

Plan de comunicaciones 2021

SEGOVIA S.A. E.S.P.





INTRODUCCIÓN

En el presente plan de comunicaciones se dispone la ruta de trabajo de la empresa Segovia S.A. para el año 2021, su objetivo, alcance y estrategias a utilizar de acuerdo con los resultados y análisis del año 2020, los cuales permitieron trazar el rumbo de acción para el presente año.

Como empresa se seguirá apostando por posicionar la marca a nivel local como la entidad prestadora del servicio de alumbrado público a través de los medios oficiales de comunicación como lo son la página web y el Facebook empresarial. De igual forma se busca mejorar el proceso de comunicación externa a través de contenidos radiofónicos y audiovisuales que se puedan presentar por los medios locales como emisora y canal local.



ANTECEDENTES

La empresa durante el año 2020 ha tenido presencia activa en el municipio de Segovia en la prestación del servicio de alumbrado público, el proceso de visibilización ha sido continuo a través de la imagen corporativa, en los canales de la empresa, sin embargo, la respuesta de la comunidad en general es muy plana, por lo cual se hace necesario continuar con el objetivo de posicionar la marca en la comunidad de forma que los usuarios la sienta cercana, parte del municipio y de sus procesos cotidianos.

En este año se ejecutan 3 estrategias en las cuales se desarrollaron 413 piezas, de acuerdo con lo propuesto se alcanzó un nivel de cumplimiento del 96% al finalizar el año 2020.

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

1. Migración de correos corporativos
2. Alto alcance en el Facebook empresarial de mujeres entre los 25 y 34 años.
3. Fortalecimiento del Facebook empresarial Segovia S.A. impactando un total de 472 usuarios.
4. Alianza con la administración municipal para evidenciar el proceso de modernización del sistema de alumbrado con tecnología LED.
5. Facebook empresarial como canal de comunicación directa para resolver dudas frente a la prestación del servicio o reportar mejoras en el mismo.



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 meta para la empresa fue posicionar la marca en el municipio a través de los colores, logotipo y eslogan corporativo, en las plataformas oficiales de la empresa, de igual forma se continúa evidenciando las actividades del servicio en la zona urbana y rural del municipio.

También se inicio el proceso de modernización del sistema de alumbrado público a tecnología LED, proceso que permitió trabajar en sinergia con la administración municipal, logrando mayor visibilización en las redes locales.



Para este año 2021 trabajaremos por seguir posicionando la marca en el municipio por lo cual se presentan los siguientes retos:

1. Visibilizar y posicionar la marca desde la paleta de color, el logotipo, eslogan y valores corporativos.
2. Fortalecer el Facebook empresarial como un canal de comunicación directa para el usuario con la empresa.
3. Monitorear la opinión de la comunidad a través de los medios para determinar la percepción que se tiene en relación con el servicio prestado.
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.
5. Generar actividades que tengan un impacto social en la comunidad y que las invite a participar y reconocer la marca.

Información

La información compartida a lo largo del año pasado tuvo un énfasis principalmente en las actividades del servicio que presta la empresa, de igual forma respondiendo a las directrices del Gobierno Nacional generamos piezas pedagógicas que invitan a nuestro usuario a asumir medidas de prevención y autocuidado frente al COVID19.

Para el año 2021 la meta es fortalecer los canales de comunicación externa a través de los medios oficiales y locales, permitiendo visibilizar nuestra página web y posicionar la marca de forma dinámica de los contenidos en relación con el servicio de alumbrado público.



Comunicación corporativa

La comunicación corporativa se trabaja a través los recursos enfocados en la identidad empresarial de cara a la comunidad, permitiéndonos generar recordación de marca y establecer lazos de identidad dentro de la comunidad.

Comunicación informativa

Este tipo de comunicación nos permite estar conectados con la comunidad, informando de manera oportuna los cambios en la prestación del servicio, las actividades realizadas de forma que se pueda tener actualizada a la comunidad.

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.
- Visibilizar a través de los medios oficiales el proceso de modernización del sistema de alumbrado público de luminarias de sodio a LED.
- Continuar con los procesos interinstitucionales con la administración municipal con miras a evidenciar los cambios en el proceso de modernización.
- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del alumbrado público, su funcionamiento y su importancia para el municipio.



Público objetivo

- Comunicad general.

Recursos que se consideran necesarios

Medios

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

Recurso humano

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Aprendiz
- Soporte servidor página web
- Soporte correos corporativos.

Económicos (A necesidad):

Descripción

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



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:	
NOVIEMBRE			
Plan de Comunicaciones Alianza Empresarial Aser Servicios			
Segovia			
Objetivo General			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	Fecha	OBSERVACIONES

