



# Plan de comunicaciones 2020

---

SEGOVIA S.A. E.S.P.

## INTRODUCCIÓN

Al revisar minuciosamente la evaluación de las actividades planificadas y ejecutadas durante el año 2019, se propone en este documento el accionar para el departamento a través del plan de comunicaciones para el año 2020.

Los retos aquí planteados parten de la necesidad de mejora y posicionamiento de la empresa a nivel local como la entidad prestadora del servicio de alumbrado público. Para lograr este objetivo se busca optimizar el proceso de comunicación externa a través de la creación de contenidos digitales y radiofónicos que permitan un acercamiento con la comunidad y establecer lazos de reconocimiento y confianza en los mensajes transmitidos.

La ejecución de dicha estrategia se plantea a partir de los siguientes 10 pasos:





## ANTECEDENTES

Segovia S.A. es la empresa prestadora del servicio de alumbrado público del municipio de Segovia desde el año 2012. Durante el 2018 año en el que inicia labores el departamento de comunicaciones se realiza un diagnóstico de la comunidad frente al reconocimiento de la empresa, al ser evaluado este durante el 2019 da como resultado un posicionamiento de la marca mínimo y poco reconocimiento de la empresa a nivel local. Por lo cual durante el año 2019 el objetivo del plan de comunicaciones se orientó a visibilizar las actividades del prestadas en los lugares del municipio y a evidenciar las ventajas de contar con el servicio de alumbrado público.

Se ejecutan en total 3 estrategias y 244 actividades, lo que permitió alcanzar un nivel de cumplimiento del 98.38% al finalizar el año 2019.

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

1. Creación de página web y correos corporativos.
2. Capacitación del personal administrativo frente al adecuado manejo de las plataformas virtuales institucionales.
3. Creación de la imagen corporativa a través del protocolo de imagen, tarjetas corporativas y adhesivos con el logo empresarial.
4. Fortalecimiento del Facebook empresarial Segovia S.A. impactando un total de 179 usuarios.
5. Capacitación sobre el procedimiento para interponer una PQR de forma presencial y socialización de los canales virtuales para interponerla.

## MARCO DE REFERENCIA



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

### Alumbrado público

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de Segovia 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

## DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SEGOVIA S.A. E.S.P.

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

### Marca e identidad

La marca e identidad de Segovia S.A. como empresa prestadora del servicio de alumbrado público del municipio de Segovia presenta grandes retos en el posicionamiento por lo cual en el año 2019 el eje central comunicativo se orientó en visibilizar las actividades que se prestan dentro de los municipios y las ventajas de contar con el servicio.

Como meta para el año 2020 se apunta a posicionar la marca en el municipio por lo cual se presentan los siguientes retos:

1. Diagnóstico del comportamiento de las comunidades frente a los medios informativos digitales como lo son el Facebook empresarial, WhatsApp y la página web de la empresa.
2. Visibilizar y posicionar la marca desde los valores corporativos y misión en el municipio.
3. Crear un canal de comunicación directa con los usuarios.
4. Consolidación de marca en los espacios empresariales y de identidad corporativa a través de los uniformes, manual de imagen corporativa, impresos con la información de la empresa.

### Información

Durante el año 2019 la información compartida con la comunidad se centró en evidenciar las labores realizadas en cuanto a la prestación del servicio en el municipio a través del Facebook empresarial.

Para el año 2020 la meta es posicionar el Facebook empresarial como canal de comunicación directo con la comunidad, visibilizar la página web y constituir un canal educativo a través de contenidos digitales en donde se acompañe a la comunidad en los procesos de la presentación de peticiones, quejas y reclamos.

### Comunicación corporativa



Este tipo de comunicación es un proceso fundamental para lograr posicionar a la empresa a nivel local y de esta forma ser reconocida por la comunidad.

Para el presente año a través de este tipo de comunicación se desarrollarán recursos que estén enfocados en la identidad empresarial, la misión, valores y política ambiental de la entidad.

### **Comunicación ciudadana**

Es importante para la empresa instaurar esta comunicación en pro de fortalecer las relaciones con los usuarios, pues permite que se establezcan lazos de corresponsabilidad frente al cuidado de los bienes comunes en nuestro caso las luminarias. Para llevar a cabo este objetivo se crearán contenidos comunicacionales y pedagógicos orientados a sensibilizar a la comunidad y educar sobre las buenas prácticas ciudadanas en pro del cuidado del medio ambiente.

### **OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS**

Posicionar a Segovia S.A. como una de las mejores empresas en la prestación de servicio de alumbrado a nivel local. Implementando estrategias de comunicación externa que permitan generar en la comunidad reconocimiento de la empresa como entidad prestadora del servicio.

### **Objetivos específicos**

- 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.
- Generar diagnóstico de los intereses de la comunidad en cuanto a temas relacionados con el servicio de alumbrado público.
- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del alumbrado público, su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Generar y dar a conocer las rutas que deben seguir los usuarios para interponer PQR referente al servicio de alumbrado público.



## Público objetivo

- Comunicad general.

## Recursos que se consideran necesarios

### Medios

- Cartelera informativa para el personal interno
- Facebook
- Página web

### Equipos

- Dron

### 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)

### Presupuesto





Dron	1	\$2.600.000	\$2.600.000
Total			\$2.600.000

**Canales: Radio – Televisión**

**Radio:** La segoviana, Colombia estéreo

**Canal local:** Proser TV

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

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

**Plan de acción:**

		Código:	
		Fecha:	
<b>NOVIEMBRE</b>			
<b>Plan de Comunicaciones Alianza Empresarial Aser Servicios</b>			
<b>Segovia</b>			
<b>Objetivo General</b>			
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>Fecha</b>	<b>OBSERVACIONES</b>

**Cronograma de acción:**

