

Plan de **comunicaciones** **2.024-2.028**



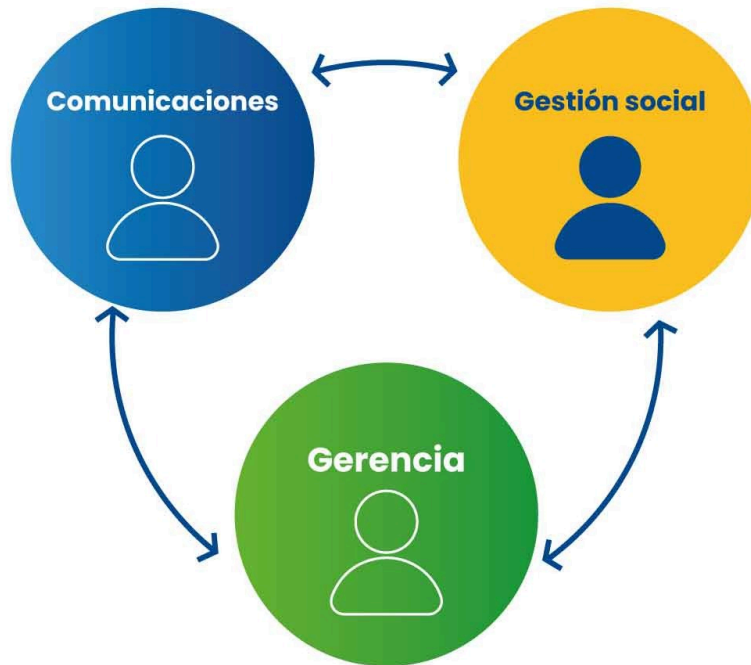


INTRODUCCIÓN

Nuestro carta de navegación para el periodo 2.024 al 2.028 en el plan de comunicaciones de la empresa Servicios Públicos Yalí, va enmarcado en el propósito que desde gerencia quiere resaltar, como lo es promover el cuidado y preservación del recurso agua, debido a la problemática climática que atraviesa este primer año 2.024 por el Fenómeno del Niño, buscando en gran medida transversalizar este tema central con el manejo adecuado de los residuos sólidos que se viene aplicando desde hace varios años. Según analizados los marcos de referencia consultados, también se trabajará fuertemente la socialización que desde la CRA en su Resolución N° 39 mencionan sobre el desincentivo del agua y el Decreto expedido por el concejo municipal.

Es necesario además enlazar este proceso de aprendizaje con otro de los departamentos de la empresa y es el de gestión social, el cual tiene estrategias de valor que al unirlas al tema del agua se pueden cumplir los objetivos planteados y las metas propuestas que son en gran medida, que la comunidad y en especial los niños generen la cultura del ahorro de agua.

Otro pilar que seguiremos fortaleciendo son nuestros canales virtuales de comunicación con temas enfocados a este mismo objetivo, implementando además el programa radial institucional que servirá de puente para distintos públicos como los rurales.



Antecedentes

Servicios Públicos Yalí es la empresa encargada de prestar el servicio público domiciliario de aseo y alumbrado público desde hace 15 años y de acueducto y alcantarillado desde hace 12, lo que nos ha impulsado en generar varias estrategias socio-ambientales que buscan la transformación positiva del ambiente muy enfocada al manejo integral de los residuos sólidos

Desde el año 2018 se crea otro pilar de la empresa que coadyuda al cumplimiento de las metas y es el departamento de comunicaciones que se ocupa de diseñar estrategias dirigidas a varios procesos internos



y externos de la organización, genera identidad corporativa, ciudadana y relacionamiento con nuestros públicos de interés.

Desde 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.

Otro de sus grandes hitos, han sido las 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 ha trabajado dentro de sus estrategias evidenciar esos procesos y ser un canal de comunicación entre la empresa y las comunidades.

El plan de comunicaciones siempre ha contado con un diseño corporativo donde gerencia y algunos miembros de la parte operativa y social han aportado para el desarrollo de nuevas estrategias según el tiempo en que se desarrolle el entorno, por eso temas como el COVID-19 nos llevó a reinventarnos y reinventar procesos más virtuales y para todo tipo de públicos, donde el manejo adecuado de los residuos sólidos y el autocuidado fueron temas centrales.

Durante los años, 2021, 22 y 23 se llegó a la comunidad con varias estrategias comunicativas y ambientales, se realizaron más de 5.100 piezas logrando un cumplimiento del 100% durante estos años.

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 938 usuarios.
2. Se crea el canal de Instagram llegando a 109 seguidores



3. Articulación con el departamento de gestión social logrando generar campañas educativas de impacto social para la comunidad.
4. Acercamiento de la comunidad a plataformas digitales para la participación de la novena navideña y entrega de regalos.
5. Visibilización de la página web como plataforma para interponer PQR.
6. Acercamiento de la comunidad para enseñar a leer la factura
7. Cercanía a la comunidad a través de medios alternativos como perifoneo.
8. Fortalecimiento de la imagen corporativa en piezas audiovisuales.
9. Aumento del tamaño de las teras para la plataforma del Drive.
10. Información constante del cambio de horarios en el área de atención al cliente.
11. Utilización de los mensajes de texto como herramienta de comunicación para informar sobre daños y eventualidades.

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
- CRA 720/2015



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

- CRA - Resolución N° 39 desincentivo del agua
- 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
- ICA-CRA circular 01 de 2023
- IRCA
- PUEA

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

Durante estos 3 años 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.

En el periodo 2024 al 2028 se tiene como metas en cuanto marca e identidad los siguientes retos:

1. Sensibilizar a los colaboradores administrativos y operativos y en la necesidad de portar adecuadamente el uniforme.
2. Reemplazar las vallas en el relleno sanitario que ya terminaron su vida útil.
3. Capacitar al personal administrativo y operativo en comunicación asertiva.
4. Sensibilizar y capacitar a la comunidad sobre tips de ahorro de los recursos naturales.
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 esta.
7. Implementar capacitaciones al personal administrativo y operativo de la entidad en torno a su papel dentro de la empresa.



Información

Durante los años 2021, 22 y 23, se gestionó en nuestra página web el Índice de Transparencia y Acceso a la Información ITA, con el fin de que la comunidad tenga acceso a esta información.

Se gestionaron contenidos para niños, niñas y adolescentes en nuestra página web.

Se subieron de forma constante noticias que sean de interés a la comunidad sobre la gestión de nuestra empresa en varios temas, como la caracterización de residuos sólidos, mantenimientos preventivos a la bocatoma que surte el municipio de agua, entre otros.

Tuvimos de forma constante comunicación con la comunidad a través de nuestros canales virtuales cuando se presentan daños en el sistema de acueducto.

Para los próximos cuatro años continuaremos siendo más rigurosos en la información de cambios en los horarios de recolección por la semana mayor, diciembre, el perifoneo y mensajes de texto seguirán siendo los primeros medios de comunicación en utilizar para informar los daños o suspensiones programadas en el servicio de acueducto.

Se implementará la campaña **“Cada gota cuenta”** enfocado en el cuidado y preservación del recurso agua, se realizarán estrategias de divulgación.

Comunicación ciudadana

Este tipo de comunicación es nuestra apuesta bandera que siempre hemos implementado y que busca cambiar hábitos en las nuevas generaciones entorno al manejo de residuos sólidos, por eso durante



estos 3 años llegamos a las instituciones educativas llevando talleres pedagógicos, además de implementar la estrategia de **“cine al barrio”** donde llega a los barrios con temáticas ambientales. Otra de nuestras estrategias fue con la estrategia audiovisual **“Enterate”**, donde nuestro gestor social visitaba nuestros usuarios para resolver dudas e inquietudes sobre el servicio o la factura y esta duda es resuelta por medio de videos que sirven a otros usuarios para resolver temas parecidos.

Para los próximos cuatro años implementaremos nuevas estrategias como son:

- Implementación campaña **“Cada gota cuenta”**
- **“Tome el algo con Servicios Públicos Yalí”**, que busca llegar a nuestro público adulto para tratar temas ambientales y sociales en torno a un chocolate.
- **“La factura en tu puerta”**, estrategia que busca enseñar a leer la factura de una forma didáctica y resolviendo dudas.

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.

Durante este tiempo se generó el boletín interno donde se comparten temas sobre nuestros colaboradores y concursos que la empresa esté lanzando dentro de la comunidad.



Para estos próximos cuatro años implementaremos temas sobre inteligencia emocional.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS

Generar dentro de la comunidad la cultura del ahorro del agua y la presentación de forma adecuada los residuos sólidos, implementando estrategias de comunicación interna y externa en los diferentes públicos objetivos, que permitan hacer un uso racional del agua y eliminar la generación de puntos críticos en las calles del municipio.

Objetivos específicos

- Sensibilizar en la Resolución de la CRA N°39 sobre el desincentivo del agua.
- 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 racional del agua
- Generar talleres sobre el Fenómeno del Niño
- 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.
- Llegar a cada sector con la estrategia tómesese el algo con Servicios Públicos Yalí.
- Evidenciar las actividades que presta la empresa en el municipio.
- Reiterar los horarios de recolección.



- Informar la forma en que se realizará la recolección de residuos especiales.
- Llegar a cada casa para enseñar a leer la factura de acueducto y alcantarillado.
- 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.
- Capacitación al personal interno sobre el uso racional del agua.
- Socializar el nuevo plan de comunicaciones al personal de la empresa.

Público objetivo

- Comunidad en general
- Personal interno

Recursos que se consideran necesarios

Medios

- Cartelera informativa para el personal interno en sus distintos departamentos
- Boletín interno
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Página web
- Instagram

Equipos

- Cámara



- 1 memoria SD
- Mouse
- Disco extraíble

Recurso humano

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Soporte servidor página web
- Soporte correos electrónicos.

Económicos (A necesidad):

Descripción

- Voz locutor
- Cuñas
- Mensajes de texto
- Perifoneo

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



- Litografías, pequeño y gran formato
- Mensajes de texto plataforma hálame.
- Emisora Yalí estéreo

Plan de acción:

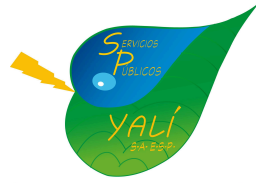
		Código:	
		Fecha:	
MES			
Plan de Comunicaciones			
Yalí			
Objetivo General			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	Fecha	OBSERVACIONES

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
			○



"Servicios con calidad en línea con el Ambiente"

