

# Plan de comunicaciones 2021-2023

---

SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ



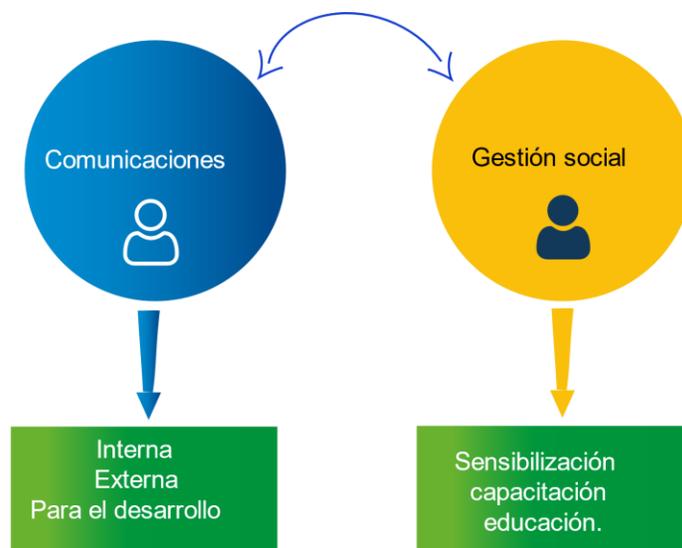


## INTRODUCCIÓN

La ruta de acción del plan de comunicaciones para el periodo del 2021 al 2023 de la empresa Servicios Públicos Yalí se fundamenta en el análisis de los resultados de las estrategias realizadas durante el año 2020, sus objetivos y metas van de la mano con el departamento de gestión social, buscando generar cultura ciudadana entorno al cuidado del medio ambiente, los recursos naturales y el manejo integral de los residuos sólidos.

Paralelo a ello y a las acciones puntuales de la misión de la empresa, se realizarán sensibilizaciones sobre la necesidad del autocuidado por la permanencia actual del COVID19 dentro de las comunidades.

Otro de los pilares a fortalecer durante este período será la comunicación interna, que propende el reconocer el rol y la importancia que tiene cada colaborador dentro de la organización.





## Antecedentes

Durante el año 2020 la empresa Servicios Públicos Yalí sigue trabajando en el posicionamiento de la marca a nivel local como la entidad prestadora del servicio público domiciliario de aseo urbano, alumbrado público, acueducto y alcantarillado del municipio de Yalí.

El municipio de Yalí es líder en energías limpias en cuanto al servicio de alumbrado público ya que la empresa a través de sus procesos operativos, educativos y su misión han trabajado por estar a la vanguardia de las nuevas tecnologías, por este motivo comunicaciones a trabajado dentro de sus estrategias evidenciar esos procesos y ser un canal de comunicación entre la empresa y las comunidades.

Paralelo a lo anteriormente mencionado, es de resaltar la participación de la comunidad en las estrategias digitales a las cuales tuvo que recurrir el departamento de gestión social y comunicaciones por la eventualidad del COVID 19, utilizando este último como pretexto para continuar con un público más digitalizado, donde se implementaran temas acordes a las necesidades socioambientales.

Durante el año 2020 se acompañaron a través de 84 piezas las eventualidades que emergieron durante la prestación del servicio, permitiendo tener informada a la comunidad de una manera eficaz y oportuna, para dar cumplimiento a lo establecido en el contrato de condiciones uniformes y en el decreto 302 del 2000.

El plan de comunicaciones se enfocó en 5 estrategias, las cuales fueron acompañadas por **1831** piezas comunicativas, logrando un cumplimiento del 96% durante el año 2020.

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



1. Fortalecimiento del Facebook empresarial de Servicios Públicos Yalí S.A. logrando impactar a 648 usuarios.
2. Articulación con el departamento de gestión social logrando generar campañas educativas de impacto social para la comunidad.
3. Visibilización de la página web como plataforma para interponer PQR.
4. Acercamiento de la comunidad con la página web para inscripción del concurso +Acciones positivas -COVID.
5. Cercanía a la comunidad a través de medios alternativos como perifoneo.
6. Acercamiento de la comunidad a plataformas digitales para la participación de la novena navideña.
7. Capacitación a la gestora social sobre el adecuado manejo de herramientas audiovisuales, con el fin de apoyar al departamento de comunicaciones.
8. Fortalecimiento de la imagen corporativa en piezas audiovisuales.
9. Capacitación al personal administrativo sobre el adecuado manejo de las plataformas institucionales virtuales.
10. Migración de correos institucionales a la plataforma de Gmail.
11. Información continua y oportuna de la empresa para con las comunidades frente a los daños, reparaciones y mantenimientos.
12. Visibilización del servicio de recolección veredal.
13. Sensibilización frente a las medidas de autocuidado, correcta presentación de los residuos sólidos y cuidado de nuestros operarios por el COVID 19.

