

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

1

**Elaborado
COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES
Y RELACIONES CORPORATIVAS**

Medellín, abril 2019.

Contenido

INTRODUCCIÓN	5
1. ANTECEDENTES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN EMVARIAS	6
2. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES EN EMVARIAS	8
Marca e identidad	8
Información	9
Cultura ciudadana del aseo	10
Entorno organizacional	10
Recursos de la Coordinación de Comunicaciones de Emvarias	11
Medios.....	11
Recursos humanos	12
Apoyos externos.....	12
Equipos.....	12
3. MARCOS DE REFERENCIA PLAN DE COMUNICACIONES DE EMVARIAS	13
1. Objetivos de sostenibilidad del Milenio.....	13
<i>Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.....</i>	13
<i>Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades</i>	13
<i>Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos.....</i>	13
<i>Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante.....</i>	13
<i>Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico</i>	13
<i>Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles</i>	14
<i>Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles</i>	14
<i>Objetivo 13: Acción por el clima</i>	14
<i>Objetivo 14: Vida submarina</i>	14
<i>Objetivo 15: Vida en la tierra</i>	14
<i>Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible.....</i>	14
2. Desde el Plan de Desarrollo de Medellín	14
<i>Dimensión estratégica creemos en la cultura ciudadana</i>	14
<i>Dimensión estratégica recuperando la seguridad y la convivencia ciudadana.....</i>	15
<i>Dimensión estratégica movilidad sostenible.....</i>	15
<i>Dimensión estratégica intervención integral del territorio y recuperación del centro.</i>	15
<i>Dimensión estratégica una apuesta de ciudad por el cuidado del medio ambiente</i>	16
3. En cuanto al Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Medellín.....	17

4.	El Direccionamiento Estratégico del Grupo EPM	17
5.	El Plan de Empresa Emvarias 2019-2022	20
	Reto 1. Infraestructura para la Sostenibilidad	20
	• Estación de Transferencia	20
	• Planta de Tratamiento de Lixiviados completa con fase 1 y 2:	20
	• Adecuaciones en el Relleno Sanitario	20
	Reto 2. Nuevo modelo de gestión de residuos sólidos	20
	• Rutas selectivas de reciclaje	20
	• Puntos Naranja y Punto Limpio	21
	• Contenerización	21
	• Contenedores soterrados.....	21
	• Adquisición de nuevos equipos.....	21
	Reto 3. Eficiencias operativas.....	21
	Reto 4. Desarrollo empresarial	21
	• Gestión comercial.....	21
	• Fortalecimiento de la cultura del control y gestión de planes de mejoramiento.....	21
	• Consolidación del modelo de abastecimiento Ariba.....	22
	• Gestión documental.....	22
	• Programa Gobierno Digital.....	22
	Reto 5. Sostenibilidad.....	22
6.	Modelo integrado de planeación y gestión pública, MIPG.	23
	Dimensión 2 MIPG - Direccionamiento estratégico y planeación.....	25
	• Plan anticorrupción	25
	Dimensión 3 MIPG Gestión con valores para el resultado.....	27
	• Servicio al Ciudadano:	27
	• Trámites y servicios difundidos	28
	• Participación ciudadana	28
	Rendición de cuentas	29
	Dimensión Información y comunicación.....	34
	• Transparencia y acceso a la información	34
	• Seguimiento acceso a la información pública	36
	• Conocimientos y criterios sobre transparencia y acceso a la información pública	36
4.	PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS.....	37

• Intención y propósito de la comunicación en Emvarias.....	37
• Política de Comunicación en Emvarias.....	38
• Enfoque de la Comunicación en Emvarias	38
• Tono de la Comunicación en Emvarias.....	38
• Ámbitos de la Comunicación en Emvarias	38
<i>Comunicación Organizacional</i>	39
<i>Comunicación Identidad Corporativa (marca)</i>	39
<i>Comunicación Pública/Cultura del aseo</i>	39
• <i>Componente Digital</i>	39
• <i>Componente Informativo</i>	39
• <i>Componente social y pedagógico</i>	39
<i>Coordinación y administración de la comunicación</i>	39
Objetivo del macro proceso de comunicación.....	40
Objetivo del macro proceso de comunicación.....	40
Objetivo del proceso de comunicación	40
Objetivo del proceso de identidad corporativa	40
Objetivo del proceso de relacionamiento.....	40
Objetivos operativos de comunicación	40
Estrategias y acciones de la comunicación en Emvarias	42
• <i>Estrategias y acciones de la Comunicación Organizacional</i>	42
• <i>Estrategias y acciones de la Comunicación Corporativa /Identidad de marca</i>	43
• <i>Estrategias de Comunicación Pública/Educativa: (Grupos de interés ciudadanía, comunidades e instituciones)</i>	43
• <i>Estrategias Componente Digital (Ciudadanía)</i>	44
• <i>Estrategias del componente de Comunicación informativa</i>	45
• <i>Estrategias de coordinación y administración de la Comunicación</i>	45
Matriz de actividades Plan de Comunicaciones de Emvarias	46

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se propone el plan de comunicaciones para Emvarias S.A.E.S.P. para el año 2019 y con alcance en algunos de sus componentes, para la vigencia actual del plan de empresa a 2022. El plan de comunicaciones parte de considerar los siguientes aspectos:

1. De las señales del contexto sobre las necesidades de comunicación que hoy se demandan de una empresa orientada a la gestión de residuos sólidos, y que se identifican a partir del análisis de los marcos de referencia y el contexto institucional.
2. De las iniciativas de inversión y desarrollo empresarial que están definidas en el plan de empresa para acometerse en el corto plazo durante el año 2019 y en el largo plazo a 2022, y que demandan acciones de comunicación para su ejecución.
3. De los retos institucionales que encaran las diferentes áreas de dirección de la empresa y que requieren del acompañamiento comunicacional en su abordaje.
4. De los compromisos normativos de las entidades de servicios públicos, orientadas a la transparencia institucional, la información pública y la atención a la ciudadanía.
5. De la evaluación del plan de comunicaciones 2018 y las acciones de mejoramiento derivadas de las auditorías internas.

5

El documento está estructurado de la siguiente manera:

1. Los antecedentes más inmediatos del proceso de planificación de la comunicación en Emvarias y la evaluación la ejecución del área de comunicaciones durante el año 2018, lo 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 durante el año anterior, para considerarlas en el plan de comunicaciones para el 2019.
2. Revisión de los marcos de referencia que se han establecido como pilares para la planificación de la comunicación en Emvarias y de los cuales se identifican las principales señales del entorno que nos permiten avanzar en la planificación.
3. Diagnóstico de la comunicación en Emvarias
4. Plan estratégico de comunicaciones en el que se contemplan la definición de enfoque, tono, objetivos estratégicos, acciones, presupuesto, plan de contratación, indicadores de proceso y acciones de seguimiento y evaluación.
5. Matriz operativa del plan de comunicaciones.

1. ANTECEDENTES DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN EN EMVARIAS

Emvarias S.A.E.S.P es la empresa que presta el servicio de aseo público en la ciudad de Medellín desde hace cincuenta y cinco 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, identidad corporativa, relacionamiento y desarrollo del componente de cultura ciudadana del aseo.

Desde el año 2016 se ha adelantado un ejercicio continuo de planificación de la comunicación institucional a partir de la elaboración del plan de comunicaciones, el cual es aprobado por el Gerente Jorge Lenin Urrego Ángel. De manera sintética, entre los principales hitos de evolución de la comunicación institucional de Emvarias en estos años, se destacan:

1. Se han definido los principales marcos de referencia para la comunicación de la entidad y los ámbitos y estrategias de trabajo, para lo cual se tomó como referente el Modelo de Comunicación Macro Intencionada de Bernardo Toro y el Modelo de Comunicación Intencionada propuesto por las comunicadoras Ángela de los Ríos y Liliana Vásquez en su experiencia en la alcaldía de Medellín.
2. Se realizó la documentación del proceso de comunicación de acuerdo al mapa de procesos del Grupo EPM, y paulatinamente se ha profundizado en la articulación con la Vicepresidencia de Relaciones Corporativas de EPM para acoger la política de comunicaciones, los lineamientos y metodologías de trabajo, y articularnos de manera más oportuna en acciones conjuntas, entre las que cabe destacar: las actividades de apropiación de la estrategia, las campañas comunicacionales con alcance de Grupo, la medición de la efectividad de la comunicación, entre otras acciones.
3. Se cualificó la contratación en la coordinación de comunicaciones con logros expresados en la administración contractual, la realización de las acciones planeadas, la optimización de los recursos, el relacionamiento con los proveedores, la ejecución del presupuesto y una mejor medición de los resultados.
4. Se cualificaron las actividades lúdicas pedagógicas con el personaje institucional Linda Calle, se creó un nuevo personaje institucional “Pepe” y se fortaleció la comunicación orientada a la cultura del aseo, mediante la implementación de campañas como YoMeComprometo, las Colchonadas, las Jornadas de Intervención Comunitaria y las acciones para la erradicación de puntos críticos; así mismo, se fortaleció la participación en eventos de ciudad como la Feria de las Flores y el Festival Buen Comienzo.
5. Se impulsó la incorporación de un esquema de educación y comunicación desde el componente de cultura del aseo, con un lenguaje que promueve la separación desde la fuente, la buena disposición de residuos sólidos, el aprovechamiento y la innovación en la prestación del servicio de aseo. Para ello, se consolidó el convenio de ejecución del componente de educación y cultura del aseo con la Fundación EPM, lo cual permite avanzar hacia un esquema de trabajo que posibilita instalar capacidades en los territorios sobre adecuada gestión de los residuos y, a su

- vez, responder a los compromisos estratégicos de la empresa durante el 2019 con una mirada articuladora e integral del trabajo de educación y cultura.
6. Se fortaleció la comunicación digital de Emvarias con la reactivación de las redes sociales. La comunidad digital crece de manera constante, en Facebook alcanzamos los 11.413 seguidores, en Twitter 6.349 seguidores, en Instagram 4.121 seguidores, y en YouTube 159 suscriptores.
 7. Se estableció el programa de Gobierno Digital que integra a las diferentes dependencias institucionales para la ejecución de los planes de acción establecidos, se cumple la norma y se contribuye con la transformación digital de la empresa, de la mano de TI y Gestión Operativa. Se logró actualizar el sitio web con criterios de accesibilidad, usabilidad y generación de nuevos contenidos.
 8. En cuanto a la generación de contenidos se fortaleció la promoción de servicios especiales como la recolección de escombros, la gestión de residuos posconsumo en los puntos limpios, y la campaña permanente de acompañamiento a la Ruta Recicla y a los contenedores soterrados. En términos de esfera pública institucional digital Emvarias es un actor en constante y de permanente presencia.
 9. En el ámbito de la comunicación pública y externa se han realizado tres 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); las campañas *la Feria florece más verde* y *la Feria florece sostenible* en la Feria de las Flores ambas orientadas al reciclaje; y la campaña para promover la Ruta Recicla con la que se buscó posicionar la nueva ruta de reciclaje en El Poblado y la sensibilización de los usuarios frente a la separación desde la fuente.
 10. Se apoyan los proyectos estratégicos de la Alcaldía de Medellín de transformación del centro de la ciudad, mediante acciones orientadas a promover el buen uso de los espacios públicos y una adecuada inserción de los contenedores soterrados en el paseo Bolívar, todo ello desde estrategias de sensibilización, información, capacitación y movilización
 11. Desde el punto de vista corporativo y de marca se consolidó una imagen asociada a atributos como sostenibilidad, servicio, e innovación mediante la aplicación de la identidad de marca en los diferentes equipamientos, sedes y actividades de la empresa en concordancia con el manual de identidad de la empresa.
 12. Se fortaleció la comunicación organizacional al realizar acciones para la apropiación de la estrategia, la gestión de los medios de comunicación internos, el acompañamiento transversal a las campañas y actividades de las áreas, y el trabajo permanente con Servicios Corporativos con lo que se potencia la confianza de los colaboradores y su sentido de pertenencia y acogida de las dinámicas institucionales.
 13. Con las áreas de Auditoría y Servicios Corporativos se realiza un trabajo sistemático y juicioso para entender y comunicar la estrategia de cultura del Grupo EMP a Emvarias, se estructuran contenidos y metodologías para las acciones de apropiación y difusión. A su vez, se acompaña el plan de trabajo para la transformación cultural, en la cual se debe avanzar en el 2019, según el plan de empresa y los lineamientos del direccionamiento estratégico del Grupo.
 14. Un hecho importante para el proceso de comunicación lo constituye la participación en dos procesos de auditoría interna - al plan de comunicaciones y al componente de aprovechamiento

de residuos sólidos-, en las cuales se señalan acciones de mejoramiento que harán parte importante de la planificación de comunicación de la empresa en el año 2019.

Los antecedentes que se mencionan resumen los avances que el proceso de comunicación ha venido adelantando en los últimos 3 años de gestión.

2. DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES EN EMVARIAS

Además de los elementos de antecedentes que se señalan es importante definir un punto de partida de la comunicación institucional para el año 2019. Si bien, durante el 2018 no se realizó una medición de la efectividad de la comunicación interna y Emvarias no desarrolla estudios propios de favorabilidad o lealtad, es importante reconocer algunas señales del entorno en cuanto a la percepción de la empresa tanto a nivel externo como interno.

8

Marca e identidad

En los aspectos de marca e identidad Emvarias es una institución querida y reconocida como una empresa tradicional, asociada con atributos como pasión, servicio y atención inmediata. Durante los últimos años se han promovido otros atributos que asocian la marca con temas como la sostenibilidad ambiental, la innovación, la economía circular, el aprovechamiento, y se exaltan criterios de calidad y cumplimiento en la prestación del servicio público y en los servicios especiales para gestión integral de residuos sólidos.

En las mediciones de satisfacción y favorabilidad de las entidades públicas realizadas por Medellín Cómo Vamos se pasó de un puntaje de 87% de percepción favorable con el servicio a 86%, rebajando un punto entre 2017 y 2018. Este resultado nos reta a desde el proceso de comunicaciones orientar las acciones de información y comunicación para que contribuyan al posicionamiento de la marca, la identidad de la empresa y el reconocimiento de los grupos de interés.

Para el año 2019 los retos en cuanto a la identidad de marca están asociados a:

1. Enmarcar temas de la marca en los ODS como una empresa vinculada al desarrollo sostenible y propósitos globales. Y aquí potenciar las campañas de Grupo EPM asociadas a medioambiente.
2. Continuar con la asociación a buen servicio, oportunidad y presencia permanente en la ciudad. Tener en cuenta territorios prioritarios asociados a proyectos estratégicos como las obras del centro de la ciudad (Playa por el sector de Junín, sostener soterrados en paseo Bolívar, sostenimiento de corredores verdes, contenerización de Nuevo Occidente, Ruta Recicla y Punto Naranja (posconsumo).
3. Fortalecer el posicionamiento de la marca asociado a reciclaje, separación desde la fuente, gestión de posconsumo y aprovechamiento.
4. Posicionar a Emvarias como una empresa comercial, orientada a los servicios especiales y más conectada con las necesidades del usuario y con productos y servicios de vanguardia.

5. Desde la marca promover a Emvarias como una empresa del Grupo EPM gestora de grandes iniciativas tanto de infraestructura como de innovación y tecnología en materia de residuos sólidos: Proyecto Estación de Transferencia, Planta de Lixiviados Fase II, Relleno Sanitario la Pradera (quema de gas, licenciamiento de nuevo vaso La Piñuela, ampliación del vaso Altaír, trabajo biótico y ambiental y gestión social).
6. Asociar desde la marca los diferentes mandatos de Gestión Pública, que se orientan a que las entidades se muestren orientadas al servicio a los ciudadanos, con acceso a sus trámites y servicios, a facilitar el acceso a información pública, transparentes en su gestión, proactivas frente a rendir cuentas y abrirse a la participación ciudadana en su gestión.
7. Toda la presencia de marca impecable: ello implica la marcación de las sedes de trabajo, de los equipos de la operación, la señalética, la indumentaria (uniformes de contratistas), formatos y plantillas corporativas. Para el año 2019 se plantea el reto de realizar la señalización y marcación de sedes y espacios de la Empresa la base de operaciones, la planta de lixiviados, los puntos de atención al usuario, entre otros espacios institucionales.

