diciembre	0	Producción interna	Profesionales de Comunicaciones

Grupo de Interés	Descripción actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Grupo EPM	Apoyo a la Campaña Mes del Agua	1	Marzo	5.000.000	Metanol /Solugistik	Pautas en medios alternativos
Grupo EPM	Campaña Día Mundial del Ambiente	1	Julio	1.486.000	DDB	Merchandising
Grupo EPM	Apoyo a la campaña Día de la Tierra	1	Mayo	0	Producción interna	Profesionales de Comunicaciones
Grupo EPM	Apoyo a la campaña navideña Grupo	1	Diciembre	2.000.000	Solugistik	Impresos y publicaciones

ÁMBITO: Comunicación Pública /Cultura del aseo/Comunicación educativa						
ESTRATEGIA: Medellín Territorio Naranja/ Cultura del aseo						
Objetivo: Movilizar entre la ciudadanía de Medellín prácticas que mejoren la gestión de los residuos sólidos en la ciudad, apelando a su compromiso y responsabilidad						
Responsable: Catalina González						
Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Comunidades/ Clientes.	Recuperación de puntos críticos e intervención comunitaria	3	Abril- Noviembre	15.000.000	Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades/ Clientes.	Linda Calle: Obras de teatro, itinerancias y talleres buena gestión de residuos	100	Marzo- Diciembre	200.000.000	La Acera del Frente	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades/ Clientes.	Masificación de información de horarios y frecuencias (Fijación de avisos con horarios en corredores principales y otras acciones por definir)	15	Abril - Noviembre	52.000.000	DBD/Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades/ Clientes.	Articulación estratégica con JAL, JAC, secretaría del medio ambiente, educación, inclusión social, movimientos o grupos sociales en territorio.	3	Abril - Noviembre	20.000.000	Solugistik	Cultura ciudadana del aseo

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Comunidades, Clientes	Acompañamiento social a los proyectos estratégicos que se tengan desde Emvarias: Soterrados, Puntos Naranja, Cajas compactadoras, Centro B, Ruta Recicla, alianza posconsumo, Santa Elena.	6	Abril - Noviembre	90.000.000	DDB / Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Articulación con el proceso de Educación al Usuario de EPM: <i>Por ti</i> (corrillos, puerta a puerta, hablando claro, día del cliente), Cuida mundos en tu colegio, Unidos por el Agua	8	Abril - Noviembre	15.000.000	DDB / Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Participación en eventos de ciudad: Buen Comienzo y Feria de las Flores	2	Agosto/ Septiembre	45.000.000	DDB/Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Acompañamiento a las UVAS	2	Abril- noviembre	2.000.000	Solugistik	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Campaña de comunicación pública con temas de escombros	1	Septiembre	10.000.000	DDB	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Acompañamiento a las acciones de servicios de aseo (Cambio de frecuencias y horarios, puntos críticos, fijación de avisos, otros)	15	Durante al año	13.325.918	Solugistik / DDB	Cultura ciudadana del aseo
Comunidades, Clientes	Relaciones con grupo de interés Estado	2	Durante al año	3.000.000	Solugistik / DDB	Impresos y publicaciones
Comunidades, Clientes	Desarrollo estrategia de intervención para la Cultura del aseo en Emvarias	1	Durante el año	200.000.000	Por definir	Cultura ciudadana

ÁMBITO: Comunicación informativa
ESTRATEGIA: Emvarias ¡Técnica, innovadora, y sostenible!
OBJETIVO: Informar a la ciudadanía, generar agenda informativa y responder a requerimientos de periodistas y medios de comunicación.
Responsable: Harrison Rentería

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Medios de comunicación y ciudadanía	Reportaría y redacción de noticias o boletines institucionales. Generación de contenidos institucionales	2	Enero - Diciembre	10.000.000	Producción interna / Metanol	Pauta en medios
Medios de comunicación y ciudadanía	Generación de Free Press. Búsqueda de espacios informativos para posicionar temas de interés de Emvarias Grupo EPM	1	2018	0	Producción interna	N/A
Medios de comunicación y ciudadanía	Monitoreo de temas de interés y noticias de Emvarias en medios de comunicación. Revisión de noticias y alertas relacionadas con Emvarias Grupo EPM	11	Enero - Diciembre	0	Producción interna con estudiantes en práctica	N/A
Medios de comunicación y ciudadanía	Atención a medios de comunicación y a requerimientos de periodistas. Responder a requerimientos de información, entrevistas y otros de medios de comunicación y periodistas.	Permanente	Enero - Diciembre	0	Producción interna	N/A
Medios de comunicación y ciudadanía	Generación de Pauta en medios tradicionales y Digitales. Pautar temas comerciales y noticiosos, así como campañas pedagógicas de Emvarias Grupo EPM en canales de comunicación tradicionales y Digitales.	1	2018	45.000.000	DDB/Metanol	Pautas en Medios

ÁMBITO: Comunicación digital
ESTRATEGIA: Emvarias Digital – Redes sociales
OBJETIVO: Informar oportunamente y posicionar la marca Emvarias a través de las redes sociales institucionales.
Responsable: Harrison Rentería

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Redes sociales						
Ciudadanía	Balance mensual de actividades	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	Estrategia de Cultura Ciudadana (Vox Pop)	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	30 Segundos Naranja	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	Tema noticioso o innovación de Emvarias	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	¿Sabías qué?	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	Salida #Puntos Críticos	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	Temas e información general Digital	32	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Ciudadanía	Estrategias/Campaña	1	2018	\$5'500.061.	Metanol	Pautas en Medios
Página web						
Ciudadanía/Estado	Contenidos web Redacción de boletines	Permanente	2018	7.000.000	Arkix	Diseño y estudios
Ciudadanía/Estado	Contenidos web Actualización Página Web	Permanente	2018	7.000.000	Arkix	Diseño y estudios
Ciudadanía/Estado	Estrategias Gobierno en Línea	Marzo - diciembre	2018	7.000.000	Arkix	Diseño y estudios
Ciudadanía/Estado	Elaboración de desarrollos a la medida	Mayo- diciembre	2018	30.000.000	Arkix	Diseño y estudios

ÁMBITO: Gobierno en Línea
ESTRATEGIA: Emvarias digital
OBJETIVO: Implementar la estrategia de Gobierno en Línea, la cual busca construir un Estado más eficiente, más transparente y más participativo gracias a las TIC.
Responsable: Marcela Viviana Patarroyo

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Implementar el componente de TIC para Servicios que "comprende la provisión de trámites y servicios a través de medios electrónicos, enfocados a dar solución a las principales necesidades y demandas de los usuarios y empresas, en condiciones de calidad, facilidad de uso y mejoramiento continuo.						
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Diligenciar el check list de Accesibilidad (NTC 5854). Validar el cumplimiento de la página web y los demás medios electrónicos con la NTC 5854	A necesidad	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Diligenciar el check list de Usabilidad (NTC 5854) Validar el cumplimiento de la página web de la NTC 5854, en relación con los trámites y servicios disponibles por medios electrónicos y los estándares establecidos para los sitios web	A necesidad	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Implementar el procedimiento documentado para la promoción de trámites y servicios electrónicos. Ejecutar las actividades establecidas en el procedimiento documentado	Según el procedimiento	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Levantar el inventario de formatos para trámites y servicios y recopilar los archivos para montarlos a la página web para descarga. A partir del inventario de trámites y servicios, definir aquellos para desarrollo en línea.	1	Marzo de 2018	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Inventariar certificaciones y constancias que otorgamos, tanto para usuarios internos como externos, identificando cuáles actualmente se pueden gestionar a través de medios electrónicos. Identificar cuáles son los desarrollos que deberían hacerse certificaciones y constancias en línea	1	Marzo de 2018	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Publicar y mantener actualizada la información básica y la establecida en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información pública, Ley 1712 de 2014.	1	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Implementar el componente de TIC para Gobierno abierto que "Comprende las actividades encaminadas a fomentar la construcción de un Estado más transparente, participativo y colaborativo en los asuntos públicos mediante el uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones."						
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Implementar el proceso plasmado en el documento "Metodología para la rendición de cuentas a través de medios electrónicos". Ejecutar las actividades establecidas en la metodología para la rendición de cuentas a través de medios electrónicos.	Según el procedimiento	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Implementar el plan de comunicaciones descrito en el documento "PROCEDIMIENTO DOCUMENTADO PARA LA IDENTIFICACIÓN, PUBLICACIÓN, DIFUSIÓN Y MONITOREO DE INFORMACIÓN DE DATOS ABIERTOS	Según el procedimiento	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Implementar el plan de participación por medios electrónicos, el cual busca promover la participación, conocer e involucrar a los usuarios en el quehacer público.	Según el procedimiento	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios

Grupo de Interés	Descripción de actividad a realizar	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Usuarios, ciudadanos y grupos de interés	Implementar la metodología planteada en el documento "METODOLOGÍA PARA CONOCER LA OPINIÓN DE LOS USUARIOS, CIUDADANOS Y GRUPOS DE INTERÉS, E INVOLUCRARLOS EN LOS PROCESOS DE TOMA DE DECISIONES ".	Según el procedimiento	Todo el año	\$ 5.215.000	Acompañamiento Implementación Gobierno en Línea	Honorarios

