



Plan de comunicaciones 2019

SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ E.S.P.



INTRODUCCIÓN

El plan de comunicaciones de la empresa Servicios Públicos Yalí S.A. E.S.P. para el 2019 busca visibilizar la marca dentro del municipio uniendo este objetivo a 10 pasos establecidos para el desarrollo global de este plan, enfocado en los servicios que presta la empresa: servicio público domiciliario de aseo urbano, alumbrado público y acueducto y alcantarillado.





ANTECEDENTES

Servicios Públicos Yalí durante el 2018 logró desarrollar el objetivo propuesto, enfocado en la visibilización de la empresa a través de actividades de comunicación externa.

Las metas alcanzadas durante la ejecución del plan de comunicaciones fueron las siguientes:

1. Fortalecimiento del Facebook empresarial como canal informativo.
2. Publicación de las reparaciones y mantenimientos preventivos en el municipio.
3. Divulgación de las eventualidades que se presentaron en relación con el servicio de acueducto y alcantarillado.
4. Visibilización de la iluminación en las calles del municipio.

MARCO DE REFERENCIA

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de Servicios Públicos Yalí se considera como marco de referencia.

Servicio público domiciliario de aseo urbano

- Plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS 2017-2028)
- Artículo 365 de la Constitución Nacional
- Ley 142 de 1994
- Ley 689 de 2001
- Decreto 2981 de 2013
- Resolución 720 del 2015
- Ley 1259 de 2008 (Comparendo ambiental)



Alumbrado público

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de Amalfi S.A se considera como marco de referencia:

- 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



Comunicaciones y TICS

- Ley de protección de datos personales
- Ley 1581 de 2012
- Decreto 1377 de 2013

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



DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ

comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

Marca e identidad

En el 2018 el proceso de marca e identidad corporativa se visibilizó el logotipo a través de canales digitales.

Para el 2019 las metas propuestas desde la identidad corporativa son las siguientes:

1. Visibilizar la marca de cara a la comunidad en general.
2. Diseño de manual de imagen corporativa y protocolo de imagen.
3. Fortalecer la identidad visual de la marca.
4. Implementar estrategias audiovisuales con mensajes medio ambientales (Cine al barrio).
5. Acompañamiento audiovisual al departamento educativo en el proyecto huertas y grupo ecológico Semillas del futuro.
6. Fortalecer a través de piezas digitales y radiofónicas los horarios de recolección y preservación del medio ambiente a través de prácticas cotidianas.
7. Diseño de piezas comunicacionales para planes emergentes.
8. Creación y diseño de la página web y correos institucionales.

Información

Para el año 2019 se busca establecer una comunicación directa con la comunidad, a través de los medios locales como la emisora Yalí estéreo, adicional a esto se busca posicionar el Facebook empresarial como medio de comunicación directa con la comunidad.



PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS

Intención y propósito de la Comunicación

Comunicación para el desarrollo

Creación de piezas pedagógicas y lúdicas para fortalecer el adecuado manejo de los residuos sólidos y bienes comunes, incentivando a la comunidad al cuidado del medio ambiente.

Comunicación informativa

Informamos a la comunidad a través de diferentes medios como: emisoras, mensajería de texto, redes sociales, medios impresos y programas de televisión local, sobre las actualizaciones tarifarias del presente año y sobre todas actividades que realiza la empresa en relación con los servicios que se prestan.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS

Visibilizar la labor que desarrolla la empresa dentro del municipio en lo relacionado con la prestación del servicio público domiciliario de aseo, alumbrado público, acueducto y alcantarillado, por medio de herramientas comunicativas.

Objetivos específicos

- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- Divulgar la normatividad que regula la prestación del servicio de acueducto y alcantarillado su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Evidenciar 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.
- Evidenciar las actividades que presta la empresa en el municipio.
- Acompañar al departamento de educación en la realización de piezas audiovisuales y pedagógicas.

Público objetivo

Usuarios del área urbana del municipio de Yalí.

Recursos y fijación de presupuesto

Equipos

- Computador para edición diseño
- Celular empresarial

Recurso humano

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones

Económicos (A necesidad):

Descripción

- Voz locutor
- Mensajes de texto
- Correo masivo (CRM)
- Diseño de Pendones
- Diseño y producción de plegables
- Diseño de ilustración de imagen
- Valla
- Pasacalles



- Mensajes en la factura

Canales: Radio – Televisión

Radio: Yalí estéreo

Canales de comunicación online: Web, redes sociales, WhatsApp

Piezas publicitarias: artículos, infografías

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computador edición diseño	1	\$ 2,770,750	\$ 2,770,750
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
Suite adobe	12	\$253.400	\$3.040.800
Cuña 30"	1	\$5000	A necesidad
			\$9.579.450



Plan de acción:

		Código:	
		Fecha:	
MES			
Plan de Comunicaciones			
Yalí			
Objetivo General			
OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACCIONES	Fecha	OBSERVACIONES

Cronograma de acción:

Fecha de inicio	Fecha de Final	Mes										Cumplimiento	OBSERVACIONES	
		Sem 1		Sem 2		Sem 3		Sem 4		Sem 5				
		P	E	P	E	P	E	P	E	P	E			

Evaluación de resultados:

Cantidad de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento