



# Plan de comunicaciones 2019

---

SEGOVIA ASEO

## INTRODUCCIÓN

El plan de comunicaciones se trabajará buscando la aplicabilidad del objeto social de la entidad, para ello se generó el paso a paso de los componentes necesarios para desarrollar la estrategia enfocada principalmente en el posicionamiento de la marca a nivel local.

Es de vital importancia desarrollar temas como: el contexto, objetivos, público objetivo, mensajes, recursos, fijación de presupuesto, canales, plan de acción, cronograma de acción y evaluación de resultados, donde cada uno de ellos será pilar fundamental en el éxito del objetivo propuesto.



## **MARCO DE REFERENCIA**

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

### **Servicio público domiciliario de aseo urbano**

- Artículo 365 de la Constitución Nacional
- Ley 142 de 1994
- Ley 689 de 2001
- Decreto 2981 de 2013
- Resolución 720 del 2015

## **ANTECEDENTES**

Durante el año 2018 se logró establecer el departamento de comunicaciones como un canal entre la comunidad y la empresa, de igual forma se creó el Facebook empresarial para visibilizar las actividades que se realizaban desde cada frente de trabajo y se generó un proceso de acompañamiento lúdico-pedagógico en búsqueda de la concientización comunitaria, enfatizando en la importancia del cuidado del medio ambiente y el adecuado manejo de los residuos sólidos.

La imagen corporativa de la empresa se transformó según los colores institucionales y los objetivos de la marca.

Como resultado del acompañamiento al departamento educativo se logró generar un diagnóstico de las dinámicas de la comunidad en general, paralelo a ello se identificaron las instituciones educativas, los grupos ecológicos y educadores que trabajarán temas ambientales ligados a programas diseñados desde ministerio de educación.

## **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SEGOVIA ASEO**

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

### **Marca e identidad**

Desde la identidad corporativa se busca posicionar la marca a nivel local llegando a cada nicho desde diferentes estrategias, donde los colores y la tipografía logren ser más cercanos al usuario.

Las actividades planteadas son las siguientes:

1. Dar a conocer al personal interno la paleta de colores institucionales y la tipografía a utilizar en documentos internos y externos.
2. Actualizar la imagen externa en el parque automotor.
3. Diseñar dotación para el grupo ecológico aplicando los colores institucionales para lograr posicionamiento.
4. Entregar souvenirs (gorras, termos, tulas, chalecos) al grupo ecológico.
5. Diseñar uniformes acordes a los colores institucionales para el personal operativo de la empresa.
6. Producir cuñas radiales con mensajes educativos y de sensibilización en torno al manejo de los residuos sólidos.
7. Crear piezas gráficas pequeño y gran formato para los diferentes frentes de trabajo.
8. Diseñar carpa itinerante para acompañamiento de actividades educativas en diferentes sectores.
9. Generar estrategia gráfica y audiovisual para el desarrollo del concurso pesebres ecológicos liderado por el departamento educativo.
10. Entregar souvenir(calendarios) a los líderes y personal interno de la empresa.
11. Crear web site y correos empresariales.



## **Información**

Fortalecimiento del Facebook empresarial con el fin de dar reconocimiento y tener un canal de comunicación permanente con la comunidad.

Implementación de página web como plataforma de información oficial.

Sensibilización sobre puntos críticos a través de la emisora local.

## **Recursos que se consideran necesarios**

### **Equipos**

- Portátil edición de audio
- Portátil edición diseño
- Cámara
- Memoria SD
- Mouse
- Disco extraíble
- Consola Mixer

### **Recurso humano**

Director y auxiliar de comunicaciones y promotor educativo.



## **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 a Segovia Aseo como una empresa líder a nivel local en la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo, implementando estrategias de comunicación externa que permitan generar en la comunidad sentido de pertenencia y compromiso.

### **Objetivos específicos**

- Generar y dar a conocer las rutas que deben seguir los usuarios para interponer PQR.
- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- Divulgar los días de recolección de residuos sólidos.

### **Público objetivo**

Usuarios del área urbana del municipio de Segovia, corregimiento de Fraguas y Campoalegre.

### **Recursos y fijación de presupuesto**

#### **Técnicos:**

- Cámara
- Trípode
- Memoria SD
- Micrófono de solapa

#### **Económicos (A necesidad):**

#### **Descripción**

- Voz locutor
- Mensajes WhatsApp
- Mensajes de texto
- Correo masivo (CRM)
- Diseño de Pendones



- Diseño y producción de plegables
- Diseño de ilustración de imagen
- Valla
- Pasacalles
- Mensajes en la factura

**Canales: Radio – Televisión**

Radio: La Segoviana

Canales de comunicación online: Web, redes sociales, WhatsApp

Piezas publicitarias: artículos, infografías.

**Plan de acción:**

		Código:	
		Fecha:	
<b>MES</b>			
<b>Plan de Comunicaciones</b>			
<b>Segovia</b>			
Objetivo General: Posicionamiento de marca en el contexto local			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	Fecha	OBSERVACIONES



**Cronograma de acciones:**

Fecha de inicio	Fecha de Final	Mes										Cumplimiento	OBSERVACIONES
		Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo			
		P	E	P	E	P	E	P	E	P	E		

**Evaluación de resultados:**

Cantidad de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento