



Plan de comunicaciones 2020

AMALFI S.A. E.S.P.

INTRODUCCIÓN

El plan de comunicaciones de la empresa Amalfi S.A. E.S.P. para el 2020, parte de un análisis detallado de las estrategias, actividades planteadas y ejecutadas en el año 2019 en cuanto a la comunicación externa. Teniendo en cuenta lo anterior en este plan se trazan los objetivos y metas a ejecutar en el presente año enfocadas en la misión, visión, valores y política ambiental de nuestra entidad.

Cada una de las metas dispuestas en el plan buscan lograr posicionar de forma positiva a Amalfi S.A. como la empresa prestadora de los servicios de aseo urbano, alumbrado público y la administración de la pequeña central hidroeléctrica, de igual forma establecer un canal de comunicación directo y confiable con la comunidad amalfitana.

La ejecución de dicha estrategia se plantea a partir de los siguientes pasos.





ANTECEDENTES

La empresa Amalfi S.A. E.S.P. durante el año 2019 agrega a su portafolio de servicios la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo de este municipio. Anteriormente este servicio era ofrecido por Aser Servicios desde 1998, por tal motivo el cambio de entidad generó un impacto en la comunidad que obligó a direccionar todas las acciones comunicativas con miras a visibilizar las actividades que se prestaban en el municipio.

La articulación con el departamento de gestión social permitió una sinergia que ayudó al logro del objetivo propuesto inicialmente.

Las metas alcanzadas durante la ejecución del plan de comunicaciones fueron las siguientes:

1. Fortalecimiento del Facebook empresarial de Amalfi S.A. logrando impactar a 699 usuarios.
2. Articulación con el departamento de gestión social.
3. Creación de página web y correos corporativos.
4. Cercanía a la comunidad a través canales locales como la emisora La Voz de Amalfi y el canal local TeleAmalfi.
5. Fortalecimiento de las comunidades locales a través de actividades enfocadas al cuidado del medio ambiente, como cine al barrio y pesebres ecológicos con material reciclable.
6. Fortalecimiento de la imagen corporativa a través del manual de imagen, protocolo de imagen y paleta de color para posicionamiento de marca.
7. Generación de mensajes radiofónicos emitidos a través de medios alternativos como el perifoneo.
8. Posicionamiento de marca e imagen externa a través de los carros recolectores de residuos sólidos, carpa empresarial, souvenirs, impresos, gran formato, reconocimientos y silletería.
9. Capacitación al personal administrativo sobre el adecuado manejo de las plataformas institucionales virtuales.
10. Visibilización de las intervenciones del departamento de gestión social y coordinación operativa rural entorno al adecuado manejo de los residuos sólidos y el cuidado del medio ambiente en instituciones educativas urbanas y rurales.
11. Producción de piezas digitales donde se evidenciaron las actividades de la prestación del Servicio Público Domiciliario de Aseo Urbano, alumbrado público y de la pequeña central hidroeléctrica.

MARCO DE REFERENCIA

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de Amalfi S.A. se considera como marco de referencia.

Servicio público domiciliario de aseo urbano

- Plan de gestión integral de residuos sólidos (PGIRS 2017-2028)
- 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)

Alumbrado público

Para las actividades a desarrollarse en el departamento de comunicaciones de Amalfi 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 AMALFI S.A

Comunicación externa: marca, información y comunicación pública.

Marca e identidad

En el 2019 el proceso de marca e identidad corporativa giró en torno a la visibilización del logo, el eslogan y los colores institucionales en la comunicación externa, para la comunicación interna se logró establecer: manual de imagen corporativa, protocolo de imagen empresarial, señalización de las oficinas, carnetización del personal administrativo y operativo.

Para el 2020 las metas propuestas desde la identidad corporativa son las siguientes:

1. Posicionar la marca dentro de la comunidad y especialmente en nuestro público objetivo adultos entre los 45 y 65 años.
2. Sensibilizar y capacitar a la comunidad sobre la separación en la fuente y el adecuado manejo de los residuos sólidos.
3. Capacitar al personal administrativo y operativo en comunicación asertiva.
4. Recordar a través de estrategias pedagógicas las rutas selectivas de recolección de residuos sólidos.
5. Evidenciar las actividades realizadas en la Pequeña Central Hidroeléctrica y su importancia para el municipio.
6. Filminutos sobre los servicios que presta la empresa dentro del municipio para evidenciarlas en eventos educativos y en los medios digitales.
7. Erradicación de puntos críticos integrando grupos culturales del municipio.
8. Creación de recetario que contengan preparaciones enfocadas en la utilización de material orgánico.



