



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

RESOLUCIÓN No. 075

"Por medio de la cual se adopta el Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A."

La Gerente General de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A., en uso de las atribuciones legales y estatutarias, especialmente las contenidas en el artículo Sexto del Decreto Distrital 986 de 1992 y,

CONSIDERANDO:

Que la Constitución Nacional, en su artículo 20 preceptúa: *"Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación"*.

Que el artículo 78 de la Ley 1474 de 2011, señala que *"todas las entidades y organismos de la Administración Pública tienen la obligación de desarrollar su gestión acorde con los principios de democracia participativa y democratización de la gestión pública. Para ello podrán realizar todas las acciones necesarias con el objeto de involucrar a los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil en la formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión pública"*.

Que en este sentido, la comunicación interna es la que se genera al interior de la entidad y se orienta al cumplimiento de los principios de economía, eficiencia, eficacia y publicidad.

Que la comunicación externa constituye la información amplia y transparente hacia la sociedad y los diferentes grupos de interés externos, acerca de los objetivos y los resultados comparativos de la gestión de la empresa. Así mismo, permite la rendición de cuentas a la comunidad y la confianza en lo público e institucional.

Que los medios de comunicación garantizan la calidad, pertinencia y oportunidad de la información o mensaje que se quiere comunicar a los grupos de interés.

Que por otro lado, mediante Decreto 943 de 2014, se adoptó la actualización del Modelo Estándar de Control Interno MECI 2014, estableciendo el módulo de Información y Comunicación, el cual exige la creación de un Plan de Comunicaciones institucional, que garantice la eficiencia, eficacia y transparencia de la información de las entidades públicas, tanto internamente como lo que se dé a conocer al público.

Que mediante Resolución No. 117 de 31 de diciembre de 2015, por medio de la cual se actualiza y se adopta el Modelo Estándar de Control Interno MECI 1000:2014 y el Manual de Procedimientos de la E.S.P.A., se desarrolló el Eje Transversal de Información y Comunicación, dentro del cual se señaló que la E.S.P.A., cuenta con un Plan de Comunicaciones.

Que en este sentido, se hace necesario adoptar un Plan de Comunicaciones Institucional, que establezca las estrategias de comunicación interna y externas.

Que en mérito a lo anterior,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. Adopción del Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A. Conforme la parte motiva del presente Acto, adoptase el Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A., el cual forma parte integral de la presente Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO. Ámbito de Aplicación. El Plan de Comunicaciones adoptado mediante este acto administrativo deberá ser aplicado en cada una de las jefaturas, grupos funcionales y demás dependencias de la Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A.

Vigencia y Publicación. La presente Resolución rige a partir de la fecha de su expedición y se publica copia simple de la misma en lugar visible al público de la Empresa y en la página web la entidad.

COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Santa Marta D.T. C. e H., a los

31 AGO. 2016

INGRID AGUIRRE TUVINAO

Gerente General

Pdo.: E. Peñate
Rdo.: K. Ulloa



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE ASEO DEL DISTRITO DE SANTA MARTA
E.S.P.A.

R-075



PLAN DE COMUNICACIONES

Empresa de Servicios
Públicos de Aseo del Distrito
de Santa Marta- E.S.P.A.

2016



R-075

HISTORIA DE DOCUMENTO

Control de Cambios

| Fecha de elaboración | Fecha de Autorización | Versión | Elaboró | Identificación de los cambios |
|----------------------|-----------------------|---------|---|-------------------------------|
| 10 de junio 2016 | 30 de agosto 2016 | 1.0 | Jaime Guerrero Urieles Bladimir Manga Barros | N/A |

Revisado por

| Área/ Dirección | Persona |
|---|--------------------|
| Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera | Kelly Ulloa García |
| Profesional Especializada del Grupo Funcional de Planeación Estratégica | Emma Peñate Aragón |