Información

En general Emvarias cuenta con una buena relación con los medios de comunicación, siendo mayor el porcentaje de noticias positivas publicadas por los medios sobre la empresa. En el año 2018 los temas sensibles fueron el conflicto laboral, que marcó presencia en medios hasta el mes de agosto, puntos críticos y escombros, y los temas asociados a reajuste de la facturación.

La tendencia mediática para el 2019 seguirá orientada a noticias positivas, asociada a proyectos e iniciativas de la empresa, innovación y sostenibilidad. La disposición final y el relleno sanitario se constituyen en temas importantes para los medios de comunicación, por el contexto de dificultades que se presenta en otros rellenos del país. 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 la accesibilidad a la información pública desde los canales digitales como la página web y las redes sociales.

Entre las tareas pendientes está el relacionamiento con medios comunitarios en las zonas de prestación del servicio público, la formación en vocería para directivos y profesionales técnicos que en oportunidades se constituyen en validadores de la información, para promover y fortalecer buenas prácticas de relacionamiento con los medios de comunicación. Es importante también avanzar en la implementación del PADEC en un simulacro específico de información y relacionamiento, en el caso eventual de una contingencia en la que se vea afectado el proceso de recolección y transporte y se requiera movilizar en la ciudadanía la contención de los residuos en sus hogares o sitios de trabajo.

Cultura ciudadana del aseo

En el componente de cultura ciudadana del aseo se han diversificado las estrategias, de manera que además de las jornadas pedagógicas con el personaje Linda Calle y el nuevo personaje Pepe, se desarrollan actividades como jornadas de sensibilización comunitaria, erradicación de puntos críticos, presencia en eventos de ciudad, alianzas interinstitucionales, entre otras.

Por otra parte, se formalizó un convenio con la Fundación EPM para contar con un equipo de profesionales y tecnólogos, que nos permitan fortalecer las acciones en las comunidades y realizar actividades de promoción de la cultura del aseo, teniendo en cuenta criterios de carácter territorial, cultural y de medición de impactos, y tener trazabilidad de la presencia de la empresa en las zonas de prestación del servicio.

10

En este componente se ha observado un fortalecimiento, que debe seguir en la senda del mejoramiento, con acciones como:

1. Generar una dinámica de articulación de las acciones de sensibilización comunitaria que realizan desde la operación (con el Comité de Ornato y Aseo de la Secretaría de Medioambiente, la Secretaría de Gobierno y Convivencia, Juntas de Acción Comunal, entre otros) de manera que se pueda consolidar toda la ejecución en un mismo sistema de información.
2. Realizar un acompañamiento estratégico e integrador de los diferentes componentes de acciones de cultura del aseo, de manera que se optimicen los recursos que se tienen desde la empresa.
3. Fortalecer las relaciones de coordinación y trabajo conjunto entre Emvarias y otras de las organizaciones e instituciones de la ciudad, que conforman el sistema de gestión de residuos de Medellín y otras entidades públicas y privadas que promuevan acciones asociadas con educación ambiental y sostenibilidad.
4. Hacer seguimiento a los requerimientos normativos en materia de información pública, campañas educativas, publicaciones y otros compromisos en materia de cultura ciudadana que debemos cumplir en Emvarias en el componente de cultura del aseo.

Nuestro reto en el 2019 es lograr operar más estructuradamente 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 la ciudad y ésta conozca como separar y como contribuir con una ciudad que separa sus residuos y recicla más.

Entorno organizacional

La comunicación organizacional de Emvarias tiene como base fundamental propiciar 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.

En los últimos años se avanza de manera significativa en este ámbito, se logra hacer parte del proceso de planeación y ejecución del plan de comunicación de Grupo EPM, fortalecer los espacios de conversación con el área de Servicios Corporativos como apoyo transversal para implementar

procesos de transformación cultural y favorecer la apropiación de temas estratégicos solicitados por la Junta como el Código de Ética, el Manual de Conducta Empresarial, los Modelos de Actuaciones y Evaluación del desempeño, entre otros. También se avanza en el rediseño de la plataforma de medios internos de la Empresa y que éstos recojan y visibilicen las opiniones de los colaboradores y sean más oportunos. Igualmente se fortalece el componente de gestión del cambio, en acompañamiento a Servicios Corporativos, para facilitar la adopción e implementación de innovaciones, nuevos aplicativos, orden y aseo en las diferentes sedes, entre otros procesos.

Para el 2019 algunos de los retos que se plantean para la comunicación organizacional son:

11

1. Generar un proceso de alineación estratégica de los colaboradores en torno al Direccionamiento Estratégico y el Plan de Empresa. Este es uno de los propósitos principales y del que se deben desprender las bases de las acciones de comunicación a nivel interno.
2. Continuar el proceso de promoción, adopción y apropiación de la transformación cultural conectando la misma con los servicios de la empresa, el aporte del rol del colaborador al logro de los objetivos estratégicos, el reconocimiento de los principales proyectos e iniciativas, entre otros aspectos.
3. Promover y apoyar al área de Servicios Corporativos en el fortalecimiento del liderazgo y las capacidades de conversación de los líderes y los colaboradores.
4. Facilitar el conocimiento de normas de trabajo, reglamentos, lineamientos que den claridad frente a su rol a los colaboradores.
5. Ejecutar campañas corporativas requeridas por las áreas: promoción del control interno, difusión de temas asociados a riesgos, Plan Estratégico de Seguridad Vial, difusión del PADEC, eventos con las áreas de mantenimiento, adecuación de espacio en las oficinas del RSLP, entre otros.
6. Continuar el fortalecimiento de medios de comunicación, migrando cada día hacia un sistema de medios integral, eficiente, oportuno, entretenido y funcional para los colaboradores.
7. Un reto muy importante es innovar en medios de comunicación internos y acoger la digitalización y la interactividad, reto en el que se viene aportando con el personal administrativo, pero que, con el personal operativo, es aún un trabajo por emprender.
8. 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 la 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 definen la caracterización y objetivos a trabajar con los grupos de interés.

Otros de los aspectos que ayudan a dimensionar la comunicación en Emvarias son los recursos con los que cuenta la coordinación:

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
- Boletín electrónico Emvarias te Cuenta

- Resumen semanal La Fuerza Naranja (Digital)
- Redes sociales Twitter, Facebook, Instagram, YouTube
- Página web

Potenciales:

- Sistema de audios en las sedes
- Sistema de pantallas digitales
- WhatsApp

Recursos humanos

- Coordinadora: Comunicadora social Magister en Ciencias Sociales.
- Comunicador organizacional y corporativo.
- Comunicador social – periodista, especialista en Investigación encargado del ámbito de comunicación digital/externo (página web, redes sociales, atención a medios de comunicación).
- Comunicadora audiovisual profesional de apoyo a la comunicación digital.
- Negociadora internacional con especialización en Responsabilidad Social Empresarial encargada del ámbito de cultura ciudadana del aseo.
- Publicista encargado del componente transversal de Diseñador Gráfico
- Administradora de empresas encargada de los procesos de contratación, presupuesto, producción y temas administrativos de la Coordinación.
- Practicante de comunicación social como apoyo a la comunicación organizacional
- Practicante de diseño gráfico como apoyo transversal a los diferentes ámbitos de comunicación.
- Ingeniera de sistemas con maestría en desarrollo, consultora en Gobierno Digital.

Apoyos externos

- Contrato El Colombiano para publicación de avisos de ley
- Contrato agencia Metanol para diseño y producción de piezas para comunicación digital
- Contrato agencia Arkix para la actualización y soporte a la página web
- Contrato operador logístico Solugistik montaje de eventos y logística en general.
- Contrato agencia 7x24 para producción litográfica y gran formato
- Contrato agencia de teatro corporativo La Acera del Frente para operar Linda Calle
- Convenio con la Fundación EPM para operar la estrategia de cultura del aseo
- Contrato de agencia Tele Medellín para campañas internas y externas de comunicación e intermediación de pauta.

Equipos

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

3. MARCOS DE REFERENCIA PLAN DE COMUNICACIONES DE EMVARIAS

Para el proceso de comunicación en Emvarias se consideran como marcos de referencia los siguientes: Objetivos de Sostenibilidad del Milenio, El Plan de Desarrollo de Medellín, El Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Medellín, el Direccionamiento Estratégico del Grupo EPM, el Plan de Empresa de Emvarias 2019-2022, los componentes del Modelo Integrado de Planeación y Gestión del Departamento de la Función Pública -MIPG, el cual debe ser acogido por todas las organizaciones de servicio público. De estos marcos de referencia se sintetizan señales del entorno que son acogidas para la definición de las estrategias y acciones del plan de comunicaciones.

13

1. *Objetivos de sostenibilidad del Milenio*

Estos son sin duda el marco filosófico de más amplio alcance para las entidades dedicadas al desarrollo humano y comprometidas con la sostenibilidad, por ello, Emvarias tiene el reto de contribuir con el logro de los mismos al integrarlos en sus iniciativas, y de esta manera, hacer parte de un entorno empresarial global más equitativo, incluyente y que fomenta sociedades prósperas.

Entre los objetivos de sostenibilidad a los que la acción misional de Emvarias contribuye están:

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo. En relación con la misión de Emvarias al ser esta una empresa de servicios públicos vitales, el servicio de aseo debe propender por estar al alcance de toda la ciudadanía, en condiciones de equidad e igualdad para las personas sin distinción de su condición socioeconómica.

Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades. En consonancia con la misión de la empresa, Emvarias promueve una adecuada gestión de residuos sólidos en los hogares y en los espacios públicos urbanos y rurales, aspecto fundamental de la salud pública. A su vez, señala para la empresa, que sus procesos de recolección, transporte y disposición final de residuos deben ajustarse a los requerimientos normativos y técnicos necesarios para reducir la contaminación del agua y el aire, fundamentales para la vida de los entornos naturales y humanos.

Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua, su gestión sostenible y el saneamiento para todos. Hoy el agua potable se presenta como uno de los activos más importantes de los pueblos. Con las acciones de saneamiento que implica la adecuada Gestión de los residuos sólidos, y su acción en la movilización y disposición de residuos peligrosos, Emvarias contribuye a que los vertimientos en las fuentes de agua estén ajustados a la norma.

Objetivo 7: Energía asequible y no contaminante. Para Emvarias constituye un reto la búsqueda de alternativas en el corto, mediano y largo plazo de alternativas de generación de energía limpia, mediante tecnologías que permitan la producción de éstas en diferentes momentos de la cadena de valor de la gestión integral de residuos sólidos.

Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico. Emvarias contribuye mediante la generación de empleo, oportunidades y emprendimientos en relación con la gestión de los residuos sólidos, en los que se promueva la igualdad de género, la inclusión social y el trato justo.

Objetivo 11: Ciudades y comunidades sostenibles. Es una meta de las naciones unidas propender porque cada vez haya menos impactos ambientales negativos generados por el progreso en las ciudades, en este sentido, la acción de Emvarias contribuye de manera directa en la creación de condiciones adecuadas para el desarrollo, las oportunidades y una mejor calidad de vida en la ciudad, y en la disminución de los impactos negativos de su operación, no solo para en ambiente sino también a nivel social.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Como empresa Emvarias es también una organización que consume y utiliza recursos, por ello se ve abocada con mayor responsabilidad a establecer prácticas eficientes, con un enfoque sostenible, que se transversalizen en los diferentes procesos de trabajo y se promuevan entre su red de colaboradores, aliados y usuarios de sus servicios.

14

Objetivo 13: Acción por el clima. Medellín y el área metropolitana del valle de Aburrá en donde Emvarias realiza su operación, no están exentas de los efectos del cambio climático, por ello, emplear estrategias y usar tecnologías que disminuyan las emisiones de gases de efecto invernadero es un imperativo para la empresa.

Objetivo 14: Vida submarina. Si bien Emvarias no realiza labores directamente con influencia en ecosistemas marítimos, la gestión de los residuos sólidos de manera adecuada, la separación desde la fuente, la recolección de residuos posconsumo, y los mensajes asociados a evitar la generación de residuos y evitar el uso del plástico de un solo uso son contribuciones ambientales que de acogerse impactan las fuentes de agua y los océanos.

Objetivo 15: Vida en la tierra. La labor que Emvarias realiza en las acciones de disposición final, mediante la gestión de rellenos sanitarios, tiene un impacto directo sobre zonas de bosque en las que se encuentran especies vegetales y animales, por ello la empresa realiza con suma rigurosidad el inventario de dichas especies y toma las medidas propias para su protección y salvaguarda.

Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles. Al ser una Empresa que presta servicios públicos, Emvarias se debe al respeto y fortalecimiento del Estado de derecho, al respeto por las normas, la defensa de la legalidad y la promoción de la participación ciudadana desde y en su quehacer. En esa medida se justifican las acciones que promueven la transparencia, el control interno, y el compromiso anticorrupción.

2. Desde el Plan de Desarrollo de Medellín

El Plan de Desarrollo de la ciudad involucra múltiples líneas estratégicas, programas e iniciativas que de manera transversal o directa se relacionan con la labor que Emvarias realiza como entidad prestadora del servicio público de aseo. Algunas de las líneas definidas en el Plan de Desarrollo con las cuales Emvarias se ve identificada son:

Dimensión estratégica creemos en la cultura ciudadana. En la medida en la que la gestión adecuada de los residuos sólidos de la ciudad, requiere de comportamientos ciudadanos adecuados como el cumplimiento de los acuerdos de horarios, frecuencias y lugares de presentación, de manera que se vean afectados de manera positiva aspectos como la convivencia, la seguridad, y la salubridad de

los espacios públicos urbanos, ya que los espacios públicos libres de residuos sólidos contribuyen con la percepción de presencia institucional, cuidado y atención, sana convivencia y seguridad¹.

Desde el Plan de Desarrollo también se apuesta por una gestión transparente desde las instituciones, fortaleciendo la confianza ciudadana en la gestión institucional, en los funcionarios públicos y en la satisfacción con la oferta de servicios, en ese sentido se establece una meta de satisfacción entre el 87% y el 88% (PDM, 2019:92). Emvarias como parte de las entidades que contribuyen a la gestión pública se apega también a los criterios de transparencia.

Se propone también la realización de acciones de rendición de cuentas permanentes, en las cuales se informe sobre el cumplimiento de los compromisos públicos, la gestión administrativa y se propicie la interacción con la ciudadanía (PDM, 2019:93). En esa medida, se establece también programas de comunicación pública que fortalezcan los niveles de información a la ciudadanía, y al interior de las organizaciones se fortalezca la cultura del control, las actuaciones basadas en la ética, la transparencia y se eviten los actos de corrupción. Se propone como meta un índice de transparencia de 80 (PDM, 2019:96). Se incluyen también en este apartado el programa de Gobierno Digital, el cual busca acercar al ciudadano a todos los trámites y servicios públicos mediante el uso de las TIC.

15

Dimensión estratégica recuperando la seguridad y la convivencia ciudadana: si bien no se plantea una acción específica de responsabilidad de Emvarias, se asume el objetivo de contribuir con espacios públicos para el disfrute de la ciudadanía, en donde se procure la integración y la inclusión, en condiciones agradables y de seguridad, a su vez, que se propongan comportamientos de apropiación y cuidado de los espacios públicos y sus equipamientos (PDM, 2019:93), dado que Emvarias trabaja de manera articulada con las diferentes dependencias que hacen presencia en los territorios, y se encarga del cuidado y aseo de espacios como plazoletas y parques. Por ello, asume también contribuir en la difusión del código de policía, en los aspectos relacionados con la gestión de residuos sólidos.

Dimensión estratégica movilidad sostenible. Si bien no se especifica en el Plan de Desarrollo una responsabilidad directa de Emvarias, la empresa continua con una política de transportes a gas para contribuir a la calidad del aire en la ciudad; a su vez, se interesa en el desarrollo del tren de cercanías, ya que dicho proyecto está asociado al transporte de residuos sólidos hacia Pradera, acción que en el futuro implicará la articulación operativa de la empresa mediante la Estación de Transferencia de residuos sólidos.

