Estrategia Nacional de Difusión e Incidencia Pública

Un plan de comunicación que plantea alianzas estratégicas y acciones de comunicación con diferentes actores

Diagnóstico

Stakeholders

Público Objetivo

Objetivos por públicos

Mensajes

Acciones

Control y Seguimiento

Presupuesto

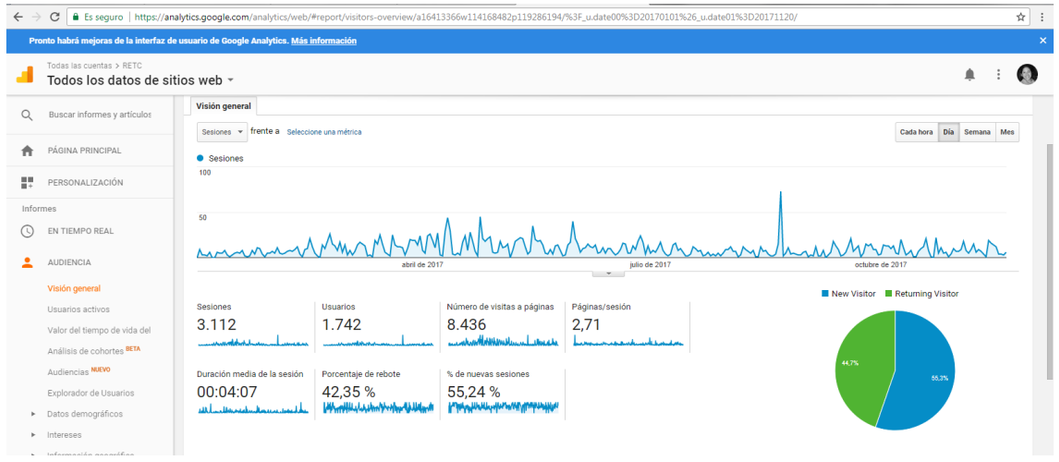
1
Diagnóstico

¿La información ambiental ha logrado adaptarse a las nuevas formas de consumo de información actuales?

¿Cuál es la situación actual del RETC?

Diagnóstico

Para la etapa de diagnóstico se revisó el contexto actual en relación al RETC, Principio 10, la ley de transparencia en entidades públicas, SINIA y acceso a la información ambiental, así como estadística de su página



El rango de edades de las personas que visitan la página del RETC es de 25 a 34 años en su gran mayoría, y como segundo grupo se encuentra el grupo de 18 a 25 años, podría considerárseles millenials. Esta audiencia joven constituye el 61% de los usuarios de este año 2017.