SIGUIENDO CAMBIANDO



A-075
31 AGO. 2016

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| VISIÓN ----- | 4 |
| INTRODUCCIÓN ----- | 5 |
| POLÍTICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN ----- | 6 |
| OBJETIVO GENERAL ----- | 7 |
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS ----- | 7 |
| ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES ----- | 8 |
| BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES ----- | 8 |
| PROPÓSITO Y FINALIDAD ----- | 9 |
| PÚBLICO OBJETIVO ----- | 10 |
| GENERALIDADES ----- | 10 |
| ESTRATEGIAS ----- | 11 |
| PRESUPUESTO ----- | 12 |
| COMUNICACIÓN INTERNA ----- | 12 |
| COMUNICACIÓN EXTERNA ----- | 16 |
| MEDIOS INSTITUCIONALES (BOLETINES DE PRENSA, PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES). ----- | 16 |

R-075
31 AGO. 2016

RESEÑA HISTORICA

El Honorable Concejo Distrital otorgó al Alcalde Mayor del Distrito de Santa Marta, mediante el Acuerdo N° 002 del 30 de mayo de 1992, facultades especiales y protempores para crear empresas industriales y comerciales del orden Distrital. De ahí que, mediante Decreto Número 986 de 24 de noviembre de 1992, se creó la **Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta**, como empresa industrial y comercial del Distrito Turístico, Cultural e Histórico de Santa Marta, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y capital independiente adscrita a la Alcaldía Mayor de Santa Marta. Cuyas siglas sería: E.S.P.A.

MISIÓN

La **Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta- E.S.P.A.**, trabaja por la prestación del servicio público de aseo, su supervisión y la Gestión Integral de Residuos Sólidos, en búsqueda de alternativas más limpias, productivas y sustentables en beneficio de la comunidad, propiciando una cultura ciudadana hacia el cuidado del medio ambiente.

VISIÓN

Para el año 2020 la **Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta**, será un modelo a nivel regional en la prestación del servicio público de aseo, su supervisión y la gestión integral de residuos sólidos; contando con personal idóneo para garantizar la prestación oportuna del servicio a la comunidad, enfocados en la búsqueda continua de alternativas de negocios.



R-075
31 AGO. 2016

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un elemento estratégico y principal para el desarrollo de las entidades y facilita el logro de la misión, visión y objetivos corporativos, además promueve el manejo positivo de la imagen institucional.

Por lo anterior, teniendo en cuenta que la comunicación aborda distintas actividades, dirigidas a diferentes tipos de público, es fundamental organizarla y llevarla a la práctica con un marco de referencia claro.

En este sentido, el Plan de Comunicaciones Institucional, permite que la comunidad en general, las entidades públicas y privadas estén informadas sobre las acciones que adelanta la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta.

En suma, a través de esta herramienta se conocen metas, estrategias, público objetivo, mensajes básicos, acciones, cronograma, presupuesto y métodos de evaluación. Este plan permite que la comunicación desarrollada en la E.S.P.A., responda a criterios profesionales, metodología y planteamientos estratégicos, definiendo lo que se quiere con éste y cómo llegar al objetivo.

R- 075
31 AGO. 2016

POLÍTICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

La Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, atendiendo su compromiso con la gestión y divulgación de la comunicación tanto interna como externa, busca fortalecer el uso eficiente de la información que se utiliza en desarrollo a la prestación de servicio a la comunidad, con el fin de brindar acceso a nuestra información y de esta forma cumplir con todos los procesos que en materia de comunicación se desarrollan en la entidad; así todas estas estrategias serán desarrolladas dentro del área de las comunicaciones para alcanzar metas establecidas.

A través de una política integral de comunicación se traza como objetivo que la divulgación de la información llegue a los grupos de interés de manera íntegra, oportuna, actualizada, clara, veraz y confiable, utilizando los medios de comunicación efectivos para el manejo y circulación de la información. La Política de Comunicaciones de la E.S.P.A., está dirigida a sus servidores públicos, contratistas, proveedores y demás personas naturales y jurídicas vinculadas a los procesos y programas de la entidad.