Dimensión estratégica intervención integral del territorio y recuperación del centro. En el ámbito estratégico orientado a la intervención integral del territorio, el cual tiene como objetivo el cumplimiento de las orientaciones estipuladas en el POT, se especifican como aspectos que tienen que ver con Emvarias, la planeación de acciones que de manera integral permitan el acceso a los servicios públicos de calidad, lo que incluye el servicio de aseo; el mantenimiento y conservación espacios públicos de encuentro y esparcimiento; una acción para fortalecer la calidad de vida de los habitantes de zonas rurales y los corregimientos, en específico el proyecto mi corregimiento limpio

¹ Alcaldía de Medellín. Plan de Desarrollo de Medellín 2016-2019 Medellín cuenta con vos. Línea 1 Creemos en la cultura ciudadana p. 59. Medellín, 2016.

(313); la atención al espacio público atendiendo el mantenimiento de las zonas verdes nuevas y existentes; y 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 instaló en el 2018 contenedores soterrados), la ampliación de andenes en la Avenida La Playa y la zona peatonal de Junín, entre otras áreas del centro (322).

Dimensión estratégica una apuesta de ciudad por el cuidado del medio ambiente. Reto Medellín ciudad verde y sostenible. En el contexto de esta dimensión se plantea:

16

Medellín tiene enormes retos en cuanto al manejo de residuos sólidos y líquidos. Hasta el momento se han desarrollado estrategias para fomentar la cultura ambiental en el manejo integral de residuos sólidos, pero este proceso es aún muy débil y persiste la inadecuada separación en la fuente, el bajo reconocimiento de los recuperadores en la cadena de aprovechamiento y las pocas acciones de producción y consumo sostenible. De igual manera se encuentran dificultades en el aprovechamiento eficiente de residuos sólidos, debido a la falta generalizada de visión sobre su potencial económico y la baja implementación de tecnologías en economía de escala para la ciudad.

Actualmente se producen más de 8.000 toneladas diarias de escombros, esta cifra excede incluso la de residuos ordinarios (2.250 ton/día). Una alta cantidad de estos residuos se podría aprovechar para reutilizar, reciclar o convertir en nuevos productos; sin embargo, el porcentaje de recuperación aún sigue siendo muy bajo, menor al 15%. (SMA, 2015 citado en PDM, 2016:345)

Específicamente en el programa de gestión de residuos sólidos se establecen indicadores y metas para:

- Las toneladas dispuestas en el relleno sanitario
- La intervención en puntos críticos apoyados con la gestión institucional
- La cobertura en los kilómetros barridos
- El cumplimiento del PGIRS haciendo acuerdos de desarrollo estratégicos para la innovación y tecnología en la gestión de los residuos sólidos (valorización de residuos).
- La gestión de las zonas verdes objeto de corte y de los individuos arbóreos ubicados en vías y áreas públicas.
- La promoción e incentivos al aprovechamiento de los residuos sólidos.
- Posicionamiento de la labor de los recicladores en el municipio.
- Implementar un modelo operativo y tecnológico que garantice la gestión de los residuos especiales: los peligrosos, los residuos de construcción y demolición, entre otros.
- El desarrollo de estudios que permitan determinar la ubicación de sitios estratégicos para la gestión integral de los residuos sólidos ordinarios, en caso de una contingencia para el relleno sanitario La Pradera; sitios que para la gestión de residuos sólidos aprovechables como las estaciones de clasificación y aprovechamiento (ECA), gestión de residuos peligrosos y la transformación de residuos de la construcción y demolición como CATES y escombreras; además sitios para aprovechamiento de orgánicos, entre otros.
- En cuanto al acceso y a la cobertura del servicio de aseo en predios residenciales se establece una línea de base de 89,50 y una meta del 91,00
- Con relación a la articulación interinstitucional se plantea realizar intervenciones ambientales integrales, que aportan a la sostenibilidad y en las que se promueva la apropiación por parte de

la comunidad, [...] y se vinculen las dependencias de la administración municipal, para que desde su misión mitiguen y prevengan posibles impactos ambientales para la ciudadanía.

3. En cuanto al Plan de Gestión de Residuos Sólidos de Medellín

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.

17

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.

Por otra parte, desde el componente tarifario del servicio y el marco regulatorio contenido en la resolución CRA 720 de 2015, se define un valor del pago efectuado por los usuarios (\$80), para la realización de actividades informativas (publicación periódica de tarifas) y para la realización de campañas para promover la cultura ciudadana del aseo, acciones que se realizan desde la coordinación de comunicaciones de Emvarias por solicitud del área de Gestión Operativa.

4. El Direccionamiento Estratégico del Grupo EPM

El Direccionamiento del Grupo EPM es, sin lugar a dudas, uno de los marcos de referencia más importantes para la planificación de la comunicación en Emvarias, pues éste define los atributos más fuertes a los cuales debe apuntar el posicionamiento de Emvarias hacia sus grupos de interés y sus audiencias, tanto para la comunicación externa como interna con los colaboradores.

Si bien durante los años 2016, 2017 avanzamos en la comprensión del direccionamiento del Grupo y en la integración con la dinámica de comunicación del Grupo, durante el 2018 la contingencia del proyecto hidroituango movilizó las agendas que se tenían diseñadas, y a su vez, motivó el ajuste del dimensionamiento estratégico del Grupo, estableciendo cambios en los imperativos estratégicos y en el mapa de objetivos.

En ese sentido, los aspectos del direccionamiento estratégico de EPM que impactan a Emvarias son:

El propósito del Grupo:

Como parte del Grupo EPM, buscamos permanecer en el tiempo mediante la contribución al desarrollo de territorios sostenibles y competitivos, generando bienestar y desarrollo con equidad en los entornos donde participamos, a través del desarrollo de proyectos de infraestructura y de la oferta a nuestros clientes y usuarios con soluciones en gestión de residuos sólidos, complementadas por medio de acuerdos empresariales, con servicios de las tecnologías de la información y las comunicaciones –TIC, mediante una actuación empresarial que armonice los resultados financieros, sociales y ambientales.

Los imperativos estratégicos, específicamente:

- Orientación prioritaria a la eficiencia y optimización de las operaciones garantizando la seguridad, la eficiencia, la calidad y el cumplimiento de la promesa de valor al cliente/usuario.

Contribución al logro de los objetivos estratégicos:

- Generación de valor:
 - *Incrementar valor para los Grupos de Interés.* Incrementar la rentabilidad de los mercados y negocios nuevos y actuales, generando valor a los grupos de interés y manteniendo un equilibrio financiero, social y ambiental.
- Clientes y mercados:
 - *Crecer en mercados y negocios.* Atender de forma sostenible el crecimiento orgánico como respuesta a las necesidades del mercado y a los requerimientos normativos, en donde tiene presencia el Grupo EPM y desarrollar nuevos negocios e iniciativas que se prioricen.
 - *Armonizar las relaciones con los grupos de interés externos.* Gestionar relaciones para cuidar y restaurar la confianza entre el Grupo EPM y sus grupos de interés, en el desarrollo de temas en materia económica, social y ambiental priorizados entre dichos grupos y el Grupo EPM.
 - *Atender integralmente al cliente/usuario entregando servicios con calidad.* Atender integralmente al cliente/usuario, cumpliendo con los estándares técnicos y comerciales y propendiendo por su mejoramiento continuo.
- Operaciones:

- *Asegurar el flujo de caja requerido.* Garantizar la disponibilidad permanente de liquidez a través de recursos provenientes de desinversiones, gestión de la deuda, ingresos de negocios actuales, gestión del capital propio y otras fuentes, de modo que permita atender de forma suficiente y oportuna las necesidades operativas y de inversión, el servicio de la deuda y las transferencias al Municipio de Medellín.
- *Evaluar y gestionar la seguridad operacional.* Realizar un diagnóstico, estructurar y ejecutar un plan de trabajo que permita desarrollar los procesos productivos con criterios de seguridad, disponibilidad y confiabilidad, velando por el bienestar de nuestra gente, las comunidades, el medio ambiente y la conservación de los activos.
- *Optimizar los procesos.* Optimizar los procesos, sus costos y gastos, mediante la racionalización de actividades, la transformación digital y el fortalecimiento del control presupuestal.
- *Optimizar el desarrollo de proyectos.* Desarrollar proyectos en todo el ciclo de vida con criterios de costo eficiencia, incluyendo los aspectos técnicos, económicos, sociales y ambientales, con una visión integral del territorio y cumpliendo con las expectativas establecidas de tiempo, costo y alcance. Este objetivo incluye la recuperación y puesta en operación del Proyecto Hidroituango.
- Aprendizaje y Desarrollo
 - *Desarrollar las capacidades organizacionales.* Asegurar el nivel de desarrollo requerido de las capacidades organizacionales, integrando acciones en las dimensiones de arquitectura empresarial (personas, estructura, procesos, tecnología e información). Especial énfasis en dos aspectos: Transformación digital y gestión de proyectos.
 - *Transformación de la cultura organizacional.* Lograr la transformación cultural a partir de las conversaciones entre las personas, con el fin de generar corresponsabilidad para el logro de los propósitos organizacionales haciéndose cargo del propio estar y actuar en la organización.

En las acciones:

- Contribución en la continuidad de las iniciativas de Visión 2025 priorizadas para Gestión de Residuos Sólidos (Estructuración e implementación de líneas de negocio viables para el crecimiento del negocio de residuos sólidos a través de: rellenos sanitarios, reciclaje, residuos peligrosos y residuos de construcción y demolición. Así mismo, definir la configuración tecnológica para la valorización de residuos no separados en fuente).

Por otra parte, desde el proceso de comunicación del Grupo EPM se desarrollan iniciativas empresariales con alcance para todas las filiales, como: celebración del Día del Agua, celebración del Día de la Tierra, celebración del Día Mundial del Medio Ambiente, participación en los medios de comunicación del Grupo como el boletín Agruparte, activación en las iniciativas de cambio y

cultura, estrategias de relacionamiento con el grupo de interés Estado, articulación con el ecosistema digital, gestión de marca, apalancamiento del direccionamiento estratégico, promoción de relaciones de confianza y colaboración entre colaboradores, entre otras iniciativas de transferencia de conocimientos desde el Grupo EPM.

5. El Plan de Empresa Emvarias 2019-2022

En el 2018 Emvarias logró actualizar la formulación del plan de empresa, el cual traza la ruta estratégica de la empresa para dar cumplimiento al direccionamiento del Grupo EPM en material de gestión de residuos sólidos. Entre los aspectos más relevantes del plan de empresas y que requieren acciones específicas desde comunicaciones están:

20

Reto 1. Infraestructura para la Sostenibilidad. Desarrollo de proyectos e iniciativas encaminados al logro de una operación dinámica, innovadora y sostenible.

- **Estación de Transferencia:** acompañamiento comunicacional en los diferentes ciclos del proyecto. Inicialmente en el primer trimestre apoyo en el proceso de aprobación del acuerdo 166 de 2018, que aprueba el lote para la construcción del proyecto. Y posterior a este hito, aplicar la guía de comunicaciones para proyectos de infraestructura del Grupo EPM, que por ser este un proyecto de inversión de la empresa orienta y direcciona la ejecución del componente comunicacional.
- **Planta de Tratamiento de Lixiviados completa con fase 1 y 2:** Desde el punto de vista comunicacional la planta de lixiviados requiere de varios componentes, por una parte, la identificación de marca en toda la planta; en segundo lugar, la elaboración de contenidos para generar información sobre ésta en los medios de comunicación internos, y para medios de comunicación externos; posiblemente evento de inauguración o reinauguración.
- **Adecuaciones en el Relleno Sanitario:** entre estas iniciativas están las adecuaciones de vaso Altaír, las nuevas oficinas administrativas, el nuevo restaurante, el aula ambiental. En estas iniciativas se requiere: 1. Generación de contenidos para los medios internos y para los medios de comunicación externos; 2. Marcación de los nuevos espacios; 3. Montaje del aula ambiental y la propuesta de manejo de ésta; 4. acompañamiento de orden y aseo en las nuevas oficinas; entre otras actividades.

Reto 2. Nuevo modelo de gestión de residuos sólidos. Consolidación de iniciativas de innovación en la prestación del servicio, que apuntan a nuevas prácticas de gestión de los residuos incorporando la separación desde la fuente.

- **Rutas selectivas de reciclaje:** Durante el año 2019 se continuará fortaleciendo el componente de aprovechamiento en nuestra operación. Se consolida la Ruta Recicla en la Comuna 14 El Poblado, ajustando los cambios operativos implementados, ampliando el alcance de la nueva operación en otros sectores aledaños como el parque Lleras y Lalinde; se evaluarán nuevas rutas selectivas en el centro de la ciudad y en laureles. Además del componente comercial asociado a las labores de aprovechamiento como la estrategia con segmento domiciliario y con incentivos con la tarjeta Somos y la promoción del reciclaje en las labores de barrido y en los eventos de ciudad como Feria de las Flores.

- **Puntos Naranja y Punto Limpio:** además de seguir apoyando la alianza Grupo Retorna Andi para los posconsumo, las iniciativas para promocionar la entrega de material en los puntos existentes, y la activación comunitaria de los puntos, se tiene prevista la instalación de 4 nuevos contenedores, que requerían de material educativo, promoción en redes sociales y activaciones comunitarias para su posicionamiento.
- **Contenerización:** para el año 2019 se tiene prevista la contenerización de Nuevo Occidente, ello implica para el equipo de comunicaciones todo el acompañamiento en la parte de educación e implementación operativa del proyecto, desde el componente de cultura ciudadana del aseo; y el acompañamiento en generación de contenidos a nivel digital e informativo, con la gestión de medios comunitarios y masivos, y la gestión de información para la socialización al interior de la empresa del proyecto.
- **Contenedores soterrados:** durante el 2017 y el 2018 Emvarias instaló 12 sistemas soterrados en el corregimiento de San Antonio de Prado y en los nuevos espacios públicos de la Avenida Bolívar, en el centro. Para este año es importante realizar acciones de seguimiento y refuerzo a la información a la ciudadanía para que los use adecuadamente y se eviten daños en estos sistemas.
- **Adquisición de nuevos equipos:** los nuevos equipos necesitarán aplicación de marca.

Reto 3. Eficiencias operativas. Son una serie de acciones que buscan rentabilizar, es decir, volver más eficientes nuestros servicios y la prestación de la operación, mediante el desarrollo de diferentes iniciativas. Esto incluye: implementación de acciones orientadas a la optimización de costos en actividades de procesos de barrido, limpieza, disposición final y pesaje de residuos de zonas verdes. Así mismo, aumentar en ingresos por tratamiento de lixiviados y diseño e implementación de una planta para tratamiento de biogás para generación de energía. Por lo pronto no se ha definido acciones de acompañamiento desde comunicaciones para este reto.

