



Plan de comunicaciones 2019

SEGOVIA S.A.



INTRODUCCIÓN

La empresa Segovia S.A. para el 2019 tiene como objetivo principal dentro de su plan de comunicaciones posicionar la marca en un ámbito local con el fin de ser identificada por la comunidad como los encargados del servicio de alumbrado público.

Este objetivo se podrá lograr incorporando una serie de pasos con un orden lógico que darán como resultado la aplicabilidad esperada.





ANTECEDENTES

En el 2018 alcanzamos desde la comunicación externa las siguientes metas:

1. Fortalecimiento del Facebook empresarial como canal informativo.
2. Publicación de las reparaciones y mantenimientos preventivos del sistema de alumbrado público en el municipio.
3. Visibilización de la iluminación en las calles del municipio.
4. Creación piezas gráficas.

MARCO DE REFERENCIA

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

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

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SEGOVIA S.A.

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 piezas gráficas en 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 protocolo de imagen para gerentes y coordinadores.
3. Fortalecer la identidad visual de la marca.
4. Diseñar los uniformes para el personal administrativo y operativo.
5. Acompañamiento audiovisual en las actividades habituales del servicio.
6. Diseño de piezas comunicacionales para planes emergentes.



7. 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 del Facebook empresarial y la página web.

PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS

Intención y propósito de la Comunicación

Comunicación informativa

Información dirigida a la comunidad utilizando canales como: emisoras, mensajes de texto, Facebook empresarial y medios impresos.

Comunicación corporativa

Orientada al reconocimiento de marca en el contexto local, buscando posicionar el logo, eslogan y colores institucionales de forma que los usuarios se identifiquen, adapten y estén a gusto con nuestra empresa.

Comunicación ciudadana

Esta comunicación es fundamental para acercarnos a la comunidad y construir lazos de confiabilidad frente a la prestación del servicio en el municipio.



OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS

Posicionar la labor que desarrolla la empresa dentro del municipio en lo relacionado con la prestación del servicio de alumbrado público.

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 alumbrado publicado.
- Capacitar a la comunidad sobre los diferentes tipos de reparaciones (preventivas y daños).
- 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.

Público objetivo

Usuarios del área urbana y rural del municipio de Segovia.



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
- Vallas
- Pasacalles



Canales: Radio – Televisión

Radio: Segovia 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
Cuña 30"	1	\$5000	A necesidad
			\$6.538.650



Evaluación de resultados:

Cantidad de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento