

Concurso Escuelas Sustentables – 2024

Capítulo: **Capítulo General**

Categoría: **2.03 Comunicación de Sustentabilidad en Educación**

Título del programa: **Concurso Escuelas Sustentables**

Nombre de las instituciones: **HINS y Aguas Cordobesas** (co-organizadoras)

Áreas responsables: Impacto Social, Comunicación y Relaciones Institucionales

Consultoras y organizaciones participantes: **La Voz del Interior y Ministerio de Educación de Córdoba**

Responsable de la presentación: Florencia Grasseti (Líder de Impacto Social, Comunicación y Relaciones Institucionales de HINS)

1. Introducción

HINS es una empresa con trayectoria en estrategias de sustentabilidad y energías renovables. En 2024 impulsó por primera vez el [Concurso Escuelas Sustentables](#), una iniciativa que convocó a instituciones educativas secundarias (técnicas y orientadas, de gestión estatal y privada) de toda la provincia de Córdoba.

El proyecto nace de un diagnóstico claro: la necesidad urgente de fortalecer la educación ambiental en las escuelas como herramienta para construir ciudadanía y enfrentar los desafíos del cambio climático, y la detección de que muchas escuelas contaban con iniciativas valiosas que no eran visibilizadas ni tenían acompañamiento técnico o comunicacional.

En ese contexto, el desafío fue doble: generar un espacio de reconocimiento a proyectos escolares de sustentabilidad y diseñar una campaña que logre motivar la participación, democratizar el acceso a la información y fomentar las voces educativas en torno al cuidado del ambiente.

Para lograrlo, la propuesta se potenció a través de una articulación público-privada inédita, con Aguas Cordobesas como coorganizadora y el apoyo clave del Ministerio de Educación de Córdoba, el Ministerio de Ambiente y Economía Circular, La Voz del Interior, universidades y organizaciones educativas. Esta red de aliados permitió amplificar el alcance territorial, garantizar legitimidad institucional y convertir la sustentabilidad en una agenda compartida entre el sistema educativo, el sector privado, los medios de comunicación y la comunidad.

2. Propuesta

La estrategia general del Concurso Escuelas Sustentables se estructuró a partir de un doble objetivo: reconocer proyectos escolares con impacto ambiental y social, y construir una campaña comunicacional amplia, pedagógica y motivadora que promoviera la participación en todo el territorio provincial.

El punto de partida fue el evento de lanzamiento, realizado el jueves 19 de septiembre de 2024 en el auditorio de La Voz del Interior, donde se presentó oficialmente la iniciativa a docentes y directivos invitados especialmente, y se generó un marco institucional sólido para su posicionamiento.

La piedra angular de esta estrategia fue la articulación público-privada alcanzada por HINS y Aguas Cordobesas, quienes co-organizaron el concurso con el apoyo de aliados clave del sector educativo, ambiental, mediático y social. Esta alianza estratégica incluyó el acompañamiento de La Voz del Interior, el Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba, el Ministerio de Ambiente y Economía Circular, la Universidad Católica de Córdoba (UCC), la Universidad Blas Pascal (UBP) y Familias por la Educación Córdoba.

El evento marcó el inicio de una campaña integral de alcance provincial, donde cada actor institucional asumió un rol concreto en la convocatoria, comunicación, evaluación y premiación, consolidando un modelo de colaboración que potenció significativamente la llegada a las escuelas y comunidades.

Durante la presentación se dieron a conocer las bases del concurso, los criterios de evaluación y los premios, y se compartieron mensajes institucionales que reforzaron la legitimidad y el propósito de la iniciativa.

Objetivo general de la campaña

Diseñar e implementar una campaña comunicacional que motive, facilite y acompañe la participación de escuelas secundarias cordobesas en el Concurso Escuelas Sustentables, integrando acciones informativas, pedagógicas y de visibilización.

Objetivos específicos

- Alcanzar al menos 75 escuelas inscriptas.
- Comunicar de forma clara y amigable las bases y condiciones del concurso.
- Promover la participación de instituciones con o sin experiencia previa en sustentabilidad, acompañando especialmente la participación de escuelas rurales o con baja conectividad.
- Generar contenido accesible y motivador en canales digitales.
- Visibilizar los proyectos finalistas e impulsar la votación pública.
- Promover la articulación pública-privada-académica en torno a la educación ambiental.

- Convertir a las escuelas en referentes comunitarios de transformación sostenible.

Público objetivo:

- Equipos directivos y docentes de escuelas secundarias técnicas y orientadas.
- Estudiantes como protagonistas activos.
- Comunidad educativa en general.
- Público general en la instancia final de votación.

Canales utilizados

La campaña se potenció mediante el **uso coordinado de todos los canales de comunicación de los organizadores y aliados**, generando un ecosistema comunicacional diverso y complementario:

- Convocatoria oficial del Ministerio de Educación: mailings institucionales y prensa educativa.
- Redes sociales: Instagram, Facebook, LinkedIn, WhatsApp (contenidos gráficos, instructivos, videos e historias interactivas)
- YouTube: [video animado para lanzamiento](#) y [videos complementarios protagonizados por estudiantes](#).
- Sitio web oficial del concurso con formulario técnico para la carga de proyectos.
- [Micrositio exclusivo en La Voz del Interior](#) que alojó los proyectos finalistas y habilitó una votación abierta al público general.

3. Ejecución

La campaña combinó estrategias pedagógicas, institucionales y comunicacionales, articulando actores públicos y privados en torno a un mensaje común: **la sustentabilidad como causa compartida y las escuelas como agentes de cambio.**

Las acciones incluyeron:

- **Convocatoria oficial del Ministerio de Educación** a más de 300 escuelas, vía mailings y prensa educativa.
- **Plataforma de inscripción digital** con formulario técnico, tutoriales y soporte directo a docentes.
- **Producción de contenido gráfico y audiovisual** de diseño claro y juvenil (videos animados, cápsulas con estudiantes, instructivos).
- **Difusión coordinada** entre HINS, Aguas Cordobesas y aliados en redes sociales, medios y WhatsApp.
- **Micrositio exclusivo en La Voz del Interior** con perfiles de los finalistas y votación pública (+15.000 votos).
- **Evaluación combinada:** voto ciudadano y jurado técnico interdisciplinario (UCC, UBP, Ministerio de Ambiente, Aguas Cordobesas y HINS).

La estrategia logró alto alcance territorial y posicionó el concurso como iniciativa innovadora, participativa y de impacto ambiental, social y educativo.

Etapas principales:

1. Lanzamiento oficial (septiembre):

Evento en el auditorio de La Voz del Interior con autoridades del Ministerio de Educación, Ministerio de Ambiente y Economía Circular, universidades y empresas organizadoras. Con una audiencia de más de 120 docentes, directivos y delegados educativos de las distintas regiones de la provincia de Córdoba, se presentó públicamente la propuesta mediante videos animados con una estética cercana, institucional y educativa.

Para el lanzamiento se difundieron [gacetillas de prensa](#) mediante las [plataformas de organizadores](#) y aliados, una invitación oficial y una primera tanda de piezas para redes con el objetivo de dar a conocer el proyecto.

2. Convocatoria y acompañamiento (septiembre-octubre):

Más de 120 escuelas postularon proyectos mediante una plataforma digital accesible diseñada a tales fines, incluyendo un formulario técnico y un espacio para adjuntar un video explicativo realizado por estudiantes.

Además, se diseñaron flyers, instructivos y carruseles en redes con un lenguaje accesible, visual y motivador con el objetivo de comunicar requisitos, fechas clave y cómo cargar los proyectos.

También se llevó adelante la creación de [contenidos animados para Instagram](#), [videos explicativos](#) y respuestas a consultas frecuentes, acompañados de un formulario web y correo exclusivo de atención a escuelas.

3. Preselección (octubre-noviembre):

Entre los más de [120 proyectos presentados](#), se realizó una [instancia de preselección](#) llevada adelante por el equipo organizador especialista en sustentabilidad, con una matriz de criterios técnicos, que implicó un **análisis exhaustivo del impacto, la viabilidad y la creatividad de cada propuesta**. Para facilitar y transparentar el proceso, se implementó un sistema de puntaje con criterios definidos, lo que permitió evaluar de manera ordenada y equitativa, descartando y priorizando proyectos en función de su calidad e innovación.

4. Evaluación y votación (noviembre):

Los 10 proyectos finalistas fueron comunicados a través de distintas plataformas: se diseñaron placas personalizadas con identidad visual unificada, se publicaron en historias destacadas de Instagram y se habilitó un [micrositio en la plataforma de La Voz del Interior](#), donde se desarrolló una [instancia de votación abierta al público](#).

Esta votación se integró al sistema de [evaluación final](#) junto con el dictamen de un [jurado técnico](#), compuesto por especialistas de las instituciones organizadoras y representantes del ámbito académico y gubernamental, lo que aseguró un proceso participativo, transparente y con múltiples miradas.

5. Cierre y premiación (diciembre):

Se anunciaron los [tres proyectos ganadores](#) durante el [evento de premiación](#) organizado en el Centro Cívico de Córdoba, instancia en la que también se realizaron [videos con testimonios de estudiantes y docentes](#). Los premios incluyeron una instalación solar fotovoltaica para el primer puesto, y mentorías técnicas para el [primero, segundo y tercero](#).

