

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES EPA

1. Planteamiento estratégico

La comunicación institucional es un componente clave para fortalecer la gestión ambiental de la entidad, generar confianza en la ciudadanía, promover buenas prácticas y fomentar la participación activa en temas ambientales, alineados con el propósito institucional y su razón de ser como autoridad ambiental del Distrito.

La comunicación ambiental se entiende como “la difusión de información y la implementación de prácticas de comunicación relacionadas con el ambiente” que involucra la interacción de diferentes actores con respecto a temas ambientales, con el fin de promover actitudes y comportamientos que favorezcan la sostenibilidad.

2. Objetivos de comunicación

2.1 Objetivo General

Diseñar, implementar y consolidar una estrategia integral de comunicaciones que contribuya a sensibilizar, educar e involucrar a la ciudadanía de Cartagena en el cuidado, protección y recuperación del ambiente, así como en el cumplimiento de la normativa ambiental durante los últimos tres trimestres de 2025

2.2 Objetivos Específicos

1. Fortalecer el conocimiento ciudadano sobre normas ambientales y buenas prácticas de conservación en al menos un 30 %, según resultados de encuestas de percepción
2. Incrementar en un 25 % la participación comunitaria en actividades ambientales (reforestación, reciclaje, monitoreo de calidad de agua y ruido, etc.)
3. Promover y visibilizar al menos 5 iniciativas de economía circular, con impacto medible en comunidad, empresas y ecosistema local
4. Mejorar la percepción institucional de transparencia y cercanía mediante la organización de eventos públicos, ruedas de prensa y mesas de trabajo



3. Públicos objetivos

La estrategia segmenta audiencias para adaptar mensajes y canales según sus características y necesidades:

3.1 Públicos Externos

- Ciudadanía general: residentes urbanos del Distrito
- Comunidades y líderes locales: Junta de Acción Comunal, organizaciones vecinales
- Empresas y comercios: restaurantes, unidades productivas, sector turístico y sector industrial
- Estudiantes y jóvenes: colegios, universidades, grupos estudiantiles.
- Medios de comunicación locales y nacionales
- Instituciones públicas, ONG ambientalistas, aliados estratégicos

3.2 Público Interno

- Funcionarios del EPA
- Contratistas y organizaciones aliadas



4. Mensajes Claves

Los mensajes deben ser claros, concisos, accesibles y sin tecnicismos innecesarios, adaptados según público objetivo y canal.

Mensajes institucionales generales

- “Cuidar el ambiente es responsabilidad de todos”
- “EPA Cartagena trabaja por una ciudad sostenible, participativa y transparente”
- “Conoce tus derechos y deberes ambientales: normativa para proteger nuestro entorno”
- “Pequeñas acciones generan grandes resultados en el ambiente”

Mensajes temáticos

- Calidad del aire: “Respira mejor, actúa hoy”
- Gestión de residuos: “Recicla, reduce y reutiliza”
- Ruido: “Menos ruido, más bienestar”
- Economía circular: “Compra verde, apoya lo local”