ÁMBITO: FORTALECIMIENTO COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN						
ESTRATEGIA: COORDINACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE LA COMUNICACIÓN						
Responsable: Tania Fernández y Daniela Londoño						
Grupo de Interés	Actividad/ Descripción de la actividad	Cantidad	Cronograma	Presupuesto	Contrato	Cuenta
Colaboradores comunicación/ administrativos	Gestión de los contratos de la coordinación	9	Durante todo el año	0	Coordinación de Comunicaciones	Recursos propios de la coordinación
Colaboradores comunicación/administrativos	Gestión del presupuesto asignado al área	Seguimiento mensual	Durante todo el año	0	Coordinación de Comunicaciones	Recursos propios de la coordinación
Colaboradores comunicaciones	Capacitar al equipo de comunicaciones en temas asociados a la operación	1	Agosto Octubre	1.000.000	Operador logístico	Cultura del aseo
Colaboradores comunicaciones/Directivos	Elaborar planes de mejoramiento entorno a las acciones de la Coordinación (Control Interno)	1	Septiembre	1.000.000	Operador logístico	Pauta en medios alternativos
Colaboradores comunicaciones	Diseñar e implementar sistemas de organización y sistematización	1	Agosto- Noviembre	2.000.000	Coordinación de Comunicaciones	Cultura del aseo
Colaboradores comunicaciones/Directivos	Elaborar y aplicar evaluaciones de pertinencia de los canales y contenidos	1	Abril	0	Coordinación de Comunicaciones	Recursos propios de la coordinación

	de la información con grupos de interés					
Colaboradores comunicaciones/Directivos	Elaborar los reportes para Transparencia por Colombia y Pacto-anticorrupción	3	Abril Agosto Noviembre	0	Coordinación de Comunicaciones	
Colaboradores comunicaciones/Directivos	Realizar planes de mejoramiento en torno a los resultados de la medición de la eficacia de la comunicación Emvarias	1	Abril	2.000.000	Coordinación de Comunicaciones	Pauta en medios alternativos

PLAN DE CONTRATACIÓN DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES 2018			
Objeto de la Contratación	Valor Presupuestado (Sin IVA)	Tipo de Solicitud	Posible contratista
Publicación de avisos en prensa	\$ 60.000.000	Renovación	El Colombiano
Prestación del servicio de jornadas lúdico educativas con el personaje institucional linda calle, en los diferentes escenarios de la comunidad de Medellín como parte de la campaña educativa y de sensibilización con respecto al manejo adecuado de los residuos y cuidado del medio ambiente.	\$ 193.227.307	Privada de única Oferta	La Acera del Frente
Prestación de servicios de operador logístico para implementación, producción, montaje, desmontaje y logística de eventos, dirigidos a clientes actuales y potenciales, colaboradores y demás grupos de interés de Emvarias	\$ 180.000.000	Renovación	Solugistik
Implementación, soporte y actualización de la página web	\$ 59.663.850	Privada de única Oferta	Arkix
Consultoría Gobierno en línea	\$ 41.720.000	Renovación	Marcela Patarroyo
Prestación de servicios profesionales de un comunicador social con énfasis en la comunicación corporativa, para la Coordinación de Comunicaciones	\$ 19.250.000	Privada de única Oferta	Jonathan Álvarez
Contratación de Medición de la reputación. Contrato con grupo EPM	\$ 31.932.773	Nueva	Adhesión EPM
Medición de la efectividad. Contrato con el grupo EPM	\$ 21.008.403	Nueva	Adhesión EPM
Promoción y educación cultura del aseo en la Ciudad de Medellín	\$ 168.067.227	Nueva	
Implementación de MI BITACORA	\$ 12.605.042	Nueva	Adhesión EPM
Fortalecimiento grupo operativo	\$ 33.613.445	Nueva	
Impresión de piezas gráficas - litografía	\$ 33.613.445	Nueva	
Prestación de servicios de agencia digital, registro audiovisual, diseño de piezas gráficas para la difusión y promoción de productos, servicios, eventos internos y externos de Emvarias.	\$ 42.016.807	Renovación	Metanol
Prestación de servicios de producción, diseño de conceptos creativos y asistencia en el desarrollo de estrategias y tácticas en campañas publicitarias y de comunicación comercial en los ámbitos de ATL, BTL y Digitales para la difusión y promoción de los productos y servicios de Empresas Varias de Medellín.	\$ 198.504.141	Privada de única Oferta	DDB