9. Historias de vida de personajes emblemáticos del municipio.
10. Educar a la comunidad sobre los deberes y derechos de los usuarios.

Información

En el transcurso del 2019 logramos entablar comunicación con la comunidad a través de los medios locales como son la emisora La Voz de Amalfi y el canal local TeleAmalfi, por medio de estos se informó a los usuarios sobre los horarios de recolección, las eventualidades presentadas en nuestros servicios y la integración desde el departamento de gestión social en el concurso de pesebres ecológicos, de igual forma esta información se replicó a través de mensajería de textos, WhatsApp y Facebook empresarial.

Con miras a posicionar la marca dentro del municipio nuestros contenidos comunicativos seguirán siendo claros y concretos frente a las actividades de la prestación del servicio, adecuado manejo de los residuos sólidos y fuentes hídricas en el área urbana y rural.

De igual manera se efectuará un canal educativo desde el componente digital y radiofónico donde se eduque a los usuarios en el uso de los canales digitales que ofrece la empresa para interponer PQR entre ellas la página web, en donde también se aloja los documentos sugeridos por la matriz ITA para que la comunidad se informe sobre la gestión de Amalfi S.A.

Comunicación organizacional

Esta comunicación está orientada a fortalecer e implementar la asertividad en la toma de decisiones en los procesos internos de la empresa.

Comunicación corporativa

Propende por realizar un posicionamiento de marca en el ámbito local dando a conocer los beneficios que tiene para comunidad el adecuado manejo de los residuos sólidos.

Comunicación ciudadana

Teniendo en cuenta que es la comunicación que nos permite tejer relaciones de confianza con los usuarios, seguiremos generando procesos lúdico-pedagógicos a través de contenidos digitales y radiofónicos que permitan sensibilizar a la comunidad sobre la importancia del cuidado del medio ambiente y su aplicabilidad desde las actividades cotidianas.

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE MEDIOS

Posicionar a Amalfi S.A. como una empresa líder en la prestación de servicios públicos como aseo, alumbrado público y administración de centrales hidroeléctricas a nivel local.



Implementando estrategias de comunicación externa que permitan generar en la comunidad sentido de pertenencia y compromiso.

Objetivos específicos

- 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.
- 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 y aseo.
- Realizar monitoreo a las redes sociales para detectar posibles inconvenientes frente a la prestación del servicio por parte de la comunidad.
- Movilizar acciones de corresponsabilidad para la gestión integral de los residuos sólidos.
- Evidenciar la gestión de la empresa de acuerdo a las actividades que presta la empresa en el municipio.
- Motivar en la ciudadanía el cuidado y preservación de los recursos hídricos.
- Capacitar a la comunidad sobre los deberes y derechos de los usuarios.

Público objetivo

- Adultos entre los 45 y 65 años.

Recursos que se consideran necesarios

Medios

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

Equipos

- Cámara

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

Recurso humano

- Director de comunicaciones
- Auxiliar de comunicaciones
- Auxiliar en diseño y multimedia transversal
- Soporte servidor página web

Económicos (A necesidad):

Descripción

- Voz locutor
- Mensajes de texto
- Cuñas x 30" \$ 5.000 c/u
- Correo masivo (CRM)

Presupuesto

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Cámara canon T7i	1	\$2.445.900	\$2.445.900
Trípode	1	\$840.000	\$840.000
Memoria SD	1	\$90.000	\$90.000
Micrófono de solapa	1	\$42.000	\$42.000
Disco extraíble	1	\$350.000	\$350.000
Suite adobe	12	\$253.400	\$3.040.800
Cuña 30"	1	\$5000	A necesidad
			\$6.808.700



Canales: Radio - Televisión

Radio: La Voz de Amalfi

Canal local: TeleAmalfi

Canales de comunicación online: página web, Facebook y WhatsApp

Piezas publicitarias: Artículos, infografías, volantes, folletos, etc.

Plan de acción:

		Código:	
		Fecha:	
MES			
Plan de Comunicaciones Alianza Empresarial Aser Servicios			
Municipio: Amalfi			
Objetivo General:			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	FECHA	OBSERVACIONES