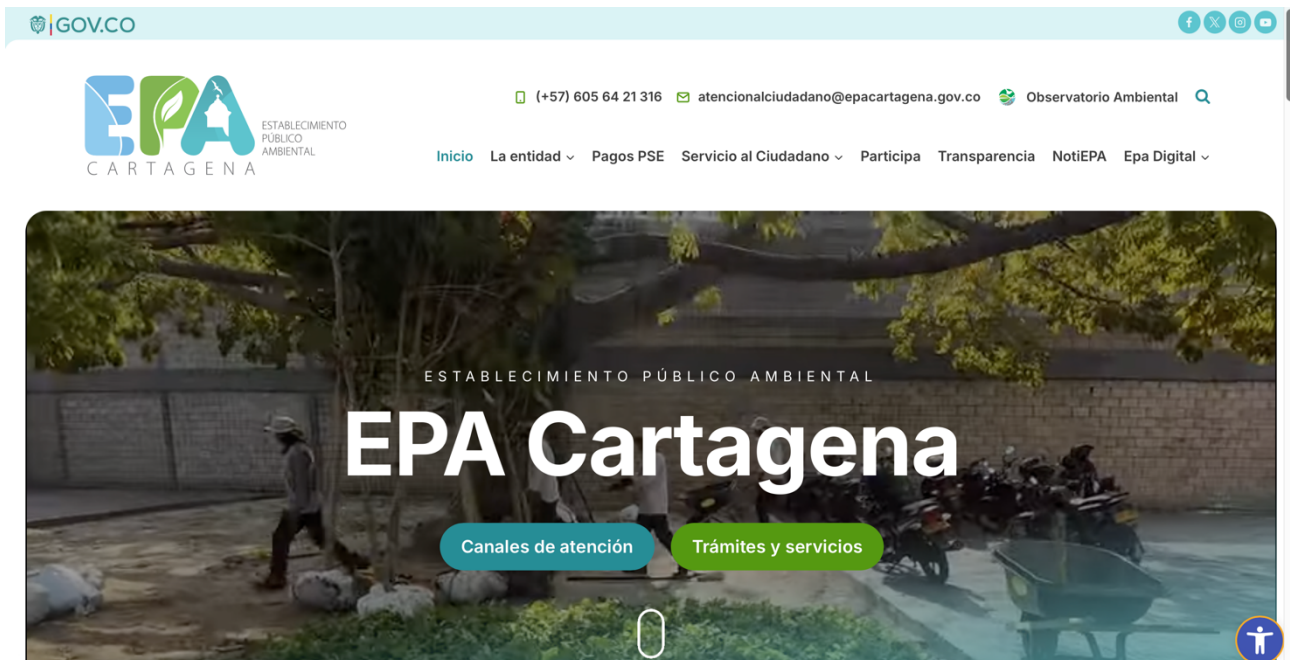


5. Estrategias de Comunicación

Las estrategias se agrupan por tipo de canal y su audiencia objetivo, considerando su alcance e impacto:

5.1 Medios Digitales

- Redes sociales: producción de microvideos, reels educativos, historias interactivas y piezas gráficas
- Sitio web institucional: actualización semanal con noticias, reportes y cronogramas



5.2 Medios Tradicionales

- Prensa escrita y digital: publrreportajes, entrevistas y comunicados de logros ambientales
- Televisión y radio local: cápsulas informativas y entrevistas institucionales
- Material impreso en espacios públicos: afiches, pendones, folletos explicativos



5.3 Educación Comunitaria y Participación

- Talleres presenciales: con JAC, colegios y comunidades sobre prácticas ambientales
- Mesas de trabajo comunitarias: periódicas para diagnóstico y co-diseño de acciones
- Ferias ambientales y actividades temáticas: puntos de encuentro comunitario para educación y sensibilización

6. Gestión interna

Para una implementación eficaz, se define una matriz de responsabilidades:

- Coordinación general: Dirección del EPA
- Contenido editorial y redes: Equipo de comunicaciones
- Relación con medios: Equipo de comunicaciones
- Producción de video y fotografía: Equipo de comunicaciones
- Diseño visual: Equipo de comunicaciones
- Seguimiento y reporte: Oficina de planeación

7. Indicadores de evaluación

Los indicadores deben ser cuantitativos y cualitativos, medibles y vinculados a objetivos:

7.1 Indicadores Cuantitativos

- Alcance y engagement en redes sociales (impresiones, interacciones)
- Número de asistentes en talleres, ferias y mesas comunitarias
- Participación en actividades de sensibilización

7.2 Indicadores Cualitativos

- Percepción ciudadana antes y después de campañas (encuestas)
- Calidad de cobertura mediática
- Retroalimentación de públicos clave



8. Monitoreo y Retroalimentación

- Reuniones semanales para estrategias
- Revisiones mensuales de progreso con informes de desempeño
- Mesas de retroalimentación posteriores a eventos grandes
- Ajustes continuos de mensajes y contenidos basados en datos de desempeño y feedback comunitario

ESTABLECIMIENTO PÚBLICO AMBIENTAL