### **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

## Adecuado manejo de residuos sólidos en tiempos de COVID

- Resolución 666 2020
- Protocolo de seguridad por emergencia sanitaria COVID-19

## DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SERVICIOS PÚBLICOS YALÍ

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

### Marca e identidad

En el 2020 la empresa Servicios Públicos Yalí S.A. E.S.P. logró posicionar la marca a través de las dotaciones que se entregaron en los diferentes frentes de trabajo todos ellos alineados en la paleta de colores que reposa en el manual de imagen corporativa, de igual forma se vela por que cada colaborador porte de forma correcta su carné que lo acredita como funcionario de la entidad.

Como estrategia de marca, se realizó una capacitación lúdico-pedagógica con el grupo ecológico semillas del futuro sobre el significado del logotipo de la empresa y se les entregó un detalle donde se resaltaba el mismo.

En el periodo 2021 al 2023 se tiene como metas en cuanto marca e identidad los siguientes retos:

1. Sensibilizar a nuestros colaboradores en la identidad visual, partiendo del logotipo y la paleta de colores que nos representa como empresa.



2. Capacitar al personal administrativo y operativo en comunicación asertiva.
3. Sensibilizar y capacitar a la comunidad sobre tips de ahorro de los recursos naturales.
4. Fortalecer la misión, visión, valores y política ambiental en la producción de contenidos digitales.
5. Consolidar la marca en los espacios empresariales con el fin de realizar un adecuado manejo de esta.
6. Implementar capacitaciones al personal administrativo y operativo de la entidad en torno a su papel dentro de la empresa.

## Información

En el 2020 el mayor reto fue la generación de estrategias para que la comunidad pudiera hacer uso de forma activa de las plataformas digitales como medio de información, entre ellas la página web, el Facebook empresarial y el WhatsApp.

El contenido entregado en su mayoría de forma inmediata hacía referencia a los daños, reparaciones y mantenimientos preventivos que se presentaran, utilizando como canales la emisora local y un medio alternativo muy utilizado por los yaliseños como es el perifoneo.

Adicional a lo anteriormente mencionado se estableció una cartilla digital para fortalecer la campaña +Acciones positivas – COVID que buscaba la prevención del contagio por COVID 19, autocuidado y la adecuada forma de presentar los residuos sólidos para prevenir el contagio en nuestros colaboradores.

Para los próximos tres años se continuará fortaleciendo las relaciones interpersonales empresa- comunidad y comunidad- empresa, todo enfocado en el posicionamiento de la marca, consolidación de la misión



de la entidad entorno al cuidado del medio ambiente, los recursos naturales y el adecuado manejo de los residuos sólidos.

### **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- interna**

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

- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del servicio público domiciliario de aseo urbano, su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Creación y monitoreo del Instagram.
- Retomar el canal de YouTube con programación y planeación semanal.
- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- 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.
- Divulgar los días de recolección de residuos sólidos en el municipio.
- 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.
- Invitar a la comunidad a adoptar medidas de ahorro en relación con los recursos naturales.
- Sensibilizar a la comunidad sobre las medidas de autocuidado frente al COVID 19.
- Acompañar los procesos educativos a través de piezas y contenido digital para el grupo ecológico semillas del futuro, huertas ecológicas, cine al barrio, capacitaciones, entre otros.
- Diseñar y divulgar el boletín interno "En línea con mi empresa"



- Fortalecer las carteleras internas de los diferentes frentes de trabajo.
- Diseñar piezas gráficas para resaltar las fechas especiales y habilidades del personal.
- Crear el buzón de sugerencias en los diferentes frentes de trabajo.
- Diagnóstico de comunicación interna.
- Capacitación al personal interno de acuerdo con las necesidades establecidas en el diagnóstico.
- Establecer formatos internos estándar por procesos.
- Socializar el manual de identidad corporativa con el personal interno.

### **Público objetivo**

- Comunidad en general
- Personal interno

### **Recursos que se consideran necesarios**

#### **Medios**

- Cartelera informativa para el personal interno
- Noticiero interno digital
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Página web

#### **Equipos**

- Cámara
- Trípode
- 1 memoria SD
- Mouse
- Disco extraíble



## Recurso humano

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

## Económicos (A necesidad):

### Descripción

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

## Canales: Radio – Televisión

**Radio:** Yalí estéreo

**Canales de comunicación online:** página web, Facebook, Instagram, YouTube y WhatsApp

**Piezas publicitarias:** Artículos, infografías, volantes, folletos, etc.

## Apoyos externos

- Impresión sin límites – litografía y gran formato
- Cuadro a cuadro- litografía y gran formato
- Emisora Yalí estéreo



## Plan de acción:

			Código:
			Fecha:
<b>MES</b>			
<b>Plan de Comunicaciones</b>			
<b>Yali</b>			
<b>Objetivo General</b>			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	Fecha	OBSERVACIONES

## Cronograma de acciones:

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