



# Plan de Comunicaciones 2021-2023

---

SEGOVIA ASEO S.A. E.S.P



## **INTRODUCCIÓN**

En el presente documento se describe el plan de comunicaciones a desarrollar durante el periodo 2021 hasta el 2023, además los marcos de referencia en los cuales la comunicación de Segovia Aseo debe navegar desde los contenidos y la pedagogía comunicativa y que están vigentes desde el diseño del plan de comunicaciones 2018.

Para poder establecer el presente plan se realiza una síntesis del diagnóstico de comunicaciones de la empresa en su parte externa acogiendo los aspectos de marca e identidad, comunicación informativa y comunicación pública.

Para finalizar se establecen los objetivos y metas propuestas los cuales son basados en los resultados obtenidos con el desarrollo del plan de comunicaciones 2020, el cual estuvo acompañado de un plan emergente por la Covid 19.

## **ANTECEDENTES**

SEGOVIA ASEO S.A. E.S.P. nació de la unión temporal de las empresas ASER SERVICIOS E.S.P. S.A. y HORIZONTE E.S.P. en el mes de agosto del año 2007, desde esta fecha inició con la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo a la comunidad del área urbana del municipio de Segovia Antioquia, corregimiento de Fraguas, vereda Campo Alegre y el Cristo.

Desde su conformación Segovia Aseo se ha preocupado y ha trabajado de la mano con el departamento de gestión social, para llegar a cada usuario donde se presta el servicio. En el 2018 abre sus puertas el departamento de comunicaciones y desde ese momento se ha transversalizado su accionar dentro y fuera de la entidad.

En el año 2020 el departamento de comunicaciones de la empresa desarrolló su plan de acción enfatizando en la comunicación externa, enfocándose en la marca, la información y la comunicación pública. Este año fue atípico por la presencia de la pandemia que asoló no solo al municipio, sino a todo un país; por esta razón se estableció un plan emergente que acompañó el plan establecido a inicios del 2020. Se modificaron gran parte de las estrategias que se tenían, las necesidades de comunicar se hicieron más evidentes, sobre todo de sensibilizar en torno a la entrega de los residuos sólidos y almacenamiento de estos en cada vivienda y local comercial.

Llegar a cada hogar con información constante se logró gracias a las plataformas digitales y perifoneos. La comunicación externa siguió siendo el eje que utilizó la empresa para estar cerca de las comunidades en un año donde la virtualidad se hizo presente, sin embargo, se obtuvieron grandes aprendizajes y logros como se establecen a continuación:

1. Articulación con el departamento de gestión social para temas preventivos sobre la Covid 19.
2. Sensibilización para la erradicación de puntos críticos a través de diferentes canales de comunicación.
3. Capacitación a través de mensajes educativos en torno a los días establecidos por sectores para presentar los residuos sólidos a la comunidad a través de la emisora La Segoviana.
4. Gestión con las comunidades locales a través de actividades enfocadas al cuidado del medio ambiente, como pesebres ecológicos con material reciclable en cada vivienda por plataforma virtual.

5. Generación de mensajes radiofónicos emitidos a través de medios alternativos como perifoneo.
6. Fortalecimiento del Facebook empresarial de Segovia Aseo logrando impactar a 14.654 usuarios que recibieron información y sensibilización entorno al manejo de residuos sólidos y cuidado del medio ambiente.
7. Posicionamiento de marca e imagen externa a través de vallas que prohíben la generación de puntos críticos en diferentes sectores.
8. Articulación con entes guberamentales para la sensibilización y levantamiento de puntos críticos, evidenciado por las plataformas virtuales de la empresa.
9. Producción de piezas digitales donde se evidenciaron las actividades de la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo Urbano.
10. Sensibilización y capacitación digital sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos en el corregimiento de Fraguas.
11. Sensibilización y capacitación digital sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos con la comunidad de la vereda Campo Alegre.
12. Evidenciar por medio del Facebook empresarial el lavado de parques en el municipio de Segovia y corregimiento de Fraguas.
13. Gestión y producción del concurso de pesebres ecológicos virtuales 2020 para la comunidad segoviana.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones 2021-2023, se tuvieron en cuenta los siguientes insumos:

1. Revisión y trazabilidad del proyecto generado por el departamento de gestión social de la empresa.
2. Resultados obtenidos en el informe de gestión 2020 del departamento de comunicaciones.
3. Identificación de necesidades establecidas según los reportes de PQR de la empresa.
4. Necesidades establecidas desde los otros departamentos de la entidad.
5. Resultados analizados según las métricas del Facebook empresarial 2020.

## **MARCO DE REFERENCIA**



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

### **Servicio Público Domiciliario de Aseo Urbano**

- Plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS)
- Artículo 365 de la Constitución Nacional
- Ley 142 de 1994
- Ley 689 de 2001
- Decreto 2981 de 2013
- Resolución 720 del 2015
- Ley 1259 de 2008 (Comparendo ambiental)

### **Comunicaciones y TICS**

- Ley de protección de datos personales
- Ley 1581 de 2012
- Decreto 1377 de 2013



## **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES SEGOVIA ASEO S.A.**

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública

### **Marca e identidad**

Si bien Segovia Aseo es la empresa que ya conocen los segovianos como la encargada de la recolección y disposición final de los residuos sólidos, es necesario generar mayor recordación e impartir en la marca el sello que caracteriza la organización, como son la cercanía, el responsabilidad, solidaridad, cuidado del medio ambiente y la entrega para prestar de forma eficiente el servicio. De la mano con el departamento de gestión social se ha logrado evidenciar el significado y el valor desde la simbología de los colores y su slogan "siempre limpia para ti" a todos los usuarios, sin embargo, se debe continuar trabajando su posicionamiento en cuanto a identidad corporativa. Para lograrlo debemos trabajar de manera transversal con todos los demás departamentos de la empresa en los siguientes aspectos:

### **Cómo nos proyectamos:**

- ✓ Identidad corporativa: referente a nuestra imagen, en uniformes, papelería, plantillas de presentación, vallas, papeleras de poste y demás piezas deben estar debidamente marcadas con nuestro logo.
- ✓ Nuestro equipo de colaboradores impartirá su sello de cercanía y compromiso en cada uno de sus frentes de trabajo.
- ✓ Evidenciaremos los beneficios que llevamos a nuestros usuarios por prestar un servicio oportuno, de calidad y seguro.
- ✓ El parque automotor siempre estará debidamente identificado con nuestra marca a través de imágenes donde se evidencie las actividades que realizamos.
- ✓ Segovia Aseo continuará generando estrategias en donde el logo y sus colores corporativos logren una recordación y así obtener una marca que genere valor para los segovianos.

### **Información**





Durante el año 2020 utilizamos medios tradicionales para llegar a la comunidad, como el perifoneo; puntualizamos en fechas como navidad, para solicitar colaboración en la presentación de los residuos sólidos en el mes de diciembre, debido a que los carros no podían ingresar a varios sectores por los adornos en algunas cuadras.

El trabajo en medios digitales se impartió de forma fuerte y permanente, desde estas plataformas se publicaron piezas de comunicación enfocadas en el autocuidado por la presencia de la pandemia en la comunidad segoviana.

Por medio de historias en el Facebook empresarial se entregó información sobre la presencia de puntos críticos que durante la pandemia se incrementaron.

### **Cómo nos proyectamos:**

- ✓ Con el fin de seguir informando de forma oportuna, veraz y establecer una comunicación en doble vía con el usuario, establecimos el Facebook empresarial como un canal de comunicación directo y cercano.
- ✓ Continuaremos trabajando desde el 2021 al 2023 en contenidos digitales.
- ✓ Llegaremos a más hogares a través de medios de comunicación local y medios alternativos con información sobre las actividades del Servicio Público Domiciliario de Aseo.
- ✓ Se entregará de forma oportuna los cambios y retrasos en los horarios de recolección por daño o inconvenientes de última hora.
- ✓ Crear un vínculo de apoyo con los líderes comunales locales.
- ✓ Formación básica del personal operativo (coordinadores) en las tomas de fotografías con fines informativos y educativos.

### **Comunicación pública**

En el año 2020 trabajamos articulados con el departamento de gestión social a través del Facebook empresarial de la empresa temas como, el autocuidado y el manejo adecuado de los residuos sólidos en tiempo de pandemia, igualmente la forma de almacenar los residuos. Nos articulamos con otras dependencias de la alcaldía municipal de Segovia para hacer pedagogía sobre las problemáticas que trae para la salud la acumulación de residuos sólidos en lugares no autorizados entre ellos la propagación del dengue, pero se redujo el contacto permanente con el ciudadano

para realizar sensibilización cara a cara por que se debía mantener el distanciamiento social, para cuidarnos y cuidar a los demás.

### **Cómo nos proyectamos:**

- ✓ Queremos llegar a un número mayor de comunidades utilizando los medios de comunicación local.
- ✓ Seguiremos sensibilizando y capacitando a través de distintos medios sobre la necesidad de erradicar los puntos críticos.
- ✓ Realizaremos campañas que logren articular los líderes comunales de los diferentes sectores, para que se vuelvan multiplicadores de la comunicación.
- ✓ Llegaremos a los sectores, llevando información, sensibilización y capacitación sobre la forma de presentar los residuos sólidos

### **Recursos que se consideran necesarios**

#### **Medios**

- Cartelera informativa para el personal administrativo y operativo
- Correos institucionales
- Facebook empresarial
- Página Web
- Grupo WhatsApp

#### **Equipos**

- Trípode
- 1 memoria SD
- Micrófono de solapa
- Disco extraíble

#### **Recurso humano**

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Soporte servidor página web



### **Recursos que se consideran necesarios**

- Auxiliar para apoyar la comunicación interna

#### **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 comunicaciones 2021-2023**

Segovia Aseo es una empresa de Servicios Públicos Domiciliarios que busca posicionar su marca a nivel local, por eso vela por prestar servicios de calidad y durante el 2021 y 2023 continuará generando estrategias que permitan desarrollar cabalidad los objetivos y metas establecidos en el presente plan de comunicaciones.

Para llegar a nuestro público objetivo continuaremos uniendo dos de los departamentos que más contacto tienen con la comunidad, que son el de gestión social y comunicaciones, ambas dependencias están encargadas de generar contenidos que propendan por una cultura del cuidado y preservación del medio ambiente y la gestión integral de los residuos sólidos, contenidos que llegarán a la comunidad a través de medios de comunicación masiva y alternativa, continuando además con la estrategia digital en nuestro Facebook empresarial.

### **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 e interna que permitan generar en la comunidad sentido de pertenencia y compromiso.

## Objetivos específicos

- Generar diagnóstico de los intereses de la comunidad en cuanto a temas relacionados con el servicio público domiciliario de aseo urbano.
- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del servicio público domiciliario de aseo urbano, su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Divulgar los días de recolección de residuos sólidos en el municipio.
- Articulación con el departamento de educación para generar estrategias lúdico pedagógicas enfocadas en la realidad de las comunidades y generación de material pedagógico para medios como: Facebook, emisora y medios alternativos de comunicación como perifoneo.
- Capacitar en las instituciones educativas sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos.
- Sensibilizar y capacitar a la comunidad del corregimiento de Fraguas sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos.
- Desarrollar procesos artísticos con mensajes medioambientales.
- Generar estrategias de divulgación y pedagogía para las rutas de recolección de residuos sólidos especiales.
- Sensibilizar y capacitar al personal interno de la empresa en el significado de los colores institucionales.
- Informar a la comunidad sobre los deberes y derechos de los usuarios.
- Fortalecer el posicionamiento de marca asociado al manejo adecuado de los residuos sólidos.
- Evidenciar el proceso de embellecimiento de parques en el municipio que realizará la empresa.
- Mostrar a la comunidad por medios locales de comunicación la cantidad de puntos críticos existentes y su proceso de erradicación.
- Historias de vida de los operarios.
- Evidenciar las pausas activas que realizan los diferentes departamentos con las áreas encargadas.
- Sensibilizar entorno a los protocolos de bioseguridad propuesto por la OMS.
- Evidenciar a través del Facebook empresarial las actividades del Servicio Público Domiciliario de Aseo en Segovia, Fraguas y Campo Alegre.
- Diseñar y producir material de gran formato como vallas y pasacalles.