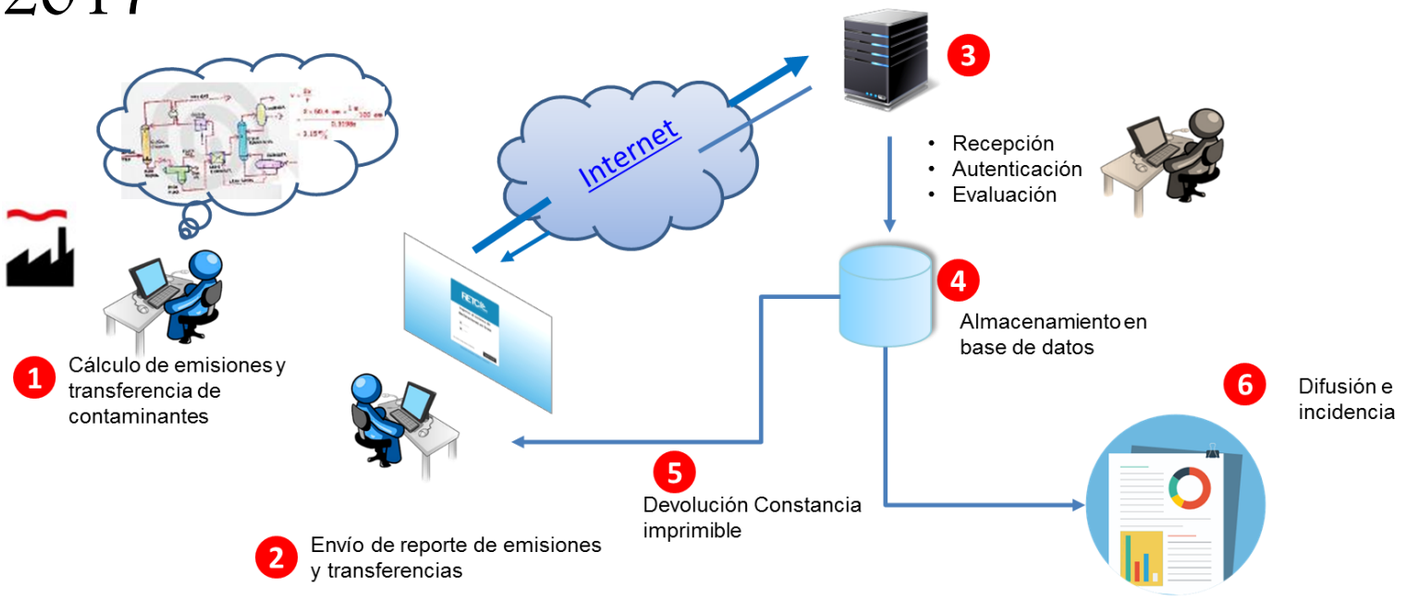
Diagnóstico

3000 personas sensibilizadas
entre las campañas de 2015 y 2017

318 empresas capacitadas
entre 2015 y 2017

144 sustancias
Sujetas a reporte

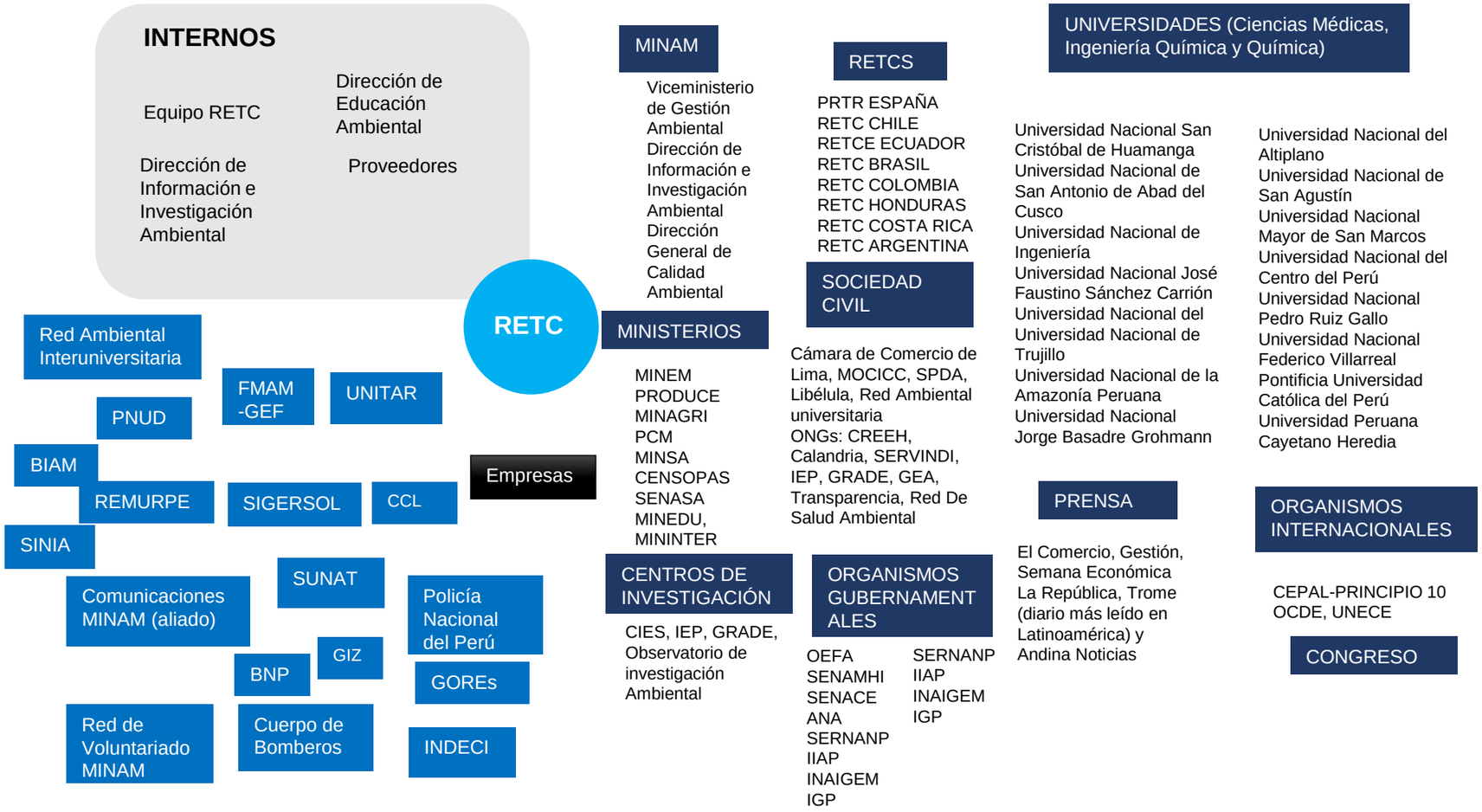
RETC PERÚ
Registro de emisiones y transferencia de contaminantes



