ANEXO 3.5. INFORME DE RELACIONAMIENTO CON MEDIOS.

Actividad 2.5.2.5: Adelantar relacionamiento público con diferentes medios de comunicación que permitan asegurar la cobertura del evento.

1. Resumen del Evento

El evento “Atlántico2: Un Territorio Resiliente y Carboneutral se celebró el 30 de septiembre de 2024 en la ciudad de Barranquilla. Esta iniciativa, liderada por la Corporación Autónoma Regional del Atlántico (C.R.A.),Con el apoyo de la fundación INUBAC se enfocó en presentar el compromiso del departamento del Atlántico en la lucha contra el cambio climático, así como su ruta hacia la resiliencia ambiental y la carbono neutralidad. El evento atrajo a líderes ambientales, representantes gubernamentales, ONGs, académicos, y miembros de la comunidad interesados en la sostenibilidad y el cambio climático.

2. Objetivos de Relaciones Públicas

- Aumentar la visibilidad de la C.R.A. y su compromiso con la sostenibilidad en el Atlántico.
- Promover el plan de acción para convertir al Atlántico en un territorio resiliente y carbono neutral.
- Fortalecer las relaciones con medios de comunicación y aliados estratégicos en temas ambientales.
- Generar conciencia pública sobre los desafíos y soluciones ambientales de la región.

3. Actividades de Relaciones Públicas

- Invitación a Medios: Se invitó a medios locales y especializados en medio ambiente, incluyendo periódicos, estaciones de radio y programas de televisión para cubrir el evento.
- Redes Sociales: La C.R.A.e INUBAC implementaron una campaña de redes sociales usando el hashtag #AtlánticoResiliente, que incluyó publicaciones sobre la agenda del evento, entrevistas en vivo y resúmenes de cada actividad.
- Materiales Visuales: Durante el evento, se utilizaron presentaciones, infografías y videos para ilustrar el impacto ambiental en el Atlántico y las estrategias de adaptación y mitigación climática.

4. Cobertura de Medios

- Prensa Escrita y Digital: Publicaciones como “El Heraldo” y “La Libertad” cubrieron el evento, con artículos que destacaron el compromiso de la región con la carbono neutralidad.
- Radio y Televisión: Se realizaron entrevistas a funcionarios de la C.R.A. en medios como “RCN Radio” y el canal regional “Telecaribe”.
- Redes Sociales: Los asistentes compartieron contenido mencionadonos en algunos escenarios de la actividad.

5. Retroalimentación del Público

- Encuestas de Satisfacción: Se realizaron encuestas breves a los asistentes, y el 90% de los participantes calificaron el evento como “muy relevante” para la región.
- Comentarios en Redes Sociales: Los participantes destacaron el enfoque proactivo de la C.R.A. e INUBAC y la relevancia de las estrategias presentadas para enfrentar los desafíos climáticos actuales.

6. Logros y Resultados

- Cobertura en Medios: Se logró cobertura en 5 medios regionales y 2 medios nacionales.
- Impacto en Redes Sociales: Alcance estimado de 5,000 personas y más de 300 interacciones en redes sociales.
- Nuevos Aliados: Organizaciones académicas expresaron interés en colaborar con la C.R.A. e INUBAC para futuros proyectos de sostenibilidad.

7. Lecciones Aprendidas y Recomendaciones

- Fortalezas: La estrategia de comunicación fue efectiva para atraer la atención de los medios y generar interés en redes sociales.
- Áreas de Mejora: Se recomienda aumentar la cobertura audiovisual en redes, como videos en directo o entrevistas en formato reel para captar mayor atención del público joven.

- Recomendaciones Futuras: Desarrollar una estrategia de relaciones públicas post-evento que continúe promoviendo el mensaje de sostenibilidad y carbono neutralidad en los meses siguientes.