6. Instalación solar fotovoltaica y mentorías (enero-junio 2025)

Como cierre concreto de alto impacto, el primer premio recibió la [instalación de un sistema solar fotovoltaico completo en su institución, que ya se encuentra operativo desde inicios de 2025](#).

Además, los tres proyectos ganadores (primer, segundo y tercer puesto) accedieron a **mentorías técnicas personalizadas** a cargo de especialistas de HINS y aliados académicos, con el objetivo de escalar, replicar o fortalecer sus iniciativas.

El sistema solar fotovoltaico ya fue instalado a principios de 2025 y las mentorías se encuentran en desarrollo.

Dificultades y ajustes:

Algunas escuelas presentaron dificultades de conectividad y comprensión técnica: se reforzó el acompañamiento directo vía email y whatsapp, y se simplificaron materiales visuales, teniendo en cuenta las preguntas frecuentes.

Elementos clave:

- Tono institucional, esperanzador y juvenil.
- Estética clara, accesible y coherente.
- Participación directa de estudiantes como voceros de sus proyectos.
- Uso de hashtags, storytelling y lenguaje cercano.

4. Resultados

Indicador	Resultado
Escuelas inscriptas	+120 (superando el objetivo inicial en un 60%)
Alcance territorial	+70% escuelas del interior provincial
Alcance redes	+58.000 personas
Alcance medios digitales	+22.000 usuarios únicos
Visualizaciones gacetillas <i>*La Voz del Interior</i>	+28.000 visualizaciones
Visualizaciones de videos en redes	7.500 visualizaciones promedio
Contacto directo de parte de instituciones	+200 mails de contacto
Participación en votación pública	+15.000 votos
Finalistas	10 proyectos de alta calidad técnica y pedagógica
Sistema Solar instalado	1 en IPEM 136 - Anexo La Carbonada
Mentorías activas	3 en 2025
Alianzas institucionales	+10 actores públicos y privados

Proyectos finalistas y ganadores

- 1. IPEAyT N° 347 (Embalse) – Papel a base de alga**
Papel orgánico producido con algas recolectadas del Río Tercero.
- 2. IPET N° 62 (Río Segundo) – Reciclado de aluminio**
Reutilización de latas para fabricar elementos útiles.

3. **IPEM N° 135 (Las Calles, Nono) – MM de Monte**
Bioinsumos agroecológicos con microorganismos nativos. 🏆 *Tercer puesto*
4. **IPEA 212 (Laborde) & Inst. Técnico José Hernández (W. Escalante) – KoninMalón**
Bioinsumo natural a base de Trichoderma koningiopsis.
5. **IPEM N° 72 (Oliva) – Siloart**
Reutilización de silo-bolsas plásticas en objetos escolares.
6. **IPEM N° 136 Anexo La Carbonada (zona rural de Córdoba) – AquaLluvia**
Sistema automatizado de riego con sensores y energía solar.
🏆 *Primer puesto – Ganador de sistema solar fotovoltaico instalado*
7. **IPET N° 76 (Villa Rumipal) – Chick 2.0**
Alimento avícola natural, sin aditivos, de producción local.
8. **IPEM N° 327 Anexo La Quinta (Achiras) – De Residuo a Recurso**
Lombricultura escolar para transformar residuos orgánicos.
9. **IPEM N° 115 (Córdoba Capital) – Agua y Cultura**
Campaña educativa sobre uso responsable del agua.
10. **IPET N° 267 (Bell Ville) – Recipower**
Biocombustible a partir de aceite vegetal usado.
🏆 *Segundo puesto*

Conclusiones

La campaña logró instalar el valor de la sustentabilidad como contenido educativo y comunicacional. También fortaleció la imagen institucional de HINS y Aguas Cordobesas como actores comprometidos con el desarrollo sostenible desde una perspectiva inclusiva y territorial.

El Concurso Escuelas Sustentables demostró que **la comunicación es una aliada de la sustentabilidad en la educación para el cambio real.**

Lecciones clave:

- La ciudadanía se involucra cuando la participación es accesible y significativa.
- La visibilidad mediática otorga valor institucional y orgullo a las comunidades educativas.

- La instalación solar fotovoltaica para la generación de energía renovable y las mentorías post-premiación potencian el impacto real del premio.

Proyección 2025:

- Segunda edición con nuevas categorías y premios.
- Red provincial de escuelas sustentables.
- Plataforma digital de contenidos, mentorías y formación.
- Expansión a escala regional con nuevos socios estratégicos.