La Campaña “Opita de Corazón” es una estrategia de integración e identidad regional que invita a adoptar una manera de sentir, pensar y actuar con amor hacía el departamento del Huila.

Su objetivo es generar sentido de pertenencia en aquellos a los que el huilense acoge, que tanto propios como visitantes se apasionen por su cuidado y conservación, que sientan orgullo por su gente emprendedora y pujante, por sus costumbres y su cultura.

De dónde nace el nombre Opita de Corazón?

Opita: es una expresión empleada generalmente para designar la persona procedente u oriunda del departamento del Huila. Opita, a diferencia del gentilicio huilense, comparte un sentido esencialmente cultural, que define al habitante del Huila en sus características más tradicionales.

De Corazón: La palabra corazón simboliza el sentido de pertenencia y amor hacía el departamento del Huila.

La propuesta gráfica es una marca que simboliza la unión y confluencia de los diferentes elementos naturales que representan el departamento, sus contrastes y majestuosidad, cordilleras, desiertos y sus vertientes hidrográficas, cuyo eje central, es el río Magdalena, fuente de vida e inspiración.

El logo será una marca de integración regional. Su finalidad será certificar e institucionalizar todos los eventos, productos y piezas publicitarias amigables con la región y el medio ambiente, que se realicen en el marco de la Campaña Opita de Corazón.

La marca “Opita de Corazón” será socializada e implementada en aquellas entidades aliadas, para que sea utilizado en la imagen de sus productos y servicios. Por ejemplo:

* Dotaciones, Indumentarias, Uniformes e Impermeables.
* Útiles de estudio y oficina.
* Productos impresos y material escrito.
* Vehículos transportadores.

Estrategia de productos tipo reglamentarios:

* Empaques y bolsas.
* Contenedores de material reciclable.
* Contenedores de manejo de residuos peligrosos.
* Basurero tipo.

Estos y otros productos corresponderán a modelos estándar para la región, con esquemas de manejo y características normativas, con el objetivo que al ser usados por las empresas e instituciones, puedan obtener beneficios de acuerdo a los resultados de medición en el volumen de los residuos que logren captar.

¿Cómo llegaremos a la comunidad?

Inicialmente a través de alianzas con las 101 empresas que están obligadas a cumplir con la creación del Departamento Interno de Gestión Ambiental DGA, las cuales estarán comprometidas en adquirir los productos que suplan sus necesidades ambientales.

A través de diversos medios de comunicación, la Campaña “Opita de Corazón” tomará relevancia y será impulsada hacia la comunidad en general. Se transmitirán mensajes radiales, televisivos, publicaciones en revistas y periódicos virtuales, microprogramas, exposición de medios motores y plataformas de redes sociales.