Reto 4. Desarrollo empresarial. Desarrollo de fortalezas técnicas y administrativas necesarias para el logro de resultados. De las diferentes iniciativas organizacionales incluidas en este reto, se requiere acompañamiento de comunicaciones en las siguientes:

- **Gestión comercial.** Se tienen identificadas las siguientes necesidades: 1). Publicación de CCU y piezas de identidad de marca en los canales de atención presencial al usuario. 2). Estrategia de comunicación para segmento domiciliario de la Ruta Recicla. 3). Acompañamiento en el diseño gráfico y comunicacional del portafolio de servicios digital. 4) Acompañamiento en la estrategia de relacionamiento con clientes de disposición final para informar sobre el cambio en el sistema de pesaje del relleno sanitario. 5) Promoción del servicio de ruta de residuos peligrosos.
- **Fortalecimiento de la cultura del control y gestión de planes de mejoramiento.** Esta actividad nos convoca en dos niveles, por una parte, en **la realización de acciones** de capacitación, *promoción y afianzamiento de la cultura del control*, como apoyo al área de Auditoria; y por otra parte, desde la gestión administrativa de la comunicación, somos responsables de la *implementación de acciones de mejora*, tanto del quehacer de la coordinación como de acciones

derivadas de otros procesos de la organización (aprovechamiento, relacionamiento con grupos de interés, MIPG, transparencia, entre otros)

- **Consolidación del modelo de abastecimiento Ariba.** Igualmente nos implica desde los aspectos de *soporte en los que acompañamos al área de suministros en el diseño de los planes de relacionamiento con proveedores* y con los colaboradores para apropiar diferentes temas de la cadena de suministros; y, por otra parte, en la *gestión contractual la coordinación de comunicaciones* debemos también apropiar los cambios.
- **Gestión documental:** principalmente debemos organizar el archivo de contratación de la coordinación, pues tenemos en la bodega una caja de documentos de contratos del 2016 al 2018 por archivar en el archivo central de Emvarias.
- **Programa Gobierno Digital**
Para el año 2019 algunos de los retos previstos para seguir avanzando en la implementación de Gobierno Digital son:
 - Poner a andar el plan de acción de MIPG, haciendo énfasis en los componentes TIC para Gestión y Seguridad y Privacidad de la Información, con el fin de aumentar la calificación total en el MIPG.
 - Aumentar la publicación de datos estratégicos en el portal www.datos.gov.co.
 - Tener avances en la App móvil.
 - Sensibilizar a toda la entidad en los alcances y beneficios de la implementación de la política de Gobierno Digital.
 - La incorporación de la estrategia de Gobierno Digital a las prácticas de la empresa, es decir a la ejecución de sus procesos bajo este enfoque.
 - Postularnos al Sello de la Excelencia (Sistema de PQRS y acceso a la información pública)
 - Hacer un buen papel en el concurso “Máxima Velocidad”
 - Desde el área de comunicaciones ayudar a que la empresa migre a un pensamiento más digital y más participativo.
 - Incorporar el proceso de Implementación de la Política de Gobierno Digital al Sistema de Gestión de Calidad de Emvarias.
 - La caracterización de grupos de interés
 - La promoción de los canales y servicios digitales
 - La encuesta de satisfacción
 - El componente de participación ciudadana.

Reto 5. Sostenibilidad. Integrar y coordinar el desarrollo de las iniciativas organizacionales, para garantizar la permanencia de Emvarias en el tiempo, en consonancia con las necesidades ambientales y sociales de sus grupos de interés. Uno de los compromisos de la coordinación de comunicaciones en relación con el plan de empresa es promover y acompañar las estrategias de apropiación de la planeación al interior de la empresa, en un trabajo conjunto entre la gerencia y las áreas de Gestión Operativa y Servicios Corporativos. Y en la medida en la que se avance en el desarrollo de la implementación de la política de sostenibilidad acompañar en lo se vaya solicitando de apoyo a comunicaciones.

6. *Modelo integrado de planeación y gestión pública, MIPG.*

Este modelo es el resultado de la integración de tres sistemas de gestión para las entidades estatales: el sistema de gestión, el sistema de calidad y el sistema de control interno, integración que se propuso desde 2014 y entró en vigencia en junio de 2018. Su principal propósito es hacer eficientes a las organizaciones de servicio público y estatales, facilitar que obtengan los resultados que se proponen, y agregar valor entre los grupos de interés, entendido este valor como confianza en la institucionalidad.

El modelo se define así:

El Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG en su versión actualizada se define como un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio. (Marco General Sistema de Gestión, MIPG, 2018:22)

Sus objetivos son:

1. Fortalecer el liderazgo y el talento humano bajo los principios de integridad y legalidad, como motores de la generación de resultados de las entidades públicas.
2. Agilizar, simplificar y flexibilizar la operación de las entidades para la generación de bienes y servicios que resuelvan efectivamente las necesidades de los ciudadanos.
3. Desarrollar una cultura organizacional fundamentada en la información, el control y la evaluación para la toma de decisiones la mejora continua.
4. Facilitar y promover la efectiva participación ciudadana en la planeación, gestión y evaluación de las entidades públicas.
5. Promover la coordinación entre entidades públicas para mejorar su gestión y desempeño. (Ibíd.: 2018: 23)

El modelo opera mediante la definición de siete dimensiones que a su vez agrupan políticas, prácticas, elementos o instrumentos de uso general en las organizaciones.

Las dimensiones de MIPG son: 1) Gestión del Talento Humano, 2) Direccionamiento estratégico y planeación, 3) Gestión con valores para resultados² 4) Evaluación de resultados, 5) Información y la comunicación³, 6) Gestión del conocimiento y la innovación, 7) Control Interno.

Dimensión del Modelo	Cuestionarios
1. Talento humano	1.1 Gestión del Talento Humano 1.2 Integridad
2. Direccionamiento estratégico y planeación	2.1 Direccionamiento y Planeación 2.2 Plan Anticorrupción
3. Gestión con valores para el resultado	3.1 Gestión Presupuestal 3.2 Gobierno Digital (antes Gobierno en línea) 3.3 Defensa Jurídica 3.4 Servicio al Ciudadano 3.5 Trámites 3.6 Participación Ciudadana 3.7 Rendición de Cuentas
4. Evaluación de Resultados	4. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional
5. Información y comunicación	5.1 Gestión Documental 5.2 Transparencia y Acceso a la Información
6. Gestión del Conocimiento	NA
7. Control interno	7. Control Interno

Por otra parte, el modelo cuenta con una metodología de evaluación que consta de:

- El Furag II, instrumento aplicado periódicamente con el objetivo de recolectar la información que dé cuenta del grado de gestión y el desempeño.
- Mecanismos de análisis de datos y construcción de índices e indicadores.
- Reportes y visualización de los resultados de la medición de MIPG, de manera consolidada, individual por entidad y por política de gestión y desempeño institucional.

² Conjunto de prácticas, elementos e instrumentos que permiten a la entidad realizar las actividades que la conducen a lograr los resultados propuestos y materializar las decisiones plasmadas en su planeación institucional. Dado que el Modelo se enmarca en la Gestión con valores para Resultados, requiere de la puesta en marcha de los cursos de acción o trayectorias de implementación que hacen viable el logro de los resultados y metas de la entidad en el marco de los valores del sector público [...]. Todo lo anterior con la constante interacción con la sociedad de manera transparente y participativa, prestando un servicio de excelencia y facilitando la garantía del ejercicio de los derechos ciudadanos, a través de la entrega efectiva de trámites, servicios, información, programas y proyectos. En esta Dimensión se concretan las acciones que la entidad debe definir para una adecuada y mejor interlocución con los ciudadanos, los trámites que realizan los ciudadanos, el servicio y atención que estos merecen y la participación de los mismos en todo el ciclo de la gestión pública. Así mismo, el Modelo también reconoce los cambios que han generado la introducción de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la forma en que operan las entidades públicas; por tanto, incorpora la política de Gobierno Digital liderada por el Ministerio de las TIC, para orientar y dar los lineamientos respectivos a las entidades

³ Dimensión articuladora del Modelo que permiten a las organizaciones vincularse con su entorno y le facilitan la ejecución de sus operaciones internas. Se hace énfasis en el enfoque transversal de la Información y la comunicación frente a los demás componentes del Modelo, pues permite ampliar y profundizar en el uso y aprovechamiento de la información para los procesos internos de la entidad (toma de decisiones, elaboración de política pública, entre otros), así como la interacción con los ciudadanos (grupos de valor y grupos de interés). [...]Por su parte, la comunicación es vital para difundir y transmitir la información que se gestiona en toda la entidad, tanto dentro de ella como la que le permite relacionarse con los ciudadanos a quienes dirige sus bienes y servicios o tienen algún interés en su gestión y en sus resultados. Por tanto, la transparencia con la cual las entidades públicas toman sus decisiones y el acceso a la información pública que deben garantizar a los ciudadanos, son parte fundamental de esta dimensión.

MIPG es asumido aquí como parte de los marcos de referencia para el plan de comunicaciones, pues en varias de sus dimensiones se definen actividades propias del proceso de comunicaciones y relaciones corporativas y otras que al ser transversales deben ser también objeto de la gestión del área. Así mismo, MIPG integra aspectos de gobierno digital, transparencia por Colombia, pacto anticorrupción, la estrategia de rendición de cuentas y de participación ciudadana, que recaen en la coordinación de comunicaciones para su movilización al interior de la empresa y las cuales deben ser consolidadas en el plan de comunicaciones para definir la mejor manera de llevarlas a cabo y permitir los resultados de mejora en la gestión de la empresa, que el modelo requiere.

En esa medida se enumeran a la continuación las acciones que cada una de las dimensiones define para la coordinación de comunicaciones:

25

Dimensión 2 MIPG - Direccionamiento estratégico y planeación

- **Plan anticorrupción**

- **Política de Administración de Riesgos:**

- **Gestión del riesgo de corrupción-mapa de riesgo de corrupción.** Elaboración de manuales y guías. Y Socializar a través de diferentes alternativas y canales de comunicación interna las guías y manuales elaborados sobre el mapa de riesgo. (Coincide con GEL Ley 1712)
- **Consulta y divulgación:** Publicar el Mapa de Riesgos institucional y el mapa de riesgos de corrupción en la página web de la empresa y garantizar la publicación de sus modificaciones en el tiempo y así mismo el informe de seguimiento semestral. (Coincide con GEL Ley 1712)

- **Racionalización de trámites**

- **Interoperabilidad:** Actualización en la página web los accesos directos al conglomerado público y demás entidades públicas cuya información puede ser buscada a través de Emvarias. Contar con una ventanilla única con suficiencia informativa y útil al ciudadano. (Coincide con GEL)

- **Rendición de cuentas**

- **Información de calidad y en lenguaje comprensible:**
- Aprobación e implementación de la estrategia de la rendición de cuentas.
- Publicar información verificada y oficial de la empresa en diferentes formatos: audiovisual, escrita e interactiva para el conocimiento general y transparente de las acciones de la entidad.
- Caracterizar los grupos de valor
- Conformar y capacitar un equipo de trabajo que lidere el proceso de planeación e implementación de los ejercicios de rendición de cuentas (involucrando direcciones misionales y dependencias de apoyo)
- Priorizar los temas de interés que los grupos de valor tienen sobre la gestión de las metas del plan institucional, para priorizar la información que se producirá de manera

permanente. Lo anterior, a partir de los resultados de la caracterización o cualquier otro mecanismo.

- Definir el procedimiento de adecuación, producción y divulgación de la información atendiendo a los requerimientos de cada espacio de diálogo definido en el cronograma.
- Producir la información sobre la gestión (presupuesto, contratación, etc.), sobre los resultados y sobre el avance en la garantía de derechos sobre los temas de interés priorizados por los grupos de valor de acuerdo con cada uno de los espacios de diálogo establecidos en el cronograma.
- Producir la información sobre la gestión global o general de la entidad (presupuesto, contratación, etc.), sobre los resultados y sobre el avance en la garantía de derechos, que se presentará en los espacios de diálogo definidos en el cronograma. **(Son 8 actividades y son iguales a las del componente de MIPG rendición de cuentas).**

- Dialogo de doble vía con la ciudadanía y sus organizaciones

- Caracterizar los grupos de valor
- Conformar y capacitar un equipo de trabajo que lidere el proceso de planeación de los ejercicios de rendición de cuentas (involucrando direcciones misionales y dependencias de apoyo).
- Diseñar y divulgar el cronograma que identifica y define los espacios de diálogo presenciales (mesas de trabajo, foros, reuniones, etc.), y virtuales complementarios (chat, videoconferencias, etc.), que se emplearán para rendir cuentas: 1) Sobre los temas de interés priorizados, y 2) Sobre la gestión general de la entidad.
- Definir el procedimiento interno para implementar la ruta (antes, durante y después) a seguir para el desarrollo de los espacios de diálogo en la rendición de cuentas.
- Definir y divulgar el procedimiento que empleará la entidad en cada tipo de espacio de diálogo definido previamente en el cronograma."
Implementar los espacios de diálogo

- Evaluación y retroalimentación de la Gestión Institucional

- Establecer el formato interno de reporte de las actividades de rendición de cuentas que se realizarán en toda la entidad que como mínimo contenga: Actividades realizadas, Grupos de valor involucrados, Temas y/o metas institucionales asociadas a las actividades realizadas de rendición de cuentas, Observaciones, propuestas y recomendaciones de los grupos de valor, Resultado de la participación, Compromisos adquiridos de cara a la ciudadanía.
- Producir y divulgar la información sobre el avance en los compromisos adquiridos en los espacios de diálogo y las acciones de mejoramiento en la gestión de la entidad (Planes de mejora) con base la ruta previamente definida para desarrollar los espacios de diálogo.
- Analizar la implementación de la estrategia de rendición de cuentas, y el resultado de los espacios de diálogo desarrollados, con base en la consolidación de los formatos internos de reporte aportados por las áreas misionales y de apoyo, para identificar: La estrategia, El resultado de los espacios que como mínimo contemple: Número de espacios de participación adelantados, Grupos de valor involucrados, Metas institucionales priorizadas sobre las que se rindió cuentas, Evaluación y recomendaciones de cada espacio de rendición de cuentas, Estado actual de los compromisos asumidos de cara a la ciudadanía, Nivel de cumplimiento de las actividades establecidas en toda la estrategia de rendición de cuentas.

- **Atención al ciudadano**
 - **Fortalecimiento de los canales de atención:**
 - Habilitar espacio de preguntas y respuestas frecuentes en la página web.
 - Elaboración de piezas publicitarias para los módulos de atención de PQR y otras locaciones de atención de público.
 - Página web, programa para la implementación del chat, atención al ciudadano a través de la web.

- **Transparencia y acceso de la información**
 - **Lineamientos de Transparencia Activa**
 - Garantizar la publicación oportuna en la página web institucional de información mínima obligatoria sobre la estructura. (Ley 1712 y Resolución 3664)

Dimensión 3 MIPG Gestión con valores para el resultado

- **Servicio al Ciudadano:**
 - **Caracterización usuarios y medición de percepción:** La entidad ha realizado caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés atendidos. La entidad determina, recopila y analiza los datos sobre la percepción del cliente o usuario, con respecto a los productos o servicios ofrecidos y si estos cumplen sus expectativas. (Coincide con la dimensión 1 Rendición de cuentas)

 - **Publicación de información en medios físicos:** (La entidad pública la siguiente información en lugares visibles (diferentes al medio electrónico) y de fácil acceso al ciudadano: 1) Localización física de sede central y sucursales o regionales, 2) Horarios de atención de sede central y sucursales o regionales, 3) Teléfonos de contacto, líneas gratuitas y fax, 4) Carta de trato digno, 5) Listado de trámites y servicios, 6) Responsable (dependencia o nombre o cargo) de la atención de peticiones, quejas, reclamos y/o denuncias, 7) Correo electrónico de contacto de la Entidad, 8) Noticias, 9) Información relevante de la rendición de cuentas, 10) Calendario de actividades.

 - **Publicación de información en la página web:** La entidad publicó en su sitio web oficial, en la sección de transparencia y acceso a la información pública: 1) Mecanismos para la atención al ciudadano, 2) Localización física, sucursales o regionales, horarios y días de atención al público, 3) Derechos de los ciudadanos y medios para garantizarlos (Carta de trato digno) 4) Mecanismos para presentar quejas y reclamos en relación con omisiones o acciones de la Entidad, 5) Informe de peticiones, quejas, reclamos, denuncias y solicitudes de acceso a la información.

 - **Publicación de información sobre oferta de servicios:** 1) La entidad actualiza frecuentemente la información sobre la oferta Institucional en los diferentes canales de atención. 2) La entidad publicó un reglamento interno para la gestión de las peticiones y quejas recibidas.

 - **Canales de atención:** 1) La entidad pública y mantiene actualizada la carta de trato digno al usuario, en la que se indiquen sus derechos y los medios dispuestos para garantizarlos. 2) La entidad ofreció la posibilidad de realizar peticiones, quejas, reclamos y denuncias a través de dispositivos móviles.

- **Política de datos personales:** La entidad divulga su política de tratamiento de datos personales mediante aviso de privacidad, en su página web y personalmente al titular en el momento de la recolección de los datos.
- **Gestión de PQRS:** La entidad cuenta con un formulario en su página Web para la recepción de peticiones, quejas, reclamos y denuncias
- **Trámites y servicios difundidos**
- **Realizar campañas de apropiación de las mejoras internas y externas:** Realizar campañas de difusión y estrategias que busquen la apropiación de las mejoras de los trámites en los servidores públicos de la entidad responsables de su implementación y entre los usuarios.

- **Participación ciudadana**

- **Realizar el diagnóstico del estado actual de la participación ciudadana en la entidad.**

1) identificar si existen actividades de participación ciudadana aislada en las diferentes áreas de la empresa, pero no responden a una política definida, aprobada; **2)** A partir de los resultados de la evaluación de la oficina de control interno sobre el plan de participación, identificar y documentar las debilidades y fortalezas en la implementación de la Política de Participación Ciudadana, individualizándolas por cada uno de los ciclos de la gestión (participación en el diagnóstico, la formulación e implementación) **3)** Validar con las áreas misionales y de apoyo si los grupos de ciudadanos, usuarios, o grupos de interés con los que trabajó en la vigencia anterior atienden a la caracterización, y clasifique la participación de dichos grupos en cada una de las fases del ciclo de la gestión (participación en el diagnóstico, la formulación e implementación) **4)** Diagnosticar si los canales espacios, mecanismos y medios (presenciales y electrónicos) que empleó la entidad para promover la participación ciudadana son idóneos de acuerdo con la caracterización de ciudadanos, usuarios o grupos de interés, **5)** Socializar los resultados del diagnóstico de la política de participación ciudadana al interior de la entidad.

- **Construir el plan de participación.**

Paso 1. Identificación de actividades que involucran procesos de participación: **1)** Conformar y capacitar un equipo de trabajo **2)** Identificar las metas y actividades que cada área realizará con los grupos de interés caracterizados. **3)** clasifique las actividades de acuerdo a: fases del ciclo de la gestión, a si se realizan con instancias de participación legalmente conformadas u otros espacios de participación, si todos los grupos de valor están contemplados en al menos una de las actividades de participación.

Paso 2. Definir la estrategia para la ejecución del plan: **1)** Definir los canales y las metodologías que se emplearán para desarrollar las actividades de participación ciudadana **2)** Definir una estrategia para capacitar a los grupos de valor con el propósito de cualificar los procesos de participación ciudadana, **3)** Definir los recursos, alianzas, convenios y presupuesto asociado a las actividades que se implementarán **4)** Establecer el cronograma de ejecución de las actividades para promover la participación ciudadana, **5)** Definir los roles y responsabilidades de

las diferentes áreas de la entidad, en materia de participación ciudadana **6)** Definir las etapas y mecanismos de seguimiento a la implementación y de evaluación del cumplimiento de las actividades través de la estandarización de formatos internos de reporte de las actividades de participación que se realizarán en toda la entidad que como mínimo contenga: Actividades realizadas, grupos de valor involucrados, aportes en el proceso de participación ciudadana, indicadores y resultados, **7)** Definir una estrategia de comunicación (interna y externa) que permita informar sobre la actividad participativa, desde su inicio, ejecución y desarrollo.

Paso 3. Divulgar el plan y retroalimentar. 1) Divulgar el plan de participación por distintos canales, 2) Construir un mecanismo de recolección de información en el cual la entidad pueda sistematizar y hacer seguimiento a las observaciones de la ciudadanía y grupos de valor en el proceso de construcción del plan de participación, 3) Divulgar el plan de participación ajustado a las observaciones recibidas.

29

- **Ejecutar el Plan de participación.**

1) Preparar la información que se entregará en el desarrollo de las actividades de participación. **2)** Socializar en especial a los grupos de valor que va a convocar al proceso de participación, la información que considere necesaria para preparar la actividad de participación y socializar las rutas de consulta de la misma. **3)** Convocar a través de los medios definidos a los grupos de valor caracterizados, **4)** Habilitar los canales, escenarios, mecanismos y medios presenciales y electrónicos definidos en el plan para consultar, discutir y retroalimentar con los ciudadanos usuarios y/o grupos de valor, sus recomendaciones u objeciones en el desarrollo de la actividad que la entidad adelanta en el marco de su gestión. **5)** Sistematizar los resultados obtenidos en el ejercicio de las diferentes actividades de participación ciudadana adelantadas. **6)** Analizar, por parte del área que ejecutó la actividad, las recomendaciones u objeciones recibidas en el proceso de participación, evaluar la viabilidad de su incorporación en la actividad que se sometió al proceso de participación y realizar los ajustes a que haya lugar. **7)** Diligenciar el formato interno de reporte definido con los resultados obtenidos en el ejercicio, y entregarlo al área de planeación.

- **Evaluación de Resultados.**

1) Analizar los resultados obtenidos en la implementación del plan de participación, con base en la consolidación de los formatos internos de reporte aportados por las áreas misionales y de apoyo, para: a) Identificar el número de actividades en las que se involucró al ciudadano, b) Grupos de valor involucrados, c) Fases del ciclo que fueron sometidas a participación d) Resultados de la incidencia de la participación. **2)** Publicar y divulgar los resultados y acuerdos desarrollados en el proceso de participación, **3)** Publicar los resultados consolidados de las actividades de participación, 4) Los reportes individuales diligenciados en los formatos internos deberán quedar a disposición del público, **4)** Documentar las buenas prácticas de la entidad en materia de participación ciudadana que permitan alimentar el próximo plan de participación.

Rendición de cuentas (Se repiten iguales las actividades de la dimensión 2 en el Plan Anticorrupción).

Aprestamiento institucional para promover la rendición de cuentas:

- 1. Analizar las debilidades y fortalezas para la rendición de cuentas:** a) Identificar y documentar las debilidades y fortalezas de la entidad para promover la participación en la implementación de los ejercicios de rendición de cuentas con base en fuentes externas. b) Identificar y documentar las debilidades y fortalezas de la entidad para promover la participación en la implementación de los ejercicios de rendición de cuentas con base en la evaluación de la oficina de planeación y/o Control Interno. C) Identificar las condiciones de entorno social, económico, político, ambiental y cultural para afectan el desarrollo de la rendición de cuentas, d) Identificar las necesidades de los grupos de valor en materia de información disponible, así como de los canales de publicación y difusión existentes. E) Clasificando la información a partir de los siguientes criterios: •la gestión realizada, •los resultados de la gestión y • el avance en la garantía de derechos. F) Socializar al interior de la entidad, los resultados del diagnóstico del proceso de rendición de cuentas institucional.
- 2. Identificar espacios de articulación y cooperación para la rendición de cuentas:** a) Establecer temas e informes, mecanismos de interlocución y retroalimentación con los organismos de control para articular su intervención en el proceso de rendición de cuentas; b) Coordinar con entidades del sector administrativo, corresponsables en políticas y proyectos y del nivel territorial los mecanismos, temas y espacios para realizar acciones de rendición de cuentas en forma cooperada. c) Conformar y capacitar un equipo de trabajo que lidere el proceso de planeación de los ejercicios de rendición de cuentas.

Construir la estrategia de rendición de cuentas

Paso 1. Identificación de los espacios de diálogo en los que la entidad rendirá cuentas:

- Asociar las metas y actividades formuladas en la planeación institucional de la vigencia con los derechos que se están garantizando a través de la gestión institucional.
- Identificar los espacios y mecanismos de las actividades permanentes institucionales que pueden utilizarse como ejercicios de diálogo para la rendición de cuentas tales como: mesas de trabajo, foros, reuniones, etc.
- Definir los espacios de diálogo de rendición de cuentas sobre los temas de gestión general que implementará la entidad durante la vigencia.
- Definir los espacios de diálogo presenciales de rendición de cuentas y los mecanismos virtuales complementarios en temas específicos de interés especial que implementará la entidad durante la vigencia.
- Clasificar los grupos de valor que convocará a los espacios de diálogo para la rendición de cuentas a partir de los temas específicos de interés especial que implementará la entidad durante la vigencia, de acuerdo a la priorización realizada previamente.
- Verificar si todos los grupos de valor están contemplados en al menos una de las actividades e instancias ya identificadas. En caso de que no estén contemplados todos los grupos de valor, determine otras actividades en las cuales pueda involucrarlos.
- Formular el reto, los objetivos, metas e indicadores de la estrategia de rendición de cuentas.

Paso 2. Definir la estrategia para implementar el ejercicio de rendición de cuentas

- Definir las actividades necesarias para dar cumplimiento a los elementos de información, diálogo y responsabilidad en la rendición de cuentas.

- Definir el presupuesto asociado a las actividades
- Acordar con los grupos de valor, especialmente con organizaciones sociales y grupos de interés ciudadano los periodos y metodologías para realizar los espacios de diálogo sobre temas específicos.
- Establecer el cronograma de ejecución de las actividades de diálogo de los ejercicios de rendición de cuentas, diferenciando si son espacios de diálogo sobre la gestión general de la entidad o sobre los temas priorizados de acuerdo a la clasificación realizada previamente.
- Definir el proceso de actualización de los canales de publicación y divulgación a través de los cuales la entidad dispondrá la información necesaria para el ejercicio de rendición de cuentas; y establecer los canales y mecanismos virtuales que complementarán las acciones de diálogo definidas para temas específicos y para los temas generales.
- Definir los roles y responsabilidades de las diferentes áreas de la entidad, en materia de rendición de cuentas
- Definir el componente de comunicaciones para la estrategia de rendición de cuentas.
- Estandarizar formatos internos de reporte de las actividades de rendición de cuentas que se realizarán en toda la entidad que como mínimo contenga: Actividades realizadas, grupos de valor involucrados, aportes, resultados, observaciones, propuestas y recomendaciones ciudadanas.
- Validar con los grupos de interés la estrategia de rendición de cuentas.
- Elaborar con la colaboración de los grupos de interés la estrategia de rendición de cuentas.

Generación y análisis de la información para el diálogo en la rendición de cuentas en lenguaje claro.

- Preparar la información de carácter presupuestal de las actividades, verificando la calidad de la misma y asociándola a los diversos grupos poblacionales beneficiados.
- Preparar la información con base en los temas de interés priorizados por la ciudadana y grupos de valor.
- Preparar la información sobre el cumplimiento de metas (plan de acción, POAI), con sus respectivos indicadores, verificando la calidad de la misma y asociándola a los diversos grupos poblacionales beneficiados.
- Preparar la información sobre la gestión ((Informes de Gestión, Metas e Indicadores de Gestión, Informes de los entes de Control que vigilan a la entidad), verificando la calidad de la misma.
- Preparar la información sobre contratación (Procesos Contractuales y Gestión contractual) verificando la calidad de la misma.
- Preparar la información sobre la garantía de derechos humanos y compromisos frente a la construcción de paz, materializada en los programas, proyectos y servicios implementados, con sus respectivos indicadores y verificando la accesibilidad, asequibilidad, adaptabilidad y calidad de los bienes y servicios.
- Preparar la información sobre Impactos de la Gestión.
- Preparar la información sobre acciones de mejoramiento de la entidad (Planes de mejora) asociados a la gestión realizada, verificando la calidad de la misma.
- Preparar la información sobre la gestión realizada frente a los temas recurrentes de las peticiones, quejas, reclamos o denuncias recibidas por la entidad.

- Identificar la información que podría ser generada y analizada por los grupos de interés de manera colaborativa.

Publicación de la información a través de los diferentes canales de comunicación

- Actualizar la página web de la entidad con la información preparada por la entidad.
- Actualizar los canales de comunicación diferentes a la página web.
- Realizar difusión masiva de los informes de rendición de cuentas, en espacios tales como: medios impresos; emisoras locales o nacionales o espacios televisivos mediante alianzas y cooperación con organismos públicos, regionales e internacionales o particulares.
- Disponer de mecanismos para que los grupos de interés colaboren en la generación, análisis y divulgación de la información para la rendición de cuentas.

32

Preparar los espacios de diálogo

- Identificar si en los ejercicios de rendición de cuentas de la vigencia anterior, involucró a todos los grupos de valor priorizando ciudadanos y organizaciones sociales con base en la caracterización de ciudadanos, usuarios y grupos de interés.
- Diagnosticar si los espacios de diálogo y los canales de publicación y divulgación de información que empleó la entidad para ejecutar las actividades de rendición de cuentas, responde a las características de los ciudadanos, usuarios y grupos de interés.
- Definir y organizar los espacios de diálogo de acuerdo a los grupos de interés y temas priorizados.
- Definir la metodología que empleará la entidad en los espacios de diálogo definidos previamente, para ejecutar la estrategia de rendición de cuentas, teniendo en cuenta aspectos diferenciadores tales como grupos de valor convocados, temática a tratar, temporalidad del ejercicio, entre otros.

Convocar a los ciudadanos y grupos de interés para participar en los espacios de diálogo para la rendición de cuentas

- Socializar con los ciudadanos y grupos de interés identificados la estrategia de rendición de cuentas
- Convocar a través de medios tradicionales (Radio, televisión, prensa, cartelera, perifoneo, entre otros) a los ciudadanos y grupos de interés, de acuerdo a los espacios de rendición de cuentas definidos.
- Realizar reuniones preparatorias y acciones de capacitación con líderes de organizaciones sociales y grupos de interés para formular y ejecutar mecanismos de convocatoria a los espacios de diálogo.
- Convocar a través de medios electrónicos (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, entre otros) a los ciudadanos y grupos de interés, de acuerdo a los espacios de rendición de cuentas definidos.

Realizar espacios de diálogo de rendición de cuentas

- Efectuar la publicidad sobre la metodología de participación en los espacios de rendición de cuentas definidos

- Asegurar el suministro y acceso de información de forma previa a los ciudadanos y grupos de valor convocados, con relación a los temas a tratar en los ejercicios de rendición de cuentas definidos.
- Implementar los canales y mecanismos virtuales que complementarán las acciones de diálogo definidas para la rendición de cuentas sobre temas específicos y para los temas generales.
- Diseñar la metodología de diálogo para cada evento de rendición de cuentas que garantice la intervención de ciudadanos y grupos de interés con su evaluación y propuestas a las mejoras de la gestión.
- Realizar los eventos de diálogo para la rendición de cuentas sobre temas específicos y generales definidos, garantizando la intervención de la ciudadanía y grupos de valor convocados con su evaluación de la gestión y resultados.
- Analizar las evaluaciones, recomendaciones u objeciones recibidas en el espacio de diálogo para la rendición de cuentas,
- Diligenciar el formato interno de reporte definido con los resultados obtenidos en el ejercicio, y entregarlo al área de planeación.

Cuantificar el impacto de las acciones de rendición de cuentas para divulgarlos a la ciudadanía

- Analizar los resultados obtenidos en la implementación de la estrategia de rendición de cuentas, con base en la consolidación de los formatos internos de reporte aportados por las áreas misionales y de apoyo, para: 1). Identificar el número de espacios de diálogo en los que se rindió cuentas, 2. Grupos de valor involucrados, 3. Fases del ciclo sobre los que se rindió cuentas, 4. Evaluación y recomendaciones de cada espacio de rendición de cuentas.
- Formular, previa evaluación por parte de los responsables, planes de mejoramiento a la gestión institucional a partir de las observaciones, propuestas y recomendaciones ciudadanas.
- Publicar los resultados de la rendición de cuentas clasificando por categorías, las observaciones y comentarios de los ciudadanos, los grupos de valor y organismos de control, los cuales deberán ser visibilizados de forma masiva y mediante el mecanismo que empleó para convocar a los grupos de valor que participaron.
- Recopilar recomendaciones y sugerencias de los servidores públicos y ciudadanía a las actividades de capacitación, garantizando la cualificación de futuras actividades.
- Realiza respuestas escritas, en el término de quince días a las preguntas de los ciudadanos formuladas en el marco del proceso de rendición de cuentas y publicarlas en la página web o en los medios de difusión oficiales de las entidades.
- Analizar las recomendaciones realizadas por los órganos de control frente a los informes de rendición de cuentas y establecer correctivos que optimicen la gestión y faciliten el cumplimiento de las metas del plan institucional.
- Incorporar en los informes dirigidos a los órganos de control y cuerpos colegiados los resultados de las recomendaciones y compromisos asumidas en los ejercicios de rendición de cuentas.
- Analizar las recomendaciones derivadas de cada espacio de diálogo y establecer correctivos que optimicen la gestión y faciliten el cumplimiento de las metas del plan institucional.
- Evaluar y verificar por parte de la oficina de control interno que se garanticen los mecanismos de participación ciudadana en la rendición de cuentas.
- Garantizar la aplicación de mecanismos internos de sanción y atender los requerimientos del control externo como resultados de los ejercicios de rendición de cuentas.

