



**Plan de
comunicaciones
2.024-2.027**

Segovia Aseo

INTRODUCCIÓN

En el presente documento se propone el plan de comunicaciones, el cual es la carta de navegación donde se puntualiza en las actividades que se van a desarrollar en la vigencia 2.024 - 2.027, las cuales surgen luego de la evaluación del plan de comunicación anterior, donde se destacan varios aspectos importantes y necesarios dentro de los tipos de comunicación escogidos por el equipo de trabajo que se comparte de forma directa con el departamento de gestión social de la entidad. Destacando en gran medida los siguientes aspectos:

1. Los marcos de referencia de la normatividad vigente establecida por la autoridad ambiental y entidades regulatorias, para una empresa dedicada al manejo integral de los residuos sólidos.
2. Las iniciativas que se plantean al interior de la organización buscando implementar medidas educativas a corto y mediano plazo sobre el cuidado y preservación del recurso hídrico.
3. El fortalecimiento y acompañamiento a las demás áreas de la empresa que requieren acompañamiento del área de comunicaciones con el fin de que la marca prevalezca de forma interna y externa.
4. Los retos que enmarca una comunicación eficaz y oportuna con los públicos de interés.
5. Los compromisos que adquieren las empresas de servicios públicos dirigidos al Índice de Transparencia y Acceso a la Información para con la ciudadanía.
6. Las mejoras propuestas luego de evaluar el anterior plan de comunicaciones.



ANTECEDENTES

Segovia Aseo nació de la unión temporal de las empresas Aser Servicios y Horizonte Azul 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 relacionamiento 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 azotó 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.

Para los años siguientes que fueron 2021 hasta el 2023 se continuó con la comunicación y sensibilización virtual, la cual se expandió en gran medida por nuestro público objetivo. El manejo integral de los residuos sólidos fue nuestro tema bandera y estuvo acompañado de forma permanente por ambos departamentos, el de gestión social y comunicación para el desarrollo, digital, informativa y corporativa. La comunicación informativa desde los perifoneos barriales hasta los banner en redes sociales ayudaron a la comunidad a estar en permanente comunicación con la empresa, debido a que el año 2023 en el municipio de Segovia fue un año de construcción vial, lo que ocasionó traumatismos para la recolección y era necesario informar de forma eficaz y



constante a cada sector para evitar acumulación de residuos y fallas en la microrruta de recolección.

Se obtuvieron varios logros a resaltar:

1. Participación de la tercera edad en temas de cuidado del medio ambiente, manejo adecuado de los residuos sólidos y problemas para la salud por presencia de puntos críticos se hicieron de forma constante por estos 3 años.
2. Fortalecimiento del Facebook empresarial de Segovia Aseo logrando impactar a 2.569 usuarios que recibieron información y sensibilización en torno al manejo de residuos sólidos y cuidado del medio ambiente.
3. Generación de mensajes emitidos a través de medios alternativos como perifoneo sobre los inconvenientes al recoger por cierre de vías.
4. Sensibilización para la erradicación de puntos críticos a través de diferentes canales de comunicación.
5. Posicionamiento de marca e imagen externa a través de vallas que prohíben la generación de puntos críticos en diferentes sectores.
6. Articulación con entes gubernamentales para la sensibilización y levantamiento de puntos críticos, evidenciado por las plataformas virtuales de la empresa.
7. 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.
8. Sensibilización y capacitación digital sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos en el corregimiento de Fraguas.
9. Gestión con las comunidades locales a través de actividades enfocadas a la participación ciudadana, como pesebres ecológicos, buscar el nombre al personaje instituciones, entre otros.
10. Producción de piezas digitales donde se evidenciaron las actividades de la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo Urbano y Rural.
11. . Evidenciar por medio del Facebook empresarial el lavado de parques en el municipio de Segovia y corregimiento de Fraguas.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones 2024-2027, se tuvieron en cuenta los siguientes insumos:

