

# Plan de comunicaciones 2021

---

ASER SERVICIOS E.S.P.S.A.





## INTRODUCCIÓN

Para el 2021 la empresa Aser Servicios E.S.P. S.A. continuará con el objetivo de posicionarse como entidad líder en la prestación del servicio de alumbrado público a nivel regional, concentrando sus esfuerzos a corto y mediano plazo en los municipios donde presta sus servicios: San Pedro de los Milagros, Anorí, Titiribí.

El presente plan responde a la gestión realizada durante el año 2020 del cual podemos deducir que una de las principales metas a trabajar en el presente año se enmarca en fortalecer la identidad corporativa de cara a las comunidades, utilizando como principal estrategia de comunicación los canales externos.

Dentro de este documento se sintetiza la metodología a trabajar para alcanzar dicha meta y cumplir con el objetivo propuesto.



## ANTECEDENTES

En el año 2020 la empresa Aser servicios tiene presencia activa en la prestación del servicio de alumbrado público en los municipios de San Pedro de los Milagros, Anorí y Titiribí, durante este periodo la empresa se unió al llamado del Gobierno Nacional vinculando sus mensajes de difusión de manera informativa entorno a la prevención del COVID19, igualmente siguió trabajando en su estrategia de comunicación externa dirigida a su público objetivo continuando con proceso de posicionamiento de marca.

Las estrategias enmarcadas en el plan de comunicaciones fueron 4 y se ejecutaron 944 actividades, llegando a un cumplimiento del 96% al finalizar el año 2020.

En la ejecución de las estrategias se destacan los siguientes logros:

1. Fortalecimiento del Facebook empresarial Aser Servicios E.S.P. S.A. impactando un total de 1.186 usuarios.
2. Migración de correos corporativos.
3. Mayor alcance del Facebook empresarial en las comunidades de Anorí y Titiribí.
4. Comunicación a través de medios alternativos como el perifoneo en el municipio de Anorí y emisora local en Titiribí.
5. Tener un contacto directo con las familias de los municipios de San Pedro de los Milagros, Titiribí y Anorí a través de las novenas navideñas en plataformas digitales.



6. Las comunidades lograron establecer su comunicación directa con la empresa a través de la página web.

## **MARCO DE REFERENCIA**

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de la empresa Aser Servicios E.S.P.S.A. se considera como marco de referencia.

### **Alumbrado público**

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

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

#### **Marca e identidad**

En el 2020 se logró evidenciar de manera directa la marca, su eslogan, paleta de colores y usos tipográficos en las diferentes plataformas digitales, paralelo a ello se visibilizaron las diferentes actividades que presta la empresa en estos municipios en el área urbana y rural.

La empresa incursionó en energías más limpias para el medio ambiente, realizando modernización del sistema de alumbrado público y esto estuvo



acompañado de diferentes recursos pedagógicos, donde la comunidad podría conocer los beneficios.

Para el presente año la meta en cuanto al posicionamiento de marca e identidad presenta los siguientes retos:

1. Visibilizar y posicionar la marca en cada uno de los municipios en los que se presta el servicio.
2. Monitorear el comportamiento de las comunidades en relación con el servicio prestado.
3. Consolidar la marca en los espacios empresariales y de identidad corporativa a través de los uniformes, recursos como tarjetas y letreros publicitarios en los municipios.
4. Fortalecer la misión, valores y política ambiental de la empresa a través de la creación de contenidos digitales y radiofónicos.
5. Generar actividades de impacto socioambiental con la comunidad.

## Información

En el año 2020 se compartió información con la comunidad referente al cuidado y preservación de los recursos naturales, actividades del servicio, prevención y mitigación del COVID19 y pedagogía para ingresar a la página web de la empresa a través de canales digitales como el Facebook empresarial, página web y medios radiofónicos como emisoras locales.

Para el año 2021 se busca fortalecer la comunicación externa a través de los canales con presencia local, posicionar el Facebook empresarial como un canal de comunicación directa con la comunidad, para dinamizar los contenidos que tenemos y visibilizar la página web.



### **Comunicación corporativa**

Se busca posicionar la marca a través de este tipo de comunicación, de forma que la comunidad reconozca de forma inmediata los colores, el logo y que se pueda sentir más cercana.

### **Comunicación informativa**

A través de este tipo de comunicación se busca establecer un canal directo de comunicación entre la empresa y la comunidad generando relaciones de confianza y fidelización en la información.

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

Posicionar a Aser Servicios como una de las mejores empresas en la prestación de servicio de alumbrado público a nivel regional, apostando al uso de energías limpias y amigables con el medio ambiente.

### **Objetivos específicos**

- Educar sobre la normatividad que regula la prestación del alumbrado público, su funcionamiento y su importancia para el municipio.
- Realizar publicaciones en las que se promueva el cuidado de las luminarias en los diferentes sectores y las rutas que deben seguir los usuarios para interponer una PQR.
- 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.



- Visibilizar el proceso de modernización del sistema de alumbrado público con energías más limpias en los diferentes sectores de los municipios.

### **Público objetivo**

- Comunicad general.

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

#### **Medios**

- Cartelera informativa para el personal interno
- Facebook
- Página web
- Grupo WhatsApp

#### **Equipos**

- Disco extraíble

#### **Recurso humano**

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Aprendiz
- Soporte servidor página web
- Soporte correos electrónicos

#### **Presupuesto**

¿?





## **Económicos (A necesidad):**

### **Descripción**

- Voz locutor
- Mensajes de texto
- Correo masivo (CRM)

### **Canales: Radio – Televisión**

#### **San Pedro de los Milagros**

**Radio:** La Voz de San Pedro.

**Canal local:** San Pedro T.V.

#### **Titiribí**

**Radio:** Nuestra Radio.

#### **Anorí**

**Radio:** Anorí estéreo, La Voz de Amalfi, Zaragoza estéreo, Policía Nacional y Campamento estéreo.

**Canal local:** Aspanor TV

**Canales de comunicación online:** página web, Facebook y WhatsApp

**Piezas publicitarias:** Artículos, infografías, gran formato volantes, folletos, etc.





### Evaluación de resultados:

Cantidad de actividades realizadas	Hallazgos	Recomendaciones	Nivel de cumplimiento