



Estrategia de Comunicación

Política Ambiental Institucional



¿Qué no
sabes que la
UTP tiene una
política
ambiental?

Introducción

La Política Ambiental Institucional, constituye el resultado de una serie de procesos que se vienen adelantando en la Universidad Tecnológica con el propósito lograr en un futuro cercano un campus con criterios de sustentabilidad.

La propuesta inicial de Política Ambiental surgió en el 2007 en el proceso de formulación del Plan de Manejo Ambiental UTP como una recomendación para la institución y fue aprobada el 18 de noviembre del 2010, durante sesión del Consejo Superior de la UTP.

Justificación

Para la Universidad, es de alta importancia generar procesos educativos, tecnológicos y de cultura ambiental que promuevan el desarrollo sustentable del campus, a través de la participación activa de cada integrante de la comunidad universitaria.

Así mismo, se trabaja en pro del cumplimiento de compromisos tales como: a) Formar profesionales integrales con ética ambiental, b) Involucrar dentro de la planificación y desarrollo de sus procesos académicos y administrativos el cumplimiento de los requisitos ambientales de tipo legal y normativo y c) Implementar los planes, programas, prácticas y técnicas de gestión ambiental, que propicien acciones de sustentabilidad para la organización y la comunidad en general.

Marco estratégico

La estrategia de comunicación está pensada para:

- Informar, socializar e involucrar de manera efectiva a la comunidad universitaria con la Política Ambiental universitaria.
- Aumentar la participación de la comunidad universitaria en torno a los compromisos de la Política Ambiental.
- Difundir procesos educativos, tecnológicos y de cultura ambiental.

Análisis de la situación actual

Actualmente el Centro de Gestión Ambiental, quien es el encargado de la Política Ambiental de la Universidad cuenta con datos actualizados de estudiantes, administrativos y docentes que han participado de actividades, además de correos electrónicos de empresas, directores, decanos y aliados estratégicos. En recursos humanos tiene cinco profesionales encargadas del contacto directo desde la oficina, así mismo cuenta con una página en el portal web de la UTP, un programa radial semanal y el facebook Gestión Ambiental UTP.

Igualmente los canales de comunicación de la Institución están al servicio de la oficina: Página, campus informa, emisora Universitaria estéreo, mensajes de texto a celulares, facebook, canal de YouTube, twitter e Instagram.

En resumen, se cuenta con buenos recursos para el desarrollo de esta propuesta de comunicación.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

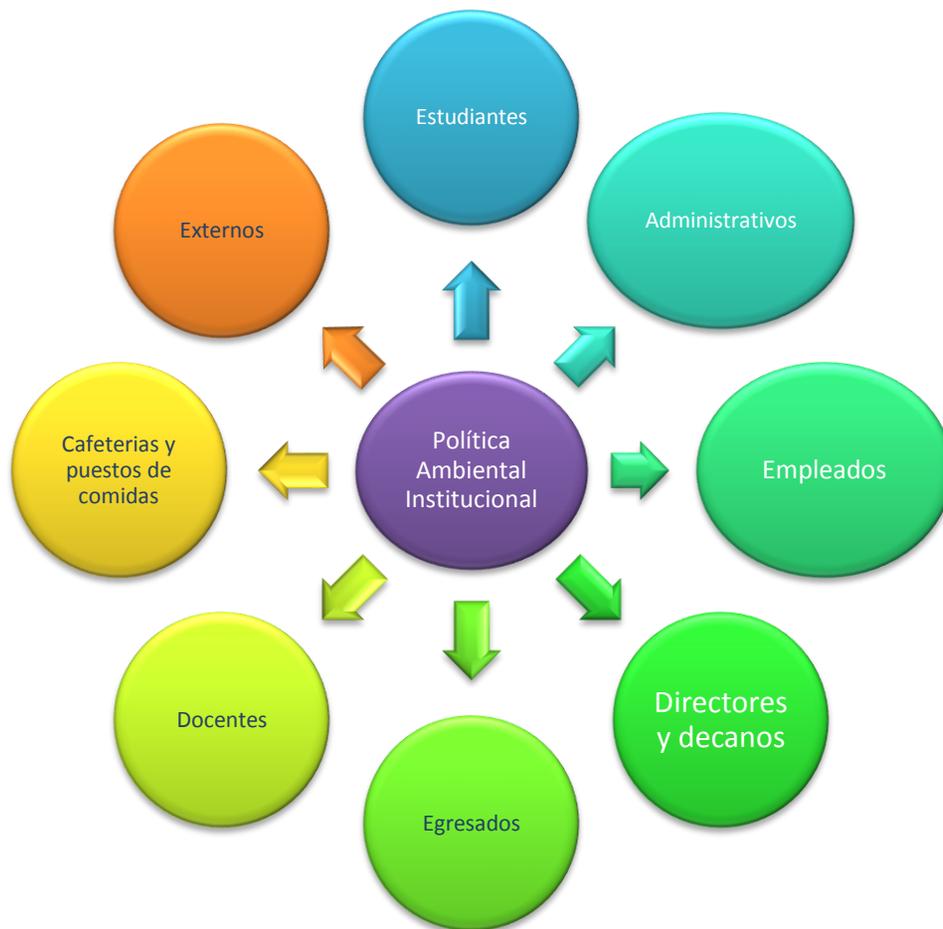
Teniendo en cuenta que el objetivo de la Política Ambiental Institucional es: Generar en la Universidad Tecnológica de Pereira procesos educativos, tecnológicos y de cultura ambiental que promuevan el desarrollo sustentable del campus, a través de la participación activa de cada integrante de la comunidad universitaria.