2
Stakeholders

¿Con quiénes nos relacionamos?

Stakeholders

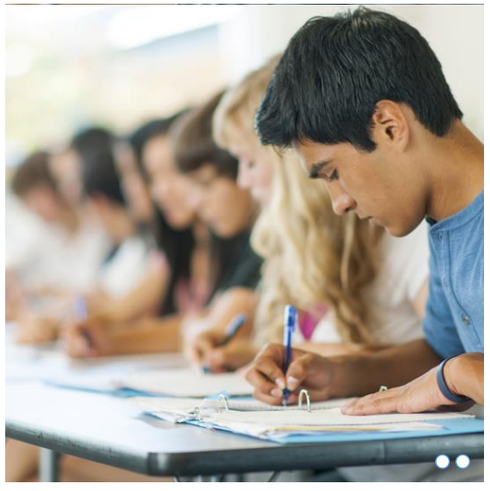


3
Público Objetivo

¿Quién es nuestro público primario?

¿Quiénes son nuestros aliados?

Público Objetivo



Aliados ○ Empresas ○○ Universitarios ⋰ ONGs ⁘ Sectores ⁘ Medios de Comunicación

Universidades y Centros de Investigación

4

Objetivos por Público

¿Qué buscamos en términos de comunicación?

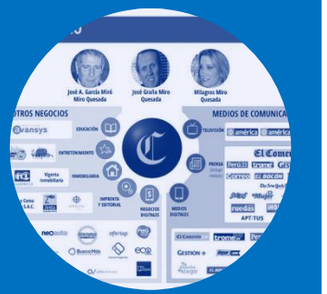
Objetivos por públicos

Empresas

- Difundir las ventajas que trae reportar al RETC para las empresas

Aliados MINAM-Otros RETC

- Difundir los contenidos del RETC en canales de comunicación aliados



Medios de comunicación/ comunicadores ambientales

- Posicionar al RETC en los medios de comunicación masivos, empresariales y/o especializados.

Universitarios

- Difundir de manera dinámica y fácil de entender los contenidos del RETC

Universidades / centros de investigación

- Difundir contenidos del RETC en espacios de diálogo

Sectores

- Difundir la importancia del RETC en la gestión de riesgo del país.

ONGs

- Promover participación ciudadana en campañas de información sobre RETC y prevención de riesgos a la salud a partir de exposición a sustancias peligrosas.

5
Mensajes

¿Cuáles son los mensajes claves?

¿Cómo lo decimos?

Mensajes

Para Empresas	Para Aliados MINAM	Para Sectores	Para Universitarios	Para Universidades y Centros de Investigación	Para ONGs	Para Medios de Comunicación
•Reportar al RETC permite ahorrar dinero, ya que los procesos de producción de una empresa se vuelven más eficientes •Reportar al RETC mejora la reputación y el posicionamiento de la empresa como ambientalmente responsable. •Reportar al RETC ayuda en la gestión de riesgo del país	•Apoyar a difundir los contenidos del RETC contribuye a generar más tráfico en tu sitio web. •Apoyar a la formación/educación de públicos en temas ambientales. •Apoyar a difundir los contenidos del RETC contribuye a generar educación y ciudadanía ambiental	•El mapeo de zonas de riesgo químico, brindado por el RETC, podría incorporarse en planes de prevención/gestión de riesgos del país •La información del RETC permitiría evitar costos y daños ocasionados por accidentes químicos en el país.	•En el RETC se puede encontrar información útil sobre sustancias químicas para trabajos de la universidad •El RETC puede servir para mejorar la gestión de riesgo químico en el país •El RETC me podría ayudar a identificar potenciales áreas de riesgo químico en mi localidad	•Hacer investigaciones tomando como fuente al RETC puede contribuir a incrementar la producción científica de la institución •Se podrían aumentar las investigaciones sobre el riesgo químico en el que se encuentra el país con información del RETC	•La información del RETC permite que los ciudadanos estén informados de las zonas de riesgo químico y posibles daños a la salud en el país. •El RETC puede contribuir a una cultura de prevención de riesgos químicos y de salud en la población	•La consulta del RETC puede permitir prevenir riesgos de salud por contaminación con sustancias peligrosas •El RETC puede contribuir a la gestión de riesgos químicos en el país •La implementación del RETC puede permitir que el Perú acceda a la OCDE

6
Acciones

Si el contenido está en una web es importante ver cuánto tiempo se queda un usuario en la web. Sería importante trabajar más contenidos que generen shares (compartidos) para lograr mayor difusión y alcance.

Acciones

•COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

- Elaboración de Kit de herramientas comunicacional y productos comunicacionales: Brochure, Publicaciones, infografías, videos, resúmenes ejecutivos, policy briefs, merchandising*
- Realizar mapeo de zona de empresas y su actividad económica para convocarlos a las capacitaciones (aporte de la sociedad civil).
- Articulación de alianzas

*No tiene presupuesto asignado

IMAGEN INSTITUCIONAL/EVENTOS

- Actualización de directorio de empresas, sectores, ONGs, etc.
- Institucionalizar eventos RETC:
  - Seminario internacional para el diálogo con las empresas y la sociedad civil*
  - Presentación anual de la publicación del RETC, resaltando las cifras*
  - Encuentro Regional con otros RETC para el intercambio de experiencias.*
  - 13 de diciembre como día RETC: "Día de la Acción frente a la contaminación por sustancias químicas"*
  - Ponencias en Red Ambiental Interuniversitaria
  - Desayunos de trabajo con autoridades y funcionarios de gobierno, policymakers sectoriales, especialistas académicos, líderes de opinión y periodistas, entre otros.*
  - Taller de cierre

Acciones

PRENSA

- Trabajar con líderes de opinión para réplica del mensaje de RETC en medios.
- Actualizar directorio de Portales de noticias de medios
- Gestión de prensa con medios masivos y especializados.
- Elaboración y envío de reseñas, policy briefs (escenarios por sectores para ver como el RETC ayuda a ahorrar dinero o evitar costos en una empresa) o notas de prensa.
- Generar menciones en medios.
- Replicar las noticias más relevantes en canales de comunicación del MINAM, SINIA y aliados

MARKETING/ MARKETING DIGITAL

- Generar estrategias de posicionamiento SEO, SEM, Técnicas de optimización SMO (Social Media Optimization).
- Gestión de contenido en social media:
  - Optimización de contenidos, palabras clave, tags, link – building.
  - Elaboración de contenidos amigables y menos técnicos para difusión.
- Optimización de canales institucionales
  - Potenciar las plataformas virtuales del RETC (página web, usar Youtube y Facebook MINAM y aliados).
  - Creación de un canal de youtube, el cual mostrará información dinámica y fácil de entender de los diferentes temas tratados por el RETC.
  - Mejora del aplicativo de reporte de las empresas
  - Renovación de la página web, que incluya chat en línea en la página o activación de whatsapp institucional para consultas de empresarios.
- Estadísticas de consumo de información.
- Mailing: Envío de noticias o avances a suscritos del proyecto se realizará vía correo electrónico y tendrá una posible periodicidad de un mes.
- Storytelling

7

Control y Seguimiento

¿Qué indicadores me pueden ayudar a medir la efectividad de mis acciones?

Indicadores

Objetivo	Indicador	Resultados esperados
Empresas: Difundir las ventajas que trae reportar al RETC para las empresas	Número de empresas contactadas	400 empresas contactadas al año
	Número de empresas capacitadas durante el ciclo de reporte	200 empresas capacitadas al año (incluye capacitaciones presenciales y virtuales)
	Número de materiales entregados	1000 al año
Aliados: Difundir los contenidos del RETC en canales de comunicación aliados	Número de publicaciones de medios aliados (SINIA, MINAM, BIAM, OCDE, PRTR España, Red Ambiental Interuniversitaria, RETC, otros RETC, etc) que mencionen al RETC	Dos veces al mes. Las menciones pueden contener una cita de lo que es RETC, la sola mención del nombre o algún tema relacionado.
Medios de comunicación y comunicadores ambientales aliados: Posicionar al RETC en los medios de comunicación masivos y/o especializados.	Número de publicaciones de medios empresariales (CCL, Gestión, Stakeholders) que mencionen al RETC	Dos veces al mes. Las menciones pueden contener una cita de lo que es RETC, la sola mención del nombre o algún tema relacionado.
	Número de publicaciones de medios masivos (Andina, El Comercio, La República, RPP, Exitosa, Kapital, Perú 21, Tv Perú)	Seis veces al año. Las menciones pueden contener una cita de lo que es RETC, la sola mención del nombre o algún tema relacionado.

Indicadores

Objetivo	Indicador	Resultados esperados
Universitarios: Difundir de manera dinámica y fácil de entender los contenidos del RETC	Número de asistentes a eventos en universidades	100 personas en Red Ambiental Interuniversitaria
	Número de visitas a la web RETC	1000 vistas diarias
	Número de suscriptores al canal de youtube	1000 suscritos al año
	Número de reproducciones por video	500 reproducciones al mes
	Número de materiales entregados	1000 al año
Universidades y Centros de Investigación: Difundir contenidos del RETC en espacios de diálogo	Número de asistentes por evento organizado por la red, universidades	100 personas en debate de alianzas para la evidencia 100
	Número de universidades/centros de investigación que invitan a espacios de diálogo	5 universidades/centros de investigación al año
Sectores: Difundir la importancia del RETC en la gestión de riesgo del país.	Número de funcionarios contactados	2 funcionarios por sector (MINAGRI, PRODUCE, MINEM, MRREE, ANA, SENAMHI, MINSA, PCM, CENSOPAS, MININTER, SUNAT, entre otros) registrados en actas de reunión o comunicación por correo
ONGs: Promover participación ciudadana en campañas de información sobre RETC y prevención de riesgos a la salud a partir de exposición a sustancias peligrosas.	Número de ONGs que reciben el boletín de noticias	100 personas miembros de ONGs suscritas al boletín
	Número de ONGs que participan del taller RETC	20 ONGs registradas en lista de asistencia
	Número de ONGS que invitan al RETC a sus mesas de debate	5 ONGs que inviten al RETC por carta o correo formal

8
Presupuesto

¿Cómo hacer mucho con poco?

Presupuesto

2018

- Para el 2018 se tiene asignado **$10 000** , de las cuales:
- $2000 en materiales de difusión->presupuestado 2017: $4636.99 (se utilizó en el Encuentro Regional sobre RETC)
- $2000 para realización de videos
- $2000 para la Diagramación e impresión de la Guía para Comunicadores y Periodistas sobre sustancias químicas y RETC (500 unidades)
- $4000 en Diagramación e impresión del libro: Reporte Nacional de Emisiones y Transferencias de Contaminantes

Necesidades

- Comunicador
- Asistente de comunicaciones
- Diseñador gráfico
- Especialista de eventos
- Consultoría de marketing digital
- Consultoría para storytelling
- Equipos de cámaras, software/hardware de edición de videos y diseño

Gracias