1. Resultados y observaciones obtenidas del plan de comunicaciones 2.021-2.023.

2. Estudio y unión de objetivos planteados en el proyecto de gestión social para el año 2024.
3. Identificación de necesidades planteadas por parte de la autoridad ambiental y de regulación de la empresa que deben ser aplicadas año a año.
4. Identificación de necesidades establecidas según los reportes de PQR de la empresa.
5. Necesidades establecidas desde los otros departamentos de la entidad.
6. Resultados arrojados por las métricas de Facebook donde nos direccionan un trabajo específico y diferenciado con usuarios que no hacen parte de la virtualidad.
7. Nuevos públicos objetivo que hacen parte del porcentaje de usuarios residenciales y comerciales que no tienen acceso a las plataformas digitales que en el municipio de Segovia corresponde a hombres y mujeres entre los 55 y 65 años.

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
- Comparendo ambiental
- Índice de Transparencia y Acceso a la Información ITA

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

Durante el periodo comprendido entre el 2021 y 2024 que se ha venido visibilizando el logotipo de la entidad y se ha logrado adquirir reconocimiento entre los habitantes de la localidad. Se destacan principalmente:

- Los carros de recolección, entre ellos el motocarguero, están debidamente identificados con el personaje que representa a nuestra entidad.
- Por medio de un concurso a nivel municipal, se logró que unas niñas del municipio le pusieran el nombre al personaje institucional, llamándose "Ana Limpia".
- Se tiene el personaje de Ana Limpia de forma inflable, con esto llevamos nuestro personaje a cada rincón del municipio donde hacemos presencia por medio de nuestras actividades.
- Las canastillas de poste llevan colores que pertenecen a nuestro pantone institucional y están identificadas con el logo. En el municipio contamos con 54 recipientes para residuos de transeúntes y en el corregimiento de Fraguas 14.
- En todo el municipio de Segovia en el área urbana y algunos sectores rurales contamos con 33 vallas debidamente identificadas que llevan mensajes invitando a erradicar los puntos críticos y dando a conocer el monto que conlleva una multa por contaminar el sector.
- Se implementó además souvenirs de bolsas ecológicas debidamente marcadas, que en su primera versión hacían alusión a los 15 años de la empresa y luego se siguió utilizando el logo habitual. Estas bolsas son entregadas en las jornadas lúdicas y de sensibilización ambiental.



- Para los aguinaldos de los empleados se entregaron toallas con la imagen institucional de la empresa.
- Se entregó al personal administrativo el manual de imagen con su respectiva capacitación, con el fin de que la tipografía, colores y logo, sean utilizados en la papelería empresarial de forma correcta.
- El slogan “siempre limpia para ti” ha obtenido reconocimiento por lo sonoro y se utiliza al final de todas las piezas de comunicación.

Para estos próximos tres años seguiremos trabajando con el fin de lograr cada día más un 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: continuar la línea de marca y color en las piezas internas y externas de la organización.
- ✓ 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 evidencien las actividades que realizamos.
- ✓ Segovia Aseo implementará estrategias como regalos empresariales internos y externos souvenir que lleven la marca a todos los rincones de la localidad.
- ✓ Capacitar al personal que ingrese nuevo cada año sobre el manual de imagen de la entidad.

Stakeholders

- Parte operativa y administrativa de la empresa
- Estudiantes

- Grupos organizados

Canales

- Talleres y jornadas lúdicas
- Material impreso
- Sticker con la imagen de la empresa
- Souvenirs
- Eventos conjuntos con otras entidades

Información

Durante los años 2.021 al 2.023 nos apoyamos en los medios locales como la emisora y nuestros canales digitales como lo son la página web y el facebook empresarial.

El eje temático en cada publicación dentro de la comunicación informativa fueron los horarios de recolección y los lugares alternos donde se podían sacar los residuos sólidos, esto último debido a que en este periodo de gobierno se realizaron constantes construcciones en las vías, por esta razón también los perifoneos se hicieron de forma masiva realizando aproximadamente 180.

Otra de las estrategias informativas fue el evidenciar los puntos críticos identificados en el municipio y la erradicación de algunos de ellos. Para el 2023 se tenía un consolidado de 46 puntos críticos y erradicados 16.

Durante el año 2023 se implementó la ruta nocturna para los sectores comerciales, lo que hizo que todo el municipio tuviera cambios en la recolección, por eso, implementamos una avanzada puerta a puerta para informar a la comunidad dichos cambios y se entregaron volantes sectorizados con el día y hora de la recolección.

Los concursos de navidad y el buscar el nombre al personaje institucional se trabajó directamente en el canal empresarial del Facebook y desde allí la comunicación en doble vía se pudo observar. Logrando atraer más seguidores a la página.

Se crearon 4 grupos en WhatsApp de diferentes sectores donde se informan daños o retrasos en la recolección.

Cómo nos proyectamos:



- ✓ Informando por medio de audios de WhatsApp a la comunidad por motivo de cambios de la recolección o daño de la vía.
- ✓ Continuaremos trabajando desde el 2024 al 2027 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.
- ✓ 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.
- ✓ Los diferentes coordinadores tendrán tarjetas con información de recolección de especiales para entregar a la comunidad conque tengan contacto según su oficio.
- ✓ Se capacitará a la comunidad en como acceder a los medios de comunicación virtuales de la empresa.
- ✓ Queremos instaurar el perifoneo como medio alternativo de comunicación local y comunitaria.

Stakeholders

- Parte operativa y administrativa de la empresa
- Estudiantes
- Amas de casa
- Comerciantes
- Fuerzas vivas de la comunidad
- Líderes comunitarios

Canales

- Perifoneos
- Salidas itinerantes con el aula
- WhatsApp
- Facebook empresarial
- Página web de la empresa

- Talleres lúdicos
- Emisora local

Comunicación para el desarrollo

Durante estos tres años trabajamos de la mano del departamento de gestión social y la coordinación operativa. El eje central fue la erradicación de los puntos críticos y la puesta en marcha de la prueba piloto para la recolección nocturna.

Dentro de las estrategias utilizadas fueron visitas puerta puerta, talleres en grupos de interés, cine al parque, concursos y tomas barriales. Destacamos el concurso realizado para que la comunidad infantil le pusiera el nombre a nuestro personaje institucional, quedando como ganadora “Ana Limpia”.

Cómo nos proyectamos:

- ✓ Seguiremos sensibilizando y capacitando a través de distintos medios sobre la necesidad de erradicar los puntos críticos.
- ✓ Llegaremos a los sectores de forma permanente donde siguen obstaculizando el paso del carro recolector.
- ✓ Establecer campañas 360 con el fin de abordar a todos los públicos en temas de residuos sólidos.
- ✓ Llegaremos con nuestro grupo ecológico “Huellitas Verdes” a sectores donde hay presencia de quebradas para sensibilizar a la comunidad aledaña.
- ✓ Estaremos con nuestra aula ambiental itinerante al corregimiento de Fraguas a capacitar y sensibilizar sobre el cuidado del recurso hídrico.
- ✓ Entregaremos a la comunidad información detallada de como acceder a la recolección de residuos especiales.
- ✓ Haremos entrega del registro de las veredas atendidas con el servicio de recolección veredal.
- ✓ Detallaremos en nuestros canales de comunicación los puntos críticos identificados y erradicados.

Stakeholders

- Usuarios residenciales
- Usuarios comerciales
- Instituciones educativas
- Fuerzas vivas del municipio
- Grupos organizados
- Líderes comunitarios

Canales

- Encuentros cara a cara
- Material impreso
- Salidas itinerantes con el aula
- WhatsApp en grupos
- Facebook empresarial
- Talleres lúdicos

Recursos que se consideran necesarios

Medios

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

Recurso humano

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

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, WhatsApp e Instagram.
- **Piezas publicitarias:** artículos, infografías, gran formato volantes, vallas, folletos, etc

Plan de comunicaciones 2024-2027

Segovia Aseo es una empresa de Servicios Públicos Domiciliarios encargada de prestar el servicio público domiciliario de aseo en el municipio de segovia y el corregimiento de Fraguas, por ello siempre ha estado trabajando por impartir en la comunidad la cultura de la no basura, la reducción en el consumo y todo ello de cara al cuidado de los recursos naturales y establecer una estructura clara para hacerlo desde la sensibilización, capacitación, educación y comunicación asertiva.

Durante el 2024 y 2027 continuaremos trabajando para cumplir con los objetivos y metas establecidos en el presente plan de comunicaciones.

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

- Evidenciar a través del Facebook empresarial e Instagram las actividades del Servicio Público Domiciliario de Aseo en Segovia, Fraguas y Campo Alegre.
- Articular con el departamento de educación y la parte operativa para generar estrategias lúdico pedagógicas enfocadas en la realidad de las comunidades.



- 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 en el municipio.
- Capacitar en las instituciones educativas sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos.
- Generar estrategias de divulgación y pedagogía para las rutas de recolección de residuos sólidos especiales.
- Evidenciar el proceso de embellecimiento de parques en el municipio que realizará la empresa.
- Sensibilizar y capacitar a la comunidad del corregimiento de Fraguas sobre el adecuado manejo de los residuos sólidos y cuidado del agua.
- Mostrar a la comunidad por medios locales de comunicación la cantidad de puntos críticos existentes y su proceso de erradicación.
- Diseñar y producir material de gran formato como vallas y pasacalles para el posicionamiento de marca.
- Sensibilizar sobre la forma en cómo se deben presentar los residuos sólidos para evitar accidentes.
- Entregar souvenir con la identidad de la empresa en los diferentes apoyos que la entidad hace a centros educativos y comunitarios.
- Participar en eventos locales como ferias empresariales.
- Dar a conocer las bondades del nuevo relleno sanitario Vera II.
- Evidenciar la prestación del servicio de recolección en los distintos circuitos veredales.

Ámbitos de la comunicación de Segovia Aseo

Enfoque comunicativo 2024-2027



En esta nueva etapa se adicionará un programa más de cara a la comunidad y es Segovia Aseo en tu barrio, que unirá educación e información. Esta apuesta llegará a cada sector explicando de forma cercana temas como lectura de factura, problemas de salud asociados al mal manejo de los residuos sólidos, horarios de recolección, solución de dudas y residuos especiales. Es una actividad que inicialmente se llevará a cabo de forma bimensual.

Comunicación marca e identidad

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 para el desarrollo

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 nuevo periodo continuaremos con los procesos pedagógicos creando contenidos para público digital y comunitario. El enfoque continuará siendo el manejo de los residuos sólidos, pero además, el cuidado y preservación del agua, este último se abordará en el marco del Fenómeno del Niño que atraviesa el país en este 2024.

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, Instagram 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.

- * Socializar al personal interno sobre las campañas y estrategias externas que realizará la empresa.
- * Monitoreo y soporte a correos electrónicos.
- * Certificados del empleado del mes.
- * Capacitaciones al personal de la empresa según la necesidad.

Planeación y seguimiento del Plan de Comunicaciones 2024-2027



Se continuará trabajando la planeación semanal de forma transversal con el departamento educativo, este busca la articulación de temas que van para nuestro público objetivo y solicitudes internas de la organización. En esta planeación se puede medir el nivel de cumplimiento de cada una de las actividades propuestas y esto da un resultado que nos sirve como insumo para el informe mensual y por consiguiente para el informe de gestión anual.

Al cerrar cada año se desarrolla un cuadro de evaluación y resultados con el fin de modificar estrategias u objetivos según la necesidad actual.

Planeación semanal:

Semana de planeación									
Fecha	Emisión	Nota	Componente	Objetivo nota	Responsable	Fecha de entrega	Nivel de cumplimiento	Categoría	Tipo de comunicación

Evaluación de resultados:

Año					
# de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento	Observaciones	Tipo de comunicación