Por otra parte, es menester resaltar la importancia de los procesos de la comunicación interna y externa, ya que permiten generar interacción y fluidez en la información que se maneja por la empresa, con el fin de optimizar procesos entre cada una de las dependencias, conciliando así un ambiente laboral cálido y seguro dentro de la misma, mediante la comunicación. Y a su vez, mostrar la información de la empresa a la comunidad y demás entidades, con transparencia y claridad.

Este plan de comunicaciones busca dar a conocer todos los procesos y estrategias que se tiene previstos, con el fin de obtener resultados de la comunicación interna y externa, buscando dinamismo en las actividades diarias de la empresa y de esta manera fortalecer el área de las comunicaciones y las tics.

R-075
31 AGO. 2016

OBJETIVO GENERAL

El presente Plan de Comunicaciones pretende asegurar la eficacia y efectividad de la comunicación en la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, como proceso estratégico de la estructura organizacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer la imagen de la E.S.P.A., desde el campo de la comunicación, el diseño de estrategias informativas y la implementación de canales de difusión institucional.
- Generar un clima informativo adecuado y responsable, de acuerdo al insumo que se genere por la entidad.
- Hacer uso adecuado de los medios de comunicación tecnológico, masivo y alternativo con el fin de sectorizar la información al público que se requiere.
- Mantener informada a la comunidad sobre las actividades desarrolladas por la entidad, utilizando las redes sociales, prensa, radio, televisión, página web, entre otros.
- Posicionar a la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, a través de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales, internet, página web, entre otros).

Handwritten signature

Handwritten mark

Handwritten mark

A-075
31 AGO. 2016

ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

El objetivo del Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, es de optimizar procesos en la comunicación de la entidad y llevar a cabo estrategias útiles que promuevan todo tipo de acercamiento con la comunidad y demás entidades de la ciudad.

Este Plan de Comunicaciones, será efectivo en la medida que el personal de la E.S.P.A., comprenda el objetivo de la comunicación y los funcionarios transmitan mediante el servicio prestado el mensaje que se quiere entregar a la comunidad.

En este sentido, este Plan permite posicionar la imagen de la empresa, incorporando elementos de políticas de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua.

BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES

Los beneficios del Plan de Comunicaciones son:

- Proporcionar el marco general para las acciones del Plan de Comunicación dentro de la empresa.
- Generar una buena comunicación entre los integrantes de la empresa, mejora la efectividad de la misma, teniendo en cuenta que mientras más información tengan los empleados y más rápido la reciban, se llevará a cabo un mejor desempeño en la E.S.P.A., tanto a nivel individual como grupal.
- Incrementa el valor de la comunicación dentro de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta.
- Permitir el control, monitoreo y evaluación.
- Permitir la anticipación y el enfoque proactivo.
- Permitir crear mecanismos para generar impactos.

13-025
31 AGO. 2016

- Permitir control e inspecciones de todos los procesos que se manejan dentro de la comunicación.
- Permitir mantener al personal interno informado de todas las actividades que se realicen en la entidad.
- Permitir que las comunidades estén informadas de todas las actividades de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta.
- Permitir transparencia de todos los procesos que se manejan en la empresa.
- Permitir la transparencia de la firma digital en los correos electrónicos para el personal administrativo de la empresa.
- Permitir el manejo adecuado de las redes sociales para la comunicación externa de la empresa.

PROPÓSITO Y FINALIDAD

El propósito del Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, es de promover las comunicaciones a través de etapas donde se puede medir y llevar un auto control de todos los procesos que se están manejando, así como tener datos estadísticos de cada proceso de la comunicación que se realice.

Se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Comunicación organizacional:** En este campo se busca mirar todas las estrategias planteadas para así garantizar la organización de todas las metas proyectadas y poder lograr el propósito misional.
- **Comunicación informativa:** Busca la actuación de la comunicación, donde se puede expresar todos los acontecimientos de la empresa frente a la comunidad y demás entes de la ciudad.

R-075 31 AGO, 2016

- **Trabajo colaborativo:** Aspecto importante en las comunicaciones, debido a que contribuye a la promoción de un estilo de trabajo organizacional y participativo, para ello se deben