- Documentar las buenas prácticas de la entidad en materia de espacios de diálogo para la rendición de cuentas y sistematizarlas como insumo para la formulación de nuevas estrategias de rendición de cuentas.
- Evaluar y verificar los resultados de la implementación de la estrategia de rendición de cuentas, valorando el cumplimiento de las metas definidas frente al reto y objetivos de la estrategia.

Dimensión Información y comunicación

- **Transparencia y acceso a la información**

34

Transparencia pasiva

- La empresa cuenta en su página Web con formatos para la recepción de peticiones, quejas, reclamos y denuncias (**Coincide con la dimensión de Servicio al Ciudadano**)

Transparencia activa

- Los directivos de la entidad tienen en cuenta las necesidades de los ciudadanos usuarios de la entidad para la toma de decisiones (**Se desprende de la estrategia de participación**)
- La entidad caracteriza la población usuaria de sus bienes y servicios (**Coincide con la dimensión de Servicio al Ciudadano**)
- La organización genera alianzas con ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil
- La organización desarrolla actividades y espacios de participación ciudadana de forma frecuente y dinámica (**Se desprende de la estrategia de participación y rendición de cuentas**)
- La entidad lleva registro del número de personas que participan en los espacios ciudadanos como los de rendición de cuentas (**Se desprende de la estrategia de participación y rendición de cuentas**)
- La información que divulga la entidad en su proceso de rendición de cuentas es clara, oportuna, relevante, confiable y de fácil acceso para toda la ciudadanía (**Se desprende de la estrategia de participación y rendición de cuentas**)
- Los ciudadanos participan en la formulación de los planes, proyectos o programas de la entidad (**Se desprende de la estrategia de participación y rendición de cuentas**)
- La entidad permite que todos sus trámites sean realizados por medios electrónicos (**este aspecto se repite en Servicio al ciudadano y Gobierno Digital**)
- La entidad tiene una buena imagen entre la ciudadanía (**Este sería un tema a abordar desde las encuestas de satisfacción o de reputación, que están contenidas en Servicio al Ciudadano**)
- La entidad construye a su interior el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano de manera participativa, es decir, teniendo en cuenta las observaciones y recomendaciones de sus funcionarios (**Se repite con el PAAC y con Rendición de cuentas**)
- La entidad implementa el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano de forma efectiva a su quehacer diario (**Se repite con el PAAC y con Rendición de cuentas**)
- Existe en el sitio web oficial de la Entidad una sección identificada con el nombre de "Transparencia y Acceso a la Información Pública" (**Se repite con Servicio al ciudadano y Gobierno Digital**)
- La entidad ha implementado estrategias pedagógicas y comunicativas para reforzar el significado que tiene para los servidores el ejercicio de la función pública y su responsabilidad con la ciudadanía

- Hay una transferencia efectiva de conocimientos entre las personas que dejan sus cargos y las nuevas que llegan a desempeñarlos (Se debe implementar entre las acciones administrativa de comunicación)
- Los funcionarios al interior de la entidad consideran la transparencia y el acceso a la información como una herramienta fundamental para mejorar la democracia, la rendición de cuentas, prevenir la corrupción y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
- La entidad ha capacitado a sus funcionarios respecto de la Ley de Transparencia y acceso a la información, Ley 1712 de 2014
- La entidad ha informado a sus usuarios sobre la Ley de Transparencia y acceso a la información, Ley 1712 de 2014 ((De este punto en adelante se repite con Gobierno Digital)
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la localización física, sucursales o regionales, horarios y días de atención al público
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la normatividad relacionada con la Entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información las noticias de la entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información el calendario de actividades
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la misión, visión, funciones y deberes de la Entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información el organigrama de la entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información las ofertas de empleo de la entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información las resoluciones, circulares u otro tipo de actos administrativos expedidos por la Entidad
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información el presupuesto vigente asignado
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la ejecución presupuestal histórica anual
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la información el Plan Anticorrupción
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información el Plan de Atención al ciudadano
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la información Proyectos de inversión en ejecución (No aplica para empresas industriales y comerciales del Estado y Sociedades de Economía Mixta, según art. 77 Ley 1474 de 2011)
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información los informes de rendición de cuentas
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información los mecanismos para interponer PQRS y denuncias (Se repite con Gobierno Digital y Servicio al Ciudadano)
- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información su plan de compras anual (Se repite con Gobierno Digital)

- La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información el directorio con los cargos, hojas de vida e información de contacto de funcionarios y contratistas (Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información de las escalas salariales de funcionarios y contratistas (Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información los informes de empalme ((Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información las respuestas de la entidad a las solicitudes de información ((Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información la oferta de la entidad (Programas, servicios, trámites) (Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información los entes de control que vigilan la entidad (Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad ha publicado en su sitio Web de Transparencia y acceso a la información los informes de gestión, evaluación y auditoría (Se repite con Gobierno Digital)
 - La Entidad ha promovido a su interior la Ley de Transparencia y acceso a la Información Pública (Ley 1712 de 2014) (Se repite con Gobierno Digital)
 - La entidad publica sus bases de datos abiertos en el sitio web www.datos.gov.co (Se repite con Gobierno Digital)
- **Seguimiento acceso a la información pública**
 - La entidad hace seguimiento a su gestión en el tema de transparencia y acceso a la información pública a través de indicadores que son medidos periódicamente
 - Dentro de las mediciones que lleva a cabo la entidad se tiene en cuenta si su gestión ayudó a resolver los problemas y necesidades de sus usuarios
 - La entidad cuenta con una encuesta de satisfacción del ciudadano sobre Transparencia y acceso a la información en su sitio Web oficial
 - **Conocimientos y criterios sobre transparencia y acceso a la información pública**
 - Los funcionarios de la entidad conocen la Ley de Transparencia y acceso a la información pública
 - Los funcionarios de la entidad comprenden que el acceso a la información pública es un derecho fundamental que permite el ejercicio de otros derechos fundamentales de los ciudadanos
 - Los funcionarios tienen conocimiento sobre las instancias con las que cuentan los ciudadanos para recurrir en caso de no recibir respuesta ante una solicitud de información
 - Los funcionarios conocen la existencia de la Secretaría de Transparencia
 - Los funcionarios son conscientes de que su compromiso principal es con los ciudadanos
 - Los funcionarios son conscientes que la transparencia y el acceso a la información pública son fundamentales para la modernización del Estado.

4. PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS

El plan de comunicación de Emvarias para el 2019 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 al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la empresa y del Grupo EPM.

En esa medida, es importante mencionar que los planes de comunicación que se esbozaron durante los años 2016, 2017 y 2018 contienen aún aspectos por ejecutar, ya que el horizonte con el que se formularon sigue teniendo vigencia y hay tareas por abordar y completar para consolidar el proceso de comunicación. Así mismo, se reconoce también que los marcos de referencia que se han esbozado definen alcances para los siguientes cuatro años de desarrollo empresarial, por lo que el plan de comunicaciones del 2019, se avizora también como un plan con un alcance mayor, y con acciones que seguramente necesitarán de la definición de nuevos recursos y condiciones para su logro. No obstante, se considera valioso poder consolidar en este plan las acciones que se identifican como una necesidad de la empresa, así deban posteriormente someterse a un proceso de priorización o ejecución por etapas.

37

El plan de comunicación 2019 contiene:

- Definición de intención y propósito de la Comunicación en Emvarias
- Enfoque de la Comunicación de Emvarias
- Tono de la Comunicación en Emvarias
- Ámbitos de la Comunicación en Emvarias
- Objetivos estratégicos de la comunicación en Emvarias
- Estrategias, actividades y presupuesto de Comunicaciones de Emvarias

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

Se plantea como intención de la comunicación en Emvarias contribuir con el posicionamiento de Medellín como ciudad sostenible ambientalmente, y específicamente, en cuanto al manejo de sus residuos sólidos.

La intención de la comunicación interna y externa es posicionar a Emvarias como la empresa de servicios públicos 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, la cultura del aseo, y a más a largo plazo, en la innovación de nuevos procesos de gestión de los residuos asociados a valorización.

Así mismo, Emvarias se perfila hacia la ciudadanía como un actor aliado para vivir conjuntamente el camino diario hacia la sostenibilidad, hacia la existencia armónica en los territorios con una visión de cuidado y dignificación de la vida y los espacios de la ciudad al estar éstos libres de residuos,

limpios, innovadores y sostenibles. En esa medida, ser y reflejarnos como una empresa que agrega valor a los espacios y territorios al procurar la experiencia de la innovación en la gestión de los residuos y en la vivencia de espacios limpios.

Para lograr esta intención la comunicación organizacional de Emvarias debe orientarse a fortalecer la alineación de los colaboradores con estos nuevos propósitos, y contribuir a la comprensión de su aporte individual y colectivo en logro de los objetivos estratégicos consignados en el plan de empresa, sus proyectos e iniciativas.

- **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 definió adoptar la política de comunicaciones del Grupo EPM, la cual se presentará 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 a la calidez, el relacionamiento y la participación, principalmente con clientes/usuarios, comunidades, colaboradores y proveedores/contratistas, orientada al fortalecimiento de la confianza y el logro de los objetivos estratégicos.

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 es cercano, cálido, afectuoso y respetuoso. Utilizamos mensajes sencillos, que son claros y comprensibles para toda la ciudadanía. Producimos contenidos de carácter técnico, que elaboramos para que sean 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.

- **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 el 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 (identidad, valores, principios y formas de actuación) entre los grupos de interés internos y externos. Busca comunicar las apuestas estratégicas, visibilizar la gestión de la empresa, sus atributos de identidad, y fortalecer su posicionamiento.

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 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. Este ámbito de la comunicación se ejecuta mediante tres estrategias de trabajo:

- **Componente Digital:** es la comunicación que desde el entorno digital (redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y el sitio web) busca establecer relaciones de empatía, interlocución y participación con los grupos de interés. Está basada en la generación de contenidos novedosos, actuales y oportunos.
- **Componente Informativo:** es la comunicación que se moviliza a partir de los medios de comunicación internos y 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 los 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 difundan información de interés y carácter público en relación con la gestión de Emvarias y la gestión de residuos sólidos.
- **Componente social y pedagógico:** 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, distribución de materiales educativos impresos y audiovisuales, relacionamiento con medios de comunicación, entre otras acciones educomunicacionales.

Coordinación y administración de la comunicación: este ámbito está relacionado con la gestión de recursos y los procedimientos que permiten cumplir la planificación y alcanzar los objetivos

propuestos por la coordinación de comunicaciones. Implica procesos de planeación, gestión del presupuesto, contratación, apoyo y monitoreo de la ejecución operativa y evaluación del área.

Objetivo del macro proceso de comunicación

Objetivo del macro proceso de comunicación: Desarrollar las gestiones estratégicas de la empresa entorno a su relacionamiento con Grupos de Interés, identidad empresarial y las comunicaciones, con el fin de fortalecer sus actuaciones en los territorios donde tiene presencia.

Objetivo del proceso de comunicación: Desarrollar estrategias de comunicación interna y externa, que contribuyan efectivamente al logro de los objetivos organizacionales y que fortalezcan la relación de Emvarias con sus grupos de interés.

Objetivo del proceso de identidad corporativa: Garantizar la identificación, diferenciación y recuerdo del Grupo EPM en sus clientes, empleados y demás grupos de interés durante todas las acciones de comunicación comercial del Grupo EPM.

Objetivo del proceso de relacionamiento: Promover relaciones de confianza entre Emvarias y sus grupos de interés.

Objetivos operativos de comunicación

Comunicación Organizacional (Grupos de interés funcionarios de Emvarias)

- a. Fortalecer la alineación estratégica de los colaboradores de la empresa, frente al nuevo direccionamiento estratégico, el plan de Empresa y los servicios de la operación de Emvarias.
- b. Apoyar el proceso de transformación cultural y la gestión del cambio entre los colaboradores de Emvarias y los grupos de interés involucrados en la implementación de nuevos proyectos empresariales.
- c. Contribuir al 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.
- d. 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.
- e. Consolidar un sistema de medios internos y espacios comunicacionales que aporten con los fines anteriores, con foco en la apropiación digital.

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.

- g. Fortalecer la gestión de la marca al interior de la empresa, mediante la adecuación del uso de la imagen corporativa en las sedes de la empresa.

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

- h. Informar de manera cercana, suficiente y oportuna sobre los diferentes servicios de aseo que prestan 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. Promover entre la ciudadanía prácticas que mejoren la gestión de los residuos sólidos en la ciudad.
- 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.
- l. Diseñar y poner en marcha una estrategia de educación que aporte a la consolidación de la cultura ciudadana del aseo en las zonas urbanas y rurales de Medellín, que incida en la adopción de hábitos y acciones favorables a la adecuada gestión de los residuos sólidos.

Componente Digital (Ciudadanía)

- m. Cumplir con los requisitos y las herramientas de Gobierno Digital, para facilitar una comunicación legal, transparente, oportuna para los ciudadanos, usuarios y demás grupos de interés de la Empresa.
- n. 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.
- o. Realizar la atención a PQRS presentadas por la ciudadanía mediante las redes sociales de la empresa.
- p. Realizar monitoreo e información de oportunidades y peligros detectados en la web y redes sociales (Alertas).

Componente Informativo (Grupos de interés medios de comunicación masiva)

- q. 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

- r. Proponer un sistema de organización de la información de las actividades de comunicación de la coordinación, de manera se documente la gestión del área, y se cuente con verificadores para aportar a los diferentes mecanismos de control de la empresa.
- b. Avanzar en el establecimiento de lineamientos y procedimientos para la coordinación de comunicaciones de manera que se estructuren líneas de solicitud de actividades que las áreas requieren y así mejorar la oportunidad y la efectividad en el quehacer de la coordinación.
- c. Desarrollar las acciones planeación, seguimiento, reporte y ejecución del presupuesto, el plan de contratación, el requerimiento a los proveedores de servicios, de la coordinación de comunicaciones.
- d. Gestionar los planes de mejoramiento de la coordinación de comunicaciones.

Estrategias y acciones de la comunicación en Emvarias

- Estrategias y acciones de la Comunicación Organizacional

Apropiación estratégica	Despliegue del direccionamiento estratégico y el plan de empresa.
	Acompañamiento comunicacional al desarrollo de los proyectos estratégicos, avances en la operación y los servicios de la empresa.
	Apoyo al fortalecimiento de la capacidad conversacional: grupos primarios y liderazgo Emvarias.
	Participación en la estrategia de comunicación Grupo EPM.
Transformación cultural	Acciones de comunicación orientadas a fortalecimiento de la identidad corporativa, la cultura organizacional y la cultura del control y la transparencia
	Campañas de comunicación orientadas al entendimiento de las normativas internas, la función pública, seguridad y salud en el trabajo, control interno, transparencia y políticas institucionales.
	Implementación del modelo gestión del cambio en proyectos de Grupo EPM.
	Acompañamiento comunicacional a los planes de seguridad operacional, salud en el trabajo y seguridad vial.
	Gestión de eventos corporativos de las áreas y acompañamiento en temas sindicales.
Rendición pública de cuentas	Elaboración del informe de gestión y la asamblea anual de socios
	Elaboración del plan operativo de rendición de cuentas
	Gestión del plan anticorrupción y atención al ciudadano
	Aplicación de las acciones del Modelo Integrado de Gestión MIPG en información y acceso a la información pública.
Sistema de medios internos	Promoción de la apropiación digital entre los colaboradores de Emvarias
	Fortalecimiento de los medios de comunicación interna existentes (carteleros, correos y revista)

	Creación de nuevos medios (Sistema de audio sede, boletín electrónico, pantallas)
	Medición del capital comunicacional de la empresa
	Promoción de la apropiación digital entre los colaboradores de Emvarias
	Fortalecimiento de los medios de comunicación interna existentes (carteleros, correos y revista)
	Creación de nuevos medios (Sistema de audio sede, boletín electrónico, pantallas)
	Medición del capital comunicacional de la empresa

• Estrategias y acciones de la Comunicación Corporativa /Identidad de marca

Identidad de marca en sedes y equipos	Marcación de los nuevos equipamientos en el relleno sanitario, la planta de lixiviados, la base de operaciones, y sedes operativas y administrativas.
	Marcación permanente de vehículos y equipos.
	Montaje aula ambiental educativa del relleno sanitario.
Acompañamiento comunicacional a la estrategia comercial y de atención al cliente	Diseño gráfico, producción y montaje de piezas para la identidad de marca en eventos externos (Feria de Flores, Andesco, otros).
	Apoyo a la conceptualización, diseño y producción de productos de comunicación (impresas, audiovisuales, digitales) para las diferentes iniciativas de la estrategia comercial de la empresa.
	Publicación de CCU, piezas informativas y de identidad de marca en los canales de atención presencial al usuario.
	Acompañamiento en el diseño gráfico y comunicacional del portafolio de servicios y tramites digitales de la empresa.
Acompañamiento comunicacional proyectos estratégicos	Diseño de estrategia de comunicación para Estación de Transferencia
	Diseño de estrategia de comunicación para Planta de Lixiviados y Relleno Sanitario y contenerización de Nuevo Occidente
Relaciones corporativas con Grupos de Interés	Apoyo a acciones de caracterización de grupos de interés internos y externos.
	Apoyo para la organización de eventos empresariales y promovidos por las áreas
	Realización de eventos de proveedores
	Producción de suvenires institucionales: muñecas Linda Calle, Cuadernos, Calendarios, Planeadores.
	Apoyar la formulación de la estrategia de participación de la empresa, según metodología de MIPG
	Desarrollo de las acciones de comunicación convenidas como Grupo EPM.
	Apoyo al desarrollo de acciones para medir la satisfacción de los usuarios.

