



Plan de comunicaciones 2020

SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ



INTRODUCCIÓN

En el presente plan de comunicaciones de la empresa Servicios Públicos Yalí S.A. E.S.P. se dispone la ruta de acción para el año 2020, la cual obedece al análisis realizado de las estrategias ejecutadas durante el año anterior en su componente externo. Se establecen de forma clara y concertada los objetivos que en comunicación se desean alcanzar. Todos ellos divididos por las diferentes acciones que conforman el objeto social de la entidad.

Las metas propuestas para el presente año, parten de la necesidad de posicionar la empresa a nivel local y generar un canal directo de comunicación con la comunidad.

Para dar aplicabilidad a la estrategia propuesta se continua con el marco de referencia que establece 10 pasos necesarios para posibilitar el desarrollo del plan.





ANTECEDENTES

Servicios Públicos Yalí es la entidad prestadora del servicio público domiciliario de aseo urbano, alumbrado público, acueducto y alcantarillado del municipio de Yalí.

Desde el 2018 la empresa cuenta con el departamento de comunicaciones que se encargará de generar las estrategias para la comunicación externa. A partir del 2019 se integra el departamento de gestión social realizando mancomunadamente diferentes actividades que obedecen a la misión y los valores de la empresa.

El plan de comunicaciones se enfocó en 6 estrategias y actividades, de las cuales se ejecutaron 132, logrando un cumplimiento del 98,38% durante el año 2019.

Dentro de los logros que se alcanzaron durante la ejecución del plan de comunicaciones tenemos:

1. Creación de página web y correos corporativos.
2. Fortalecimiento del Facebook empresarial de Servicios Públicos Yalí S.A. logrando impactar a 315 usuarios.
3. Creación y articulación con el departamento de gestión social.
4. Posicionamiento del facebook empresarial como canal para interponer PQR.
5. Cercanía a la comunidad a través de medios alternativos como perifoneo.
6. Fortalecimiento de las comunidades locales a través de actividades enfocadas al cuidado del medio ambiente, como pesebres ecológicos con material reciclable.
7. Sensibilización al público infantil y juvenil a través de herramientas audiovisuales en pro del cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.
8. Capacitación en creación y manejo de huertas ecológicas dirigida al público entre 35 y 65 años con el fin de aprovechar el material orgánico proveniente de los residuos.
9. Capacitación a la gestora social sobre el adecuado manejo de herramientas audiovisuales, con el fin de apoyar al departamento de comunicaciones.



10. Fortalecimiento de la imagen corporativa a través del manual de imagen, protocolo de imagen y paleta de color para posicionamiento de marca.
11. Generación de mensajes radiofónicos emitidos a través de medios alternativos como el perifoneo.
12. Capacitación al personal administrativo sobre el adecuado manejo de las plataformas institucionales virtuales.

MARCO DE REFERENCIA

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ S.A. E.S.P. se considera como marco de referencia:

Servicio público domiciliario de aseo urbano

- Plan de gestión integral de residuos sólidos
- Artículo 365 de la Constitución Nacional
- Ley 142 de 1994
- Ley 689 de 2001
- Decreto 2981 de 2013
- Resolución 720 del 2015

Alumbrado Público

- Constitución Política de 1991, art. 334,365
- Decreto 2424 de julio 18 de 2006
- Ley 97 de 1913 y 84 de 1915
- Ley 80 de 1993 (EGCP)
- Ley 142 de 1994
- Ley 143 de 1994
- Ley 1150 de 2007, art. 29 (Modifica EGCP)
- Ley 1386 de 2010 (Prohibición Admón. Tributos territoriales por particulares.



- Resolución CREG 043 de 1995. Suministro de energía eléctrica destinada al AP.
- Resolución CREG 043 de 1996. Amplio plazo de ejecución metodológica de la Resolución CREG 043 de 1995.
- Resolución CREG 089 de 1996. Régimen de libertad de tarifas para la venta de energía eléctrica a los municipios y distritos.
- Resolución CREG 076 de 1997. Complemento normas sobre suministro y cobro servicio de AP.
- Resoluciones CREG 070 de 1998 y 101 de 2001: Normas Técnicas aplicables al AP.
- Resoluciones CREG 099 de 1997, 082 de 2002 y 097 de 2008: Régimen tarifario de la actividad de distribución.
- Resolución CREG-122 de 2011: Facturación y contrato de conjunto con servicio de energía
- Resolución CREG-123 de 2011: Determinación de Costos Máximos de AP
- Resolución CREG-005 de 2012: Modifica Res 122/11
- Reglamento Técnico- RETILAP
- Resolución 18-1331 de 2009
- Resolución 18-0265 de 2010
- Resolución 18-0540 de 2010
- Resolución 18-1568 de 2010

Acueducto y alcantarillado

- Resolución CRA 825 de 2017.
- Ley 1450 de 2011
- Decreto 1287 de 2004
- Decreto 229 de 2002
- Decreto 3930 del 2010
- Decreto 302 de 2000
- Decreto 1575 de 2007
- Decreto 1594 de 1984
- Decreto 2667 del 2012
- Ley 373 de 1997
- Ley 142 de 1994
- Resolución CRA 0493 de 2010
- Resolución 1433 de 2004



- Resolución 2115 de 2007
- Resolución 2320 de 2009

Comunicaciones y TICS

- Ley de protección de datos personales- ley 1581 de 2012
- Ley 1341 de 2009
- Decreto 1377 de 2013

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

Marca e identidad

La empresa Servicios Públicos Yalí S.A. E.S.P. para el 2019 logró ser reconocida por la comunidad como la empresa encargada de la prestación de los servicios de aseo, alumbrado público, acueducto y alcantarillado a través de las actividades realizadas desde la sinergia entre el departamento de gestión social y de comunicaciones, con acciones concretas que permitieron promover nuestra política ambiental y valores institucionales.

En el presente año tenemos como meta en cuanto marca e identidad los siguientes desafíos:

1. Sensibilizar a nuestros colaboradores en la identidad visual, partiendo del logotipo y la paleta de colores que nos representa como empresa.
2. Posicionar la marca con la comunidad enfocada en dos públicos objetivos: jóvenes entre los 13 y 24 años y adultos entre los 45 y 65 años.
3. Capacitar al personal administrativo y operativo en comunicación asertiva.
4. Sensibilizar y capacitar a la comunidad sobre el cuidado y la preservación de las fuentes hídricas y el medio ambiente.
5. Fortalecer la misión, visión, valores y política ambiental en la producción de contenidos digitales.



6. Consolidar la marca en los espacios empresariales con el fin de realizar un adecuado manejo de la misma.

Información

Durante el año 2019 la información que se brindó de cara a la comunidad a través de los medios locales de comunicación fueron el establecimiento de los horarios de recolección de residuos sólidos, reparaciones programadas en alumbrado público y suspensiones programadas en acueducto y alcantarillado, lo que nos permitió tener informada de forma constante a los usuarios.

Para el año 2020 la comunicación seguirá siendo clara y oportuna para nuestra comunidad, adicionando temas educativos que propendan en un manejo adecuado de los residuos sólidos, una sensibilización adecuada frente al uso del recurso hídrico y para concientizar sobre la importancia del alumbrado público dentro del municipio.

Igualmente se implementará un canal educativo para enseñar a nuestros usuarios como adquirir información en nuestros canales digitales como lo son la página web y el Facebook empresarial, también tendremos visible en nuestro portal web los documentos sugeridos por la matriz ITA para que las personas interesadas puedan estar informadas sobre la gestión de Servicios Públicos Yalí.

Comunicación ciudadana

Esta comunicación es el puente entre la empresa y la comunidad, donde se busca sensibilizar a la ciudadanía en el manejo adecuado de los residuos sólidos, el uso racional del agua y las energías limpias, todo esto desde un componente lúdico- pedagógico acompañado de las herramientas comunicacionales, informativas y digitales.

Comunicación corporativa

Esta comunicación se encarga de visibilizar la gestión de la empresa con el fin de generar posicionamiento de marca a nivel local y regional, dando a conocer los valores y la política ambiental de nuestro accionar.



Comunicación organizacional

Enfocada a los grupos internos de la empresa con el fin de implementar relaciones de pertenencia, asertividad y coordinación en los procesos, que permitan establecer y fortalecer el trabajo en equipo, en aras de generar acciones que permitan tener un clima laboral positivo.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS

Posicionar a Servicios Públicos Yalí como una empresa líder a nivel local en la prestación de servicios públicos como aseo, alumbrado público enfocado en las energías limpias, acueducto y alcantarillado. Implementando estrategias de comunicación interna y externa que permitan generar en la comunidad sentido de pertenencia y compromiso.

Objetivos específicos

- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del servicio público domiciliario de aseo urbano, su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Divulgar los días de recolección de residuos sólidos en el municipio.
- Sensibilizar a la comunidad sobre el uso de energías limpias.
- Evidenciar los beneficios que trae a la ciudadanía el mantener los espacios públicos iluminados por medio del alumbrado público, visualizándolo a través de canales de comunicación masiva y alternativa.
- Educar sobre el cuidado del medio ambiente y la preservación de las fuentes hídricas.
- Realizar publicaciones en las que se promueva el cuidado de las luminarias en los diferentes sectores.
- Evidenciar las actividades que presta la empresa en el municipio.



Público objetivo

- Jóvenes entre los 13 y 24 años.
- Adultos entre los 45 y 65 años.

Recursos que se consideran necesarios

Medios

- Cartelera informativa para el personal interno
- **Noticiero interno digital –audiovisual**
- Facebook
- Página web

Equipos

- Cámara
- Trípode
- 1 memoria SD
- Micrófono de solapa
- Mouse
- Disco extraíble

Recurso humano

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Auxiliar en diseño y multimedia transversal
- Soporte servidor página web

Económicos (A necesidad):

Descripción

- Voz locutor
- Mensajes de texto
- Correo masivo (CRM)



Evaluación de resultados:

Cantidad de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cámara canon T7i	1	\$2.445.900	\$2.445.900
Trípode	1	\$840.000	\$840.000
Memoria SD	1	\$90.000	\$90.000
Micrófono de solapa	1	\$42.000	\$42.000
Disco extraíble	1	\$350.000	\$350.000
			\$3.767.900