El objetivo de la estrategia de comunicación es:



Establecer canales de comunicación continuos y efectivos que promuevan el desarrollo sustentable del campus con toda la comunidad universitaria.

Identificación de públicos objetivos



Mensajes y canales

| Público | Tema de mensajes | Canales |
|--------------------------------|--|---|
| Estudiantes | <p style="text-align: center;"> Política Ambiental Institucional Concurso de Fotografía Día ambiental en la Facultad Diseño de retos Cine Foro ambiental Celebración de las fechas ambientales UTP Recicla Mercados Agroecológicos </p> | <p style="text-align: center;"> Página web Facebook Campus informa Correos electrónicos Material impreso </p> |
| Administrativos | | |
| Empleados | | |
| Directores y decanos | | |
| Egresados | | |
| Docentes | | |
| Cafeterías y puestos de comida | | |

Programación según los medios

| Medio de comunicación | Programación |
|------------------------------|---|
| Página Gestión Ambiental | Actualización semanal. |
| Campus informa | Por lo menos una vez a la semana. |
| Mensajes de texto | Cada vez que se requieran, respetando los horarios y no más de un mensaje al día. |
| Correos electrónicos | Extraordinario. |
| Boletín informativo general | Mensual (Si se implementa). |
| Redes sociales | Diario, por lo menos dos veces al día. |
| Llamadas telefónicas | Cada vez que se requiera para confirmar asistencia, participar de beneficios, actualizar datos, participar en procesos de autoevaluación. |
| Grupo de whatsapp | Máximo dos veces al día, en tiempo laboral. |
| Capacitaciones | Cada vez que se requiera. |
| Cartas formales | Cada vez que se requiera. |
| Diario de circulación local | Por lo menos cada dos meses. |
| Carteleras dentro del campus | Mensuales. |

Medición y evaluación

La estrategia de comunicación debe concluir con una sección con la metodología que vamos a utilizar para evaluar los resultados.

Para ello, se realizará mensualmente la medición del impacto de cada uno de los medios, mediante matriz de Excel con porcentajes, según los indicadores establecidos previamente, así se detectará qué medio impacto más y qué público es el menos impactado.

| Medio | Mensaje | Público | Indicador | Seguimiento mensual |
|-------|---------|---------|-----------|---------------------|
| | | | | |

Así mismo en la encuesta de satisfacción al usuario se debe preguntar qué medios utiliza para comunicarse o recibir información, para fortalecer nuestro portafolio de mensajes y medios.

La medición se realizará con reportes trimestrales al equipo de trabajo de maneja digital a través de correo electrónico.

Documento elaborado por:
Yenny Viviana Quiceno Barreto
Coordinadora Comunicaciones
yvquiceno@utp.edu.co