• Estrategias de Comunicación Pública/Educativa: (Grupos de interés ciudadanía, comunidades e instituciones)

Jornadas lúdico pedagógicas con Linda Calle y Pepe	Obras de teatro, itinerancias y talleres buena gestión de residuos con los personajes institucionales Linda Calle y Pepe.
---	---

Intervenciones comunitarias de cultura ciudadana del aseo	Desarrollo de estrategias de intervención para la Cultura Ciudadana del aseo en el marco de los proyectos del nuevo modelo de gestión de residuos sólidos y la prestación de servicio.
Producción de campañas, piezas y material educativo	Participación en eventos de ciudad con estrategias de sensibilización, información (Feria de Flores y Festival Buen Comienzo)
	Reproducción de la cartilla de gestión de residuos sólidos masificación
	Promoción de las actividades de aprovechamiento lideradas por Emvarias en la ciudad de Medellín, Ruta Recicla y Puntos Naranja.
Articulación y alianzas interinstitucionales	Acciones de trabajo conjunto con instituciones del sector público para realizar intervenciones que aporten a la sostenibilidad en temas asociados a gestión de residuos
	Realizar alianzas con instituciones de diferente carácter para fortalecer alcances en acciones de adecuada gestión de residuos.

- Estrategias Componente Digital (Ciudadanía)

Fortalecimiento página web	Actualización permanente de contenidos de los diferentes hechos informativos, oferta de servicios, eventos, proyectos, de la empresa, en función de incentivar la interacción, cercanía, conciencia ambiental y experiencias con la marca Emvarias.
	Generación de contenidos sobre los proyectos estratégicos ET, Contenerización, Ruta recicla, planta de lixiviados.
	Fortalecer el proceso de analítica web con monitoreo integral de reputación, campañas y puntos de contacto, en tiempo real, incorporando seguimiento detallado y herramientas.
Transparencia y acceso a la información pública	Actualización y monitoreo continuo a la información de carácter público requerida por la norma, PAAC, y MIPG en sus diferentes dimensiones.
	Diseño y ejecución de campañas digitales para rendición de cuentas, participación por canales digitales, e interacción en la página web y las redes sociales de la empresa
	Desarrollar la estrategia de E mail marketing desde la estructuración de sus bases de datos al aprovechamiento estratégico para el relacionamiento con los grupos de interés
Gestión de las redes sociales Twitter, Facebook, Instagram, YouTube	Diseño de campañas de mercadeo digital, como apoyo a las iniciativas de Gestión Operativa y otras áreas.
	Publicación permanente de Información noticiosa (novedades, operación); información pedagógica (campañas, articulaciones); Información normativa (Gobierno Digital).
	Respuesta permanente a la ciudadanía, a partir de la identificación de alertas, quejas y peticiones a través de redes sociales.
	Articulación periódica con Ecosistema Digital EPM y Conglomerado público.
	Monitoreo permanente de alertas operativas y de reputación a través de redes sociales (noticias, comentarios, temas de interés y relacionados).
Relacionamiento digital con grupos de interés	Participar activamente de encuentros con Grupo EPM sobre Ecosistema Digital.
	Envío permanente de comunicación de interés a los grupos

	Establecer base de datos y segmentación de los grupos de interés de Emvarias
--	--

- Estrategias del componente de Comunicación informativa

Relación con medios de comunicación masiva	Atención diaria a periodistas y medios de comunicación, (envío y selección de información según cada medio, conexión con voceros).
	Generación y posicionamiento de noticias de Emvarias en Medios de Comunicación (Free press).
	Redacción de Boletines de prensa y definición de estrategia en casos de información pertinente para medios de comunicación.
	Apoyo a la estrategia de comunicación y relación con medios de comunicación para los casos contemplados en el PADEC.
	Publicación de avisos de ley
Fortalecimiento de vocerías directivas y técnicas	Taller de vocería para directivos y técnicos de la empresa
Acercamiento a medios de comunicación comunitarios	Encuentro con medios de comunicación comunitarios en las zonas de prestación del servicio y proyectos estratégicos de la empresa.

45

- Estrategias de coordinación y administración de la Comunicación

Gestión de la contratación de la coordinación	Elaboración del plan de contratación, ejecución y seguimiento al mismo.
	Apoyo a las acciones de Interventoría de los contratos y pago a proveedores.
	Relacionamiento con proveedores y contratistas de la coordinación
	Apoyo en las acciones que implican producción de materiales impresos y logística para las acciones de comunicación.
Gestión de presupuesto	Elaboración, seguimiento a la ejecución del presupuesto del área.
	Elaboración de reportes al área financiera (estimados, pagos, entre otros)
Planeación de las comunicaciones	Elaboración y seguimiento del plan de comunicaciones
	Elaboración y seguimiento a los planes de mejoramiento derivados de las diferentes auditorías al proceso.
	Fortalecer y complementar el plan de comunicaciones de Emvarias con el despliegue operativo y táctico para cada uno de los ámbitos de la comunicación, y principalmente con el establecimiento de los controles adecuados, tales como el establecimiento de los indicadores de cumplimiento, la periodicidad del seguimiento, los soportes para cada instancia de ejecución (Planeación de actividades, aprobación de gerencia y jefes de área, solicitudes de requerimientos, seguimientos, actas, entre otros), protocolo de archivo y repositorio para guardar la información e informes y reportes de ejecución.
Cualificación del proceso del área	Realizar mediciones de la efectividad de las estrategias de comunicación internas y externas.
	Diseño de instrumentos, formatos y demás herramientas que se requiera la coordinación de comunicaciones para el mejoramiento de los servicios de comunicación al interior de la empresa.
	Organizar el archivo documental de la coordinación, la bodega y los demás insumos de información y bienes de la coordinación.

	Implementación de una serie de actividades que permitan articular todas las necesidades y requerimientos normativos a los que tiene que responder la coordinación de comunicaciones (lista de chequeo)
--	--

Matriz de actividades Plan de Comunicaciones de Emvarias



Ámbito Comunicación Organizacional

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanía/Clientes/Usuarios	Desarrollo de Informe de Gestión 2018-2019	8.000.000	Impresos y publicaciones	Febrero- Marzo
Colaboradores/Gente Emvarias	Apoyo a actividades de Servicios Corporativos (Día de la Mujer, madres, día del conductor, novenas navideñas)	3.000.000	Merchandising	Según la celebración
Colaboradores/Gente Emvarias	Campaña Área de Auditoría control Interno	9.600.000	Impresos y publicaciones	Febrero- Marzo - Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Promoción del manual de actuaciones del funcionario público	2.000.000	Impresos y publicaciones	Junio - Julio
Colaboradores/Gente Emvarias	Promover el proceso de formación de MIPG			Junio -Julio
Colaboradores/Gente Emvarias	Desarrollar las campañas PGIRS y PMIRS	10.000.000	Merchandising	Febrero- Marzo - Oct
Colaboradores/Gente Emvarias	Campaña Plan de Seguridad Vial/Operación	17.850.000	Pautas en Medios	Octubre
Colaboradores/Gente Emvarias	Celebración del Cumpleaños de Emvarias 55 años	14.000.000	Merchandising	Jun – Jul - Ago.
Colaboradores/Gente Emvarias	Acompañamiento a las acciones de transformación cultural y campañas de las áreas	10.000.000	Impresos y publicaciones	Feb. Mar. Abr. Sep.
Colaboradores/Gente Emvarias	Apoyo a los procesos de difusión y promoción al interior de la empresa orientadas a los planes anticorrupción y transparencia	1.000.000	Impresos y publicaciones	Oct - Nov
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos/Comunidad /Clientes/Usuarios	PAAC Gestión del riesgo de corrupción-mapa de riesgo de corrupción. Elaboración de manuales y guías. Y Socializar a través de diferentes alternativas y canales de comunicación interna las guías y manuales elaborados sobre el mapa de riesgo.	2.000.000	Recurso interno practicante diseño	Ene -feb - mar
Colaboradores/Gente Emvarias	Apoyo a implementación del PADEC	12.000.000	Impresos y publicaciones	Junio - Julio
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos/Comunidad /Clientes/Usuarios	Trabajo de caracterización de relacionamiento con grupos de interés (Socios, Accionistas, Junta Directiva, Contraloría, Procuraduría, Superintendencia)	15.000.000	Impresos y publicaciones	Feb. Mar. Abr. Mayo. Jun.

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Gente Emvarias	Organizar material audiovisual para apoyar la inducción	NA	Recurso interno practicante comunicación	Feb. Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Promoción Comité de convivencia y COPPAS	NA	Recurso interno practicantes	Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias/Líderes y profesionales	Taller de vocería	NA	Gestión con comunicaciones EPM	Marzo
Colaboradores/Gente Emvarias	Apoyo a actividades de Servicios Corporativos Día de la Familia Emvarias	10.000.000	Merchandising	Según la celebración
Colaboradores/Gente Emvarias	Apoyo a la implementación de la política del plan de acción Derechos Humanos, en las acciones que corresponden a comunicación, enmarcarlos en los ODS.	17.850.000	Pautas en Medios Alternativos	Feb. Mar. Abr. Oct. Nov. Dic
Colaboradores/Gente Emvarias	Medición del capital de comunicación interna	10.000.000	Pautas en Medios Alternativos	Nov
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos/Comunidad /Clientes/Usuarios	Estación de transferencia: En el primer trimestre apoyo en el proceso de aprobación del acuerdo 166 de 2018, que aprueba el lote para la construcción del proyecto.	NA	Recurso interno personal y diseño de la Coordinación	Ene-Feb-Abril-Marzo
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos/Comunidad /Clientes/Usuarios	Estación de transferencia: Aplicar la guía de comunicaciones para proyectos de infraestructura del Grupo EPM, durante la época de diseño, de construcción y de entrada en operación.	NA	Recurso interno personal de la Coordinación	Agosto -Sept-Oct-Nov
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Planta de lixiviados completa con fase 1 y 2: 1) identificación de marca en toda la planta Adecuaciones en el relleno sanitario 1. Marcación de los nuevos espacios oficinas administrativas, restaurante, el aula ambiental.	15.000.000	Pautas en Medios Alternativos	30 de agosto
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Planta de lixiviados completa con fase 1 y 2: 2. la elaboración de contenidos para generar información sobre ésta en los medios de comunicación internos, y para medios de comunicación externos.	2.000.000	Merchandising	Oct
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Planta de lixiviados completa con fase 1 y 2: 1. Evento de inauguración o reinauguración.	10.000.000	Pautas en Medios Alternativos	Nov

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Adecuaciones en el relleno sanitario: 2. Acompañamiento de orden y aseo para la nueva ocupación de las oficinas.	NA	Recursos internos Servicios Corporativos y comunicaciones	Agosto-Nov
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Adecuaciones en el relleno sanitario: 3. Montaje del aula ambiental y la propuesta de manejo de ésta.	50.000.000	Pautas en Medios Alternativos	Agosto -Nov
Colaboradores/Gente Emvarias/Ciudadanos	Adecuaciones en el relleno sanitario: 4. Generación de contenidos sobre las adecuaciones en Pradera (Planta de Lixiviados, Nuevas oficinas, etc.).	NA	Recurso interno personal de la Coordinación	Oct- Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	Sensibilizar a toda la entidad en los alcances y beneficios de la implementación de la política de Gobierno Digital.	2.000.000	Recurso interno personal Gobierno en Línea	Oct- Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	Revista La Fuerza Naranja	8.000.000	Impresos y publicaciones	Abr. Mayo. Jun. Oct. Nov. Dic.
Colaboradores/Gente Emvarias	Mi Bitácora (Intranet)	20.000.000	Diseños y estudios	Marzo. Abr. Mayo. jun
Ciudadanos/comunidad/Clientes/ Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Planeación, ejecución y evaluación de la estrategia de la Rendición de Cuentas: 1) Aprestamiento institucional para promover la rendición de cuentas. 2. Identificar espacios de articulación y cooperación para la rendición de cuentas.	1.000.000	Impresos y publicaciones	Marzo. Abr. Mayo. Oct-Nov
Ciudadanos/comunidad/Clientes/ Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Planeación, ejecución y evaluación de la estrategia de la Rendición de Cuentas: Construir la estrategia de rendición de cuentas Paso 1. Identificación de los espacios de diálogo en los que la entidad rendirá cuentas. Paso 2. Definir la estrategia para implementar el ejercicio de rendición de cuentas. Paso 3. Generación y análisis de la información para el diálogo en la rendición de cuentas en lenguaje claro. Paso 4. Publicación de la información a través de los diferentes canales de comunicación.	NA	Recurso interno personal de la Coordinación	-Feb - Marzo. Abr. Mayo. Oct-Nov
Ciudadanos/comunidad/Clientes/ Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Planeación, ejecución y evaluación de la estrategia de la Rendición de Cuentas: Información de calidad y en lenguaje comprensible (8 actividades).	NA	Recurso interno personal de la Coordinación	Ene-Feb- Mar

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanos/comunidad/Clientes/Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Planeación, ejecución y evaluación de la estrategia de la Rendición de Cuentas: Diálogo de doble vía con la ciudadanía y sus organizaciones (5 actividades).	15.000.000	Pauta en Medios Alternativos y otras	Abril-Agosto-Sep-Nov
Ciudadanos/comunidad/Clientes/Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Planeación, ejecución y evaluación de la estrategia de la Rendición de Cuentas: Evaluación y retroalimentación de la Gestión Institucional	NA	Recursos internos de la coordinación	Dic
Colaboradores/Gente Emvarias	La entidad ha implementado estrategias pedagógicas y comunicativas para reforzar el significado que tiene para los servidores el ejercicio de la función pública y su responsabilidad con la ciudadanía	2.000.000	Pauta en Medios Alternativos y otras	Junio -julio
Colaboradores/Gente Emvarias	Los funcionarios al interior de la entidad consideran la transparencia y el acceso a la información como una herramienta fundamental para mejorar la democracia, la rendición de cuentas, prevenir la corrupción y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.	1.000.000	Pauta en Medios Alternativos	Oct -Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	La entidad ha capacitado a sus funcionarios respecto de la Ley de Transparencia y acceso a la información, Ley 1712 de 2014	NA	Recursos internos de la coordinación	Oct

Ámbito Comunicación Corporativa

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Ciudadanos	Identidad de marca en Sedes de Emvarias	15.000.000	Merchandising	Feb. Mar. Abr. May.
Colaboradores/Ciudadanos	Producción de piezas para la identidad de marca en eventos externos	15.000.000	Merchandising	Según la necesidad
Colaboradores/Ciudadanos	Marcación vehículos recolectores desde Mantenimiento	40.000.000	Merchandising	Noviembre