**Nota:** debido a la prestación del servicio en el municipio durante 15 años se hace necesario generar una campaña en el marco de esta celebración, esta irá acompañada de cambio de imagen en el logo institucional y se apoyará de diversas estrategias en el posicionamiento de marca a través de los medios digitales y locales.

## **Ámbitos de la comunicación de Segovia Aseo**

### **Enfoque comunicativo 2021-2023**

Se continuará fortaleciendo la comunicación externa de la empresa, entregando herramientas educativas que propendan en mejorar el manejo de los residuos sólidos y el cuidado de los recursos naturales. Durante el 2021-2023 la marca e identidad, al igual que la comunicación interna, corporativa y ciudadana serán nuestros ejes de trabajo.

### **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, para este año daremos continuidad a los procesos pedagógicos creados por medio de contenidos digitales y radiofónicos enfocados en el adecuado uso de los residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente, de igual forma se fortalecerá los canales dispuestos para interponer una PQR por parte de los usuarios.

### **Comunicación digital**

Es la encargada de generar empatía y participación con nuestros grupos de interés, se logra diseñando contenido agradable para la comunidad y se lleva a cabo a través de nuestro Facebook empresarial y nuestra página Web.

## Comunicación interna

Este tipo de comunicación que se dirige a los colaboradores de la empresa permite potenciar el sentido de pertenencia, la proactividad, el clima laboral y el cumplimiento de los objetivos de la comunicación externa.

- \* Para iniciar el proceso con el personal de la empresa, se trabajará el manual de imagen y la aplicación de los diferentes documentos empresariales.
- \* Socializar al personal interno sobre las campañas y estrategias externas que realizará la empresa.
- \* Monitoreo y soporte a correos electrónicos.
- \* Bonos para cumpleaños.
- \* Capacitaciones al personal de la empresa según la necesidad.

## Planeación y seguimiento del Plan de Comunicaciones 2021-2023

Con el fin de medir y evaluar las estrategias y objetivos propuestos, el equipo de comunicaciones desarrolla un plan de acción mensual, que se ajusta paralelo con el objetivo general. Adicional se desarrolla un cronograma para medir el cumplimiento del mismo de forma mensual. Al finalizar cada año se ejecuta el cuadro de evaluación de resultados y basado en ello se continúa con las mismas estrategias, o por el contrario se modifican.

### Plan de acción:

|  |                 |              |                      |
|--|-----------------|--------------|----------------------|
|  |                 | Código:      |                      |
|  |                 | Fecha:       |                      |
| <b>MES</b>   |                 |              |                      |
| <b>Plan de Comunicaciones Alianza Empresarial Aser Servicios</b> |                 |              |                      |
| <b>Segovia</b>   |                 |              |                      |
| Objetivo General   |                 |              |                      |
| <b>OBJETIVOS<br/>ESPECIFICOS</b>                                 | <b>ACCIONES</b> | <b>Fecha</b> | <b>OBSERVACIONES</b> |
|  |                 |              |                      |

**Cronograma de acciones:**

| Fecha de inicio | Fecha de Final | Mes   |   |       |   |       |   |       |   |       |   | Cumplimiento | OBSERVACIONES |
|-----------------|----------------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|--------------|---------------|
|                 |                | 1 mes |   | 2 mes |   | 3 mes |   | 4 mes |   | 5 mes |   |              |               |
|                 |                | P     | E | P     | E | P     | E | P     | E | P     | E |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |
|                 |                |       |   |       |   |       |   |       |   |       |   |              |               |

**Evaluación de resultados:**

| Cantidad de actividades realizadas | de Hallazgos | Recomendaciones | Nivel de cumplimiento |
|------------------------------------|--------------|-----------------|-----------------------|
|                                    |              |                 |                       |
|                                    |              |                 |                       |