



# Plan de comunicaciones 2018

---

ASER SERVICIOS



## INTRODUCCIÓN

En el presente plan de comunicación se encontrará una hoja de ruta para los componentes de la empresa, donde se establecen de forma clara y concertada los objetivos que en comunicación se desean alcanzar. Todos ellos divididos por las diferentes acciones que conforman el objeto social de la entidad.

Las metas para el presente año están enfocadas en el posicionamiento de marca a nivel local como empresa prestadora del servicio público domiciliario de aseo urbano del municipio de Amalfi y de alumbrado público en los municipios de San Pedro de los Milagros, Titiribí y Anorí.

Para dar cumplimiento a la estrategia propuesta se establece la aplicabilidad de los siguientes pasos: contexto, objetivos, público objetivo, mensajes, recursos y fijación de presupuesto, canales, plan de acción, cronograma de acción y evaluación de resultados.





## MARCO DE REFERENCIA

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de ASER SERVICIOS E.S.P. S.A. 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

### Alumbrado Público

- 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

## ANTECEDENTES

Mediante el desarrollo del Proyecto Hidroeléctrico Porce II en el año 1995, Empresas Públicas de Medellín en conjunto con el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y el Municipio de Amalfi, iniciaron diferentes procesos de formación ambiental y empresarial a líderes de la zona de influencia del Proyecto, logrando la generación de una Cooperativa Ambiental Denominada Cooperativa Técnica de Líderes Ambientales y Servicios COOTLASER. En julio de 1998 la cooperativa se desintegra y se crea la empresa de servicios públicos domiciliarios que conocemos con el nombre de ASER SERVICIOS E.S.P. S.A.

A la fecha la empresa ASER SERVICIOS E.S.P S.A. cuenta con un sistema de tres rutas selectivas en lo que tiene que ver con recolección de residuos sólidos orgánicos los días martes, jueves y sábados, recolección de los huesos los días miércoles en las carnicerías de los diferentes sectores del área urbana del municipio de Amalfi y recolección de los residuos sólidos ordinarios los días lunes y viernes.

En el año 2017 se inicia la prestación del servicio de alumbrado público en los municipios de San Pedro de los Milagros, Anorí y Titiribí.

Dentro de los logros que se esperan alcanzar durante la ejecución del plan de comunicaciones tenemos:

1. Creación del departamento de comunicaciones como articulador de los procesos empresariales.
2. Fortalecimiento del Facebook empresarial de ASER SERVICIOS E.S.P S.A.
3. Acompañamiento y registro de intervenciones en el municipio para visibilizar la labor de nuestros operarios.
4. Articulación con el departamento de educación, lo que permitió la generación de 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.

Durante este primer año el proceso de comunicaciones se enfocará en realizar un diagnóstico de las dinámicas de la empresa, suscriptores y usuarios de redes sociales identificando las necesidades de primera mano para lograr posicionar la marca en el municipio. La recepción del proceso inicialmente parte de un gran reto y de un trabajo constante por parte del equipo de comunicaciones, sin embargo, hay un largo camino por recorrer para el mejoramiento del proceso comunicativo tanto externo como interno.

## **DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIONES ASER SERVICIOS E.S.P S.A.**

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

### **Marca e identidad**

La empresa ASER SERVICIOS E.S.P. S.A. actualmente cuenta con el logotipo empresarial y la aplicación de la identidad visual en los uniformes del personal.

El personal que labora en la empresa en su totalidad es del municipio, lo cual genera mayor asocio de la marca por parte de la comunidad.

### **Información**

Para el 2018 se busca visibilizar la empresa, por esta razón se fortalecerá el Facebook empresarial con el fin de dar reconocimiento y tener un canal de comunicación permanente.

## **Recursos que se consideran necesarios**

### **Equipos**

- Portátil edición de audio
- Portátil edición diseño
- Cámara
- Trípode
- 3 Memoria SD



- Micrófono de solapa
- Celular empresarial
- Sistema de sonido
- Pantalla
- Mouse
- Disco extraíble
- Consola Mixer

### **Recurso humano**

Se contará con un promotor social encargado de enviar el material fotográfico e informes mensuales de las actividades ejecutadas.

## **PLAN DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES CORPORATIVAS**

### **OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS**

Visibilizar la labor que desarrolla la empresa dentro del municipio en lo relacionado con la prestación de alumbrado público por medio de herramientas comunicativas con el fin de dar mayor conocimiento del trabajo que desarrolla dentro de la comunidad, como parte de su responsabilidad social empresarial.

### **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, lo que permitió la generación de 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.
- Mostrar 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.
- Generar diagnóstico de los intereses de la comunidad en cuanto a temas relacionados con el servicio de alumbrado público.
- Realizar publicaciones en las que se promueva el cuidado de las luminarias en los diferentes sectores.
- Generar y dar a conocer las rutas que deben seguir los usuarios para interponer PQR referente al servicio de alumbrado público.
- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del alumbrado público, su funcionamiento y su importancia para el municipio.

### **Público objetivo**

Usuarios de los municipios de Amalfi, San Pedro de los Milagros, Titiribí y Anorí.

### **Comunidad en general**

- **Recursos y fijación de presupuesto**

**Humanos:** Se contará con un promotor social encargado de enviar el material fotográfico e informes mensuales de las actividades ejecutadas.

### **Técnicos:**

- Portátil edición de audio
- Portátil edición diseño
- Cámara
- Trípode
- 2 Memoria SD
- Micrófono de solapa



- Sistema de sonido
- Pantalla
- Disco extraíble
- Consola Mixer

## 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 voz de Amalfi, Anorí estéreo, la voz de San Pedro y nuestra radio municipio de Titiribí.

Televisión: canal local Amalfi, canal local Anorí y canal local San Pedro.

Canales de comunicación online: Web, redes sociales, WhatsApp

Piezas publicitarias: Artículos, infografías



