ANORÍ S.A.
EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS

Plan emergente del Fenómeno de El Niño



Plan Emergente de Comunicaciones – Fenómeno de El Niño

Este documento busca enmarcar unas actividades que se deberán realizar de forma adicional al plan de comunicaciones de ya traía la empresa, con el fin de dar información que ayude a sobre llevar las implicaciones del Fenómeno de El Niño a usuarios y comunidad en general. Los temas estarán relacionados con el autocuidado de los recursos naturales y la salud

El plan mantiene la misma línea del documento principal: **mensajes claros, oportunos y veraces**, combinados con pedagogía, participación comunitaria y presencia en medios locales.

Objetivo general

Implementar una estrategia emergente de comunicación y educación dirigida a la comunidad de Anorí para prevenir y mitigar los efectos asociados al Fenómeno de El Niño, promoviendo el uso racional del agua, la protección de las fuentes hídricas, la prevención de incendios y el manejo adecuado de los residuos durante la temporada seca.

Objetivos específicos

- Sensibilizar a la comunidad sobre qué es el Fenómeno de El Niño y sus posibles efectos en el territorio.
- Generar campaña que sensibilice sobre el uso eficiente del agua.
- Promover el **ahorro y uso eficiente del agua** en hogares, establecimientos comerciales, instituciones y espacios comunitarios.
- Incentivar prácticas responsables frente al uso de fuentes hídricas.
- Prevenir acciones que puedan generar incendios durante la temporada seca.
- Fortalecer la comunicación de recomendaciones oficiales y alertas relacionadas con la disponibilidad del recurso hídrico.
- Informar oportunamente sobre posibles afectaciones, interrupciones, mantenimientos o situaciones relacionadas con los servicios de acueducto y alcantarillado.
- Reforzar los canales oficiales de comunicación y participación ciudadana.
- Articular las acciones de comunicación con gestión social, área operativa y demás dependencias de la empresa.

Públicos objetivo

En concordancia con los públicos definidos en el plan de comunicaciones general serían los siguientes:

- Comunidad urbana.
- Amas de casa.
- Estudiantes.
- Líderes comunitarios.
- Comerciantes.
- Instituciones educativas.
- Instituciones públicas y privadas.
- Personal operativo.
- Comunidad digital.
- Medios de comunicación locales.

Líneas estratégicas de comunicación

"Unidos por el agua"

Será la línea principal de la campaña.

La identidad visual será **Gotín** un personaje pedagógico de la campaña, acompañado por personajes ciudadanos y situaciones cotidianas.

Mensajes:

- Cierra la llave mientras te cepillas los dientes.
- Reduce el tiempo de las duchas.
- Repara fugas y llaves que gotean.
- No utilices agua potable para lavar vehículos, fachadas o andenes.
- Utiliza balde y trapo en lugar de manguera.
- Reutiliza el agua cuando sea posible.
- Riega las plantas temprano en la mañana o al final de la tarde.
- Evita desperdiciar agua durante las labores domésticas.

Piezas: infografías, videos cortos, perifoneo, banner.

El Niño también nos invita a prevenir

Explicar de manera sencilla que las condiciones de sequía y altas temperaturas pueden incrementar la vulnerabilidad del territorio.

Contenido:

- ¿Qué es el Fenómeno de El Niño?
- ¿Cómo puede afectar el agua?
- ¿Por qué debemos ahorrar?
- ¿Qué podemos hacer desde casa?
- ¿Cómo prevenir incendios durante la temporada seca?

Prevención de incendios

Mensajes:

- No arrojar colillas ni fósforos encendidos.
- No realizar quemas de residuos.
- Evitar fogatas en zonas de vegetación.
- No dejar vidrios, botellas u otros residuos en zonas boscosas.
- Evitar el uso irresponsable de pólvora cerca de zonas verdes.
- Reportar oportunamente situaciones de riesgo.

Información sobre el servicio

Mantener la comunicación permanente que el plan institucional establece frente a daños, reparaciones y novedades del servicio.

Se publicarán oportunamente:

- Suspensiones programadas.
- Mantenimientos.
- Daños en redes.
- Reparaciones.
- Recomendaciones frente a posibles afectaciones.

- Información oficial sobre el estado del servicio.

Canales de difusión

Se aprovecharían los canales ya establecidos en el plan institucional: Facebook, página web, WhatsApp, emisora local, perifoneo y espacios presenciales

Digital

- Facebook.
- WhatsApp.
- Página web.

Medios tradicionales

- Anorí Estéreo.
- Perifoneo.
- Emisoras de otros municipios cuando sea necesario.

Comunitarios

- Reuniones con líderes.
- Visitas puerta a puerta.
- Talleres.
- Instituciones educativas.
- Actividades con Gestión Social.

Comunicación de emergencia

En caso de presentarse desabastecimiento, disminución crítica del recurso, afectación del servicio o cualquier situación extraordinaria, se activará una comunicación prioritaria:

- **Confirmar información** → área responsable.
- **Elaborar comunicados de prensa** → Comunicaciones.
- **Publicar simultáneamente** →Facebook + emisora + perifoneo, según la necesidad.
- **Actualizar información** → cada vez que exista un cambio.
- **Comunicar normalización** → cierre oficial de la situación.

Articulación institucional

El plan deberá trabajarse conjuntamente entre:

- Comunicaciones.
- Gestión Social.
- Gerencia.
- Acueducto y Alcantarillado.
- Coordinación operativa.
- Autoridades municipales cuando corresponda.

Con introducción, justificación, objetivo general, objetivos específicos, alcance, públicos, estrategias, matriz de actividades, cronograma, responsables, canales, piezas e indicadores, para que quede como un anexo operativo del Plan de Comunicaciones 2024–2028.