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Ciudadanos	Producción de piezas informativas y educativas para puntos naranja	21.000.000	Cultura ciudadana aseo	Permanente
Colaboradores/Ciudadanos	Producción de suvenires institucionales: muñecas Linda Calle, Cuadernos, Calendarios, Planeadores.	25.000.000	Merchandising	Noviembre
Colaboradores/Ciudadanos	Participación de la empresa en Feria de Flores 2019	40.000.000	Merchandising e impresos y publicaciones	Jun. Jul. Ago.
Colaboradores/Ciudadanos	Acompañamiento de comunicaciones a Jornada de planeación y direccionamiento estratégico de la empresa	8.400.000	Merchandising	
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios/Proveedores/Colaboradores	Producción de brochure de la empresa	8.000.000	Gestión Operativa	Julio
Proveedores	Encuentro de proveedores y contratistas 2019	6.000.000	Merchandising	Oct. Nov
Clientes/Usuarios/Gente Emvarias	Publicación de avisos de Ley	60.000.000	Impresos y publicaciones	Permanente
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Acompañar la organización del evento de mantenimiento en septiembre	10.000.000	Merchandising e Impresos y publicaciones	Jul-Agosto-Sep
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	1). Publicación de CCU y piezas de identidad de marca en los canales de atención presencial al usuario.	3.000.000	Impresos y publicaciones	Jul-Agosto-Sep
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	2). Acompañamiento en el diseño gráfico y comunicacional del portafolio de servicios digital.	NA	Recursos internos de la Coordinación	Sep-Oct-Nov
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	3) Acompañamiento en la estrategia de relacionamiento con clientes de disposición final para informar sobre el cambio en el sistema de pesaje del relleno sanitario.	NA	Recursos internos de la Coordinación	Mayo-Jun-Jul
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Elaboración de piezas publicitarias para los módulos de atención de PQR y otras locaciones de atención de público.	NA	Recursos internos de la Coordinación	Sep-Oct-Nov

Ámbito comunicación pública / cultura del aseo

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanía/Clientes/Usuarios	Estrategia de participación ciudadana (Realizar el diagnóstico del estado actual de la participación ciudadana en la entidad y construir el plan de participación: 1. Identificación de actividades que involucran procesos de participación, 2. Definir la estrategia para la ejecución del plan, 3. Divulgar el plan y retroalimentar)	NA	Recursos internos de la Coordinación	Julio-Agosto
Colaboradores/Gente Emvarias	Prestación de servicios profesional diseñador gráfico de apoyando desarrollo de contenidos	26.400.000	Honorarios	Feb. Mar. Abr.
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Linda Calle: Obras de teatro, itinerancias y talleres buena gestión de residuos	200.000.000	Cultura ciudadana aseo	Todo el año – Contrato independiente
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Participación en eventos de ciudad: Buen Comienzo.	35.250.000	Cultura ciudadana aseo	Ago. Sep. Oct.
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Campaña de comunicación pública con temas de escombros	20.800.000	Cultura ciudadana aseo	Septiembre - Octubre-Diciembre 7
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Proceso desarrollo estrategia de intervención para la Cultura Ciudadana del aseo desde Emvarias	420.350.000*	Cultura ciudadana del aseo	Todo el año – Contrato independiente
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Promoción de las actividades de aprovechamiento lideradas por Emvarias en la ciudad de Medellín.	21.000.000	Cultura ciudadana aseo	Según la necesidad
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	Reproducción de la cartilla de gestión de residuos sólidos masificación	17.000.000	Impresos y publicaciones	Septiembre
Colaboradores /Gente Emvarias	Sensibilizar a los colaboradores de Emvarias frente a la transformación digital	NA	Recursos propios de la Coordinación	Octubre
Colaboradores /Gente Emvarias	Fortalecer los procesos de conversación organizacional, para generar corresponsabilidad para el logro de los propósitos organizacionales	2.000.000	Impresos y publicaciones	Octubre
Ciudadanos/Comunidad/Clientes/Usuarios	<u>Rutas selectivas de reciclaje</u> : Acompañar el alcance de la nueva operación en otros sectores aledaños como el parque Lleras y Lalinde.	Incluidos en este presupuesto*	Cultura Ciudadana del aseo	Según definiciones del área de operaciones

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanos/Comunidad/Cientes/Usuarios	<u>Rutas selectivas de reciclaje:</u> Acompañar el componente comercial con el segmento domiciliario y con incentivos con la tarjeta Somos y la promoción del reciclaje en los eventos de ciudad como Feria de las Flores.	Incluidos en este presupuesto*	Cultura Ciudadana del aseo	Según definición del área comercial
Ciudadanos/Comunidad/Cientes/Usuarios	<u>Puntos Naranja y Punto Limpio:</u> seguir apoyando la alianza Grupo Retorna Andi para los posconsumo, las iniciativas para promocionar la entrega de material en los puntos existentes, y la activación comunitaria de los puntos, al igual que la instalación de 4 nuevos contenedores.	Incluidos en este presupuesto*	Cultura Ciudadana del aseo	En Coordinación con Gestión Operativa
Ciudadanos/Comunidad/Cientes/Usuarios	<u>Contenerización:</u> para el año 2019 se tiene prevista la contenerización de Nuevo Occidente, ello implica para el equipo de comunicaciones todo el acompañamiento en la parte de educación e implementación operativa del proyecto, desde el componente de cultura ciudadana del aseo; y el acompañamiento en generación de contenidos a nivel digital e informativo, con la gestión de medios comunitarios y masivos.	Incluidos en este presupuesto*	Cultura Ciudadana del aseo	Según definiciones del área de operaciones
Ciudadanía/Comunidad/Cientes/Usuarios	Con relación a la articulación interinstitucional se plantea realizar intervenciones ambientales integrales, que aportan a la sostenibilidad y en las que se promueva la apropiación por parte de la comunidad, [...] y se vinculen las dependencias de la administración municipal, para que desde su misión mitiguen y prevengan posibles impactos ambientales para la ciudadanía	Incluidos en este presupuesto*	Cultura Ciudadana del aseo	Permanente

Ámbito Comunicación Pública /Digital

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores//Ciudadanos/Comunidad/Cientes/Usuarios	Hacer un buen papel en el concurso “Máxima Velocidad”	NA	Recursos de la Gobierno Digital	May-agos
Ciudadanos/Comunidad/Cientes/Usuarios	4) Promoción del servicio de ruta de residuos peligrosos.	2.000.000	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Cientes y usuarios	Transparencia y acceso de la información/ Lineamientos de Transparencia Activa. Garantizar la publicación oportuna en la página web institucional de información mínima obligatoria sobre la estructura (Ley 1712 y Resolución 3664)	NA	Recursos internos de la Coordinación	Permanente
Ciudadanía/Comunidad	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.	20.000.000	Pautas en Medios Alternativos	Feb. Mar. Abr. May. Jun. Jul.
Cientes y usuarios	Producción de material audiovisual para la promoción y divulgación en redes sociales y página web (Agencia digital).	128.377.200**	Pautas en Medios Alternativos	Todo el año – Contrato independiente
Ciudadanía/Comunidad	Campaña Día Mundial del Medio Ambiente	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Abr. May. Jun
Ciudadanía/Comunidad/Cientes/Proveedores/Colaboradores	Rendición de cuentas / Requerimientos normativos	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad	Generación de contenidos de cultura ciudadana del aseo, en función de comportamientos de adecuada gestión y los espacios públicos libres de residuos.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Cientes/Usuarios	Contenidos orientados a promover la disminución en la generación de residuos mediante acciones de consumo y producción sostenible.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Cientes/Usuarios	Desarrollo de las actividades orientadas a Gobierno Digital prioritarias para comunicaciones	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Generación de contenidos de difusión del código de policía, en los aspectos relacionados con la gestión de residuos sólidos.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Generar contenidos que muestren a Emvarias como una empresa con criterios sólidos para la adquisición de tecnología que permita que la actividad sea más sostenible.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Generar publicaciones sobre las acciones en los corregimientos, la atención a zonas verdes, y atención a la renovación del centro. Y sobre el número de toneladas dispuestas en el relleno sanitario, la cobertura en kilómetros de barrido y el servicio de aseo en general	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Generar contenidos sobre la intervención en puntos críticos apoyados con la gestión institucional	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Promover el apoyo al posicionamiento de la labor de los recicladores en el municipio.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Generar contenidos que ilustren sobre la gestión de los residuos especiales: los peligrosos, los residuos de construcción y demolición, entre otros.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	PAAC Consulta y divulgación: Publicar el Mapa de Riesgos institucional y el mapa de riesgos de corrupción en la página web de la empresa y garantizar la publicación de sus modificaciones en el tiempo y así mismo el informe de seguimiento semestral.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	PAAC Interoperabilidad: actualización en la página web los accesos directos al conglomerado público y demás entidades públicas. Contar con una ventanilla única con suficiencia informativa y útil al ciudadano. (Coincide con GEL)	2.000.000	Diseños y estudios	Marzo

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Publicar en la página web y en las redes sociales información sobre oferta de servicios y atención a canales de atención	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Colaboradores/Gente Emvarias	Realizar campañas de difusión y estrategias que busquen la apropiación de las mejoras de los trámites en los servidores públicos de la entidad responsables de su implementación y entre los usuarios.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Seguimiento a la publicación de información de acceso público	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Realizar mediciones que permitan establecer que la entidad se tiene en cuenta si su gestión ayudó a resolver los problemas y necesidades de sus usuarios			
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	La entidad cuenta con una encuesta de satisfacción del ciudadano sobre transparencia y acceso a la información en su sitio Web oficial			
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Fortalecimiento de los canales de atención: Habilitar espacio de preguntas y respuestas frecuentes en la página web/Implementación del chat, atención al ciudadano a través de la web.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Marzo
	Publicación de información sobre oferta de servicios: 2) La entidad publicó un reglamento interno para la gestión de las peticiones y quejas recibidas.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Marzo
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Canales de atención: 1) La entidad pública y mantiene actualizada la carta de trato digno al usuario, en la que se indiquen sus derechos y los medios dispuestos para garantizarlos.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Marzo
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Canales de atención: 2) La entidad ofreció la posibilidad de realizar peticiones, quejas, reclamos y denuncias a través de dispositivos móviles.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Gestión de PQRS: La entidad cuenta con un formulario en su página Web para la recepción de peticiones, quejas, reclamos y denuncias	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Ciudadanía/Comunidad/Clientes/Usuarios	Política de datos personales: la entidad divulga su política de tratamiento de datos personales mediante aviso de privacidad, en su página web y personalmente al titular en el momento de la recolección de los datos.	Incluidos en este presupuesto**	Pautas en Medios Alternativos	Permanente

Ámbito de administración de la Coordinación

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Gente Emvarias	Organizar el archivo de contratación de la coordinación del 2016 al 2019.	NA	Recursos propios de la Coordinación	Agosto- Oct- Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	Diseño de instrumentos, formatos y demás herramientas que se requieran para dotar a la coordinación de comunicaciones.	30.000.000 ***	Impresos y Publicaciones	Junio
Colaboradores/Gente Emvarias	Implementación de actividades que permitan articular las necesidades y requerimientos normativos a los que tiene que responder la coordinación de comunicaciones.	NA	Recursos propios de la Coordinación	Agosto- Oct- Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	Establecer mecanismos periódicos de alerta, seguimiento y monitoreo a la oportunidad y cumplimiento de las publicaciones normativas.	NA	Recursos propios de la Coordinación	Agosto- Oct- Nov
Colaboradores/Gente Emvarias	Conformar un equipo de colaboradores con funciones claras, responsabilidades establecidas y mecanismos de gestión que permitan realizar un adecuado control a la publicación de información pública y al cumplimiento normativo desde la coordinación de comunicaciones.	NA	Recursos propios de la Coordinación	Agosto- Oct- Nov

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Gente Emvarias	Fortalecer y complementar el plan de comunicaciones de Emvarias con el despliegue operativo y táctico para cada uno de los ámbitos de la comunicación (Designación de responsables, cronograma de actividades, presupuestos.	Incluido en este presupuesto***	Impresos y Publicaciones	Durante el año, en acciones periódicas.
	Fortalecer y complementar el plan de comunicaciones con el establecimiento de los controles adecuados, tales como el establecimiento de los indicadores de cumplimiento, la planeación del seguimiento, los soportes para cada instancia de ejecución (Planeación, aprobaciones de la gerencia y jefes de área, solicitudes de requerimientos, actas, entre otros), protocolo de archivo y repositorio para guardar la información e informes y reportes de ejecución.	Incluido en este presupuesto***	Impresos y Publicaciones	Durante el año, en acciones periódicas.
Colaboradores/Gente Emvarias	Identificación de necesidades de comunicación con las áreas/ Como parte de la etapa de la elaboración del plan de comunicaciones, realizar reuniones con los líderes y responsables de cada área, para identificación necesidades de acompañamiento en comunicación, tomando como criterio a seguir en primera instancia requerimientos de orden normativo y actividades misionales que demande cada área. (En estas reuniones se deben establecer con elementos mínimos: el objetivo y alcance de la actividad, el para qué y el porqué de la actividad, y si el área cuenta con presupuesto propio para realizarla, las fechas en que se requiere llevar a cabo, el profesional del área que será el enlace de la actividad con comunicaciones.	NA	Recursos propios de la Coordinación de Comunicaciones	Marzo Octubre
Colaboradores/Gente Emvarias	Aprobación del Gerente/ Una vez sistematizadas los insumos tanto de las áreas como de otros componentes normativos y de direccionamiento que la coordinación de comunicaciones revisa y tiene en cuenta para la elaboración del Plan de Comunicaciones, se presentará y se formalizará la aprobación del plan con el gerente, mediante acta de aprobación firmada por él	NA	NA	Permanente en la aprobación del plan como en los seguimientos parciales.

GRUPO DE INTERÉS	ACTIVIDAD	PRESUPUESTO PLANIFICADO	CUENTA	CRONOGRAMA TENTATIVO
Colaboradores/Gente Emvarias	Establecer seguimientos y controles ejecución del plan/ formalizar y documentar con el equipo de comunicaciones los controles a la ejecución de cada una de las actividades contempladas en el plan.	NA	NA	Permanente en la aprobación del plan como en los seguimientos parciales
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Litografía	60.000.000	Recursos de las diferentes cuentas	Feb. Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Agencia conceptual	60.000.000	Recursos de las diferentes cuentas	Feb. Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Diseñador Gráfico	26.400.000	Honorarios	Feb. Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Comunicador Digital	26.400.000	Honorarios	Feb. Mar. Abr.
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Operador logístico	Por definir	Recursos de las diferentes cuentas	Mar. Abr. Mayo. Jun
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual Mi bitácora	20.000.000	Diseños y estudios	Mar. Abr. Mayo.
Colaboradores/Gente Emvarias	Precontractual de todos los contratos completos	NA	Recursos de las diferentes cuentas	Agos. Sep. Oct. Nov. Dic.
Colaboradores/Gente Emvarias	Planeación presupuesta 2020	NA	Recursos propios de la Coordinación	Sep. Oct. Nov.
Colaboradores/Gente Emvarias	Plan de contratación 2020	NA	Recursos propios de la Coordinación	Oct. Nov. Dic.
Colaboradores/Gente Emvarias	Cierre presupuestal	NA	Recursos propios de la Coordinación	Dic.
Ciudadanía	Identificar acciones que permitan subir el índice de satisfacción y de reconocimiento de Emvarias a un nivel más alto, por encima del 87%	NA	Recursos propios de la Coordinación	Permanente
Colaboradores/Gente Emvarias	Prestación de servicios profesionales comunicador corporativo	69.517.236	Honorarios	Enero - Enero
Colaboradores	Prestación de servicios profesionales comunicadora digital apoyando desarrollo de contenidos	26.400.000	Honorarios	Feb. Mar. Abr.
Ciudadanía/Comunidad/Cientes/ Usuarios	Estrategia de participación digital	40.000.000	Impresos y publicaciones	Por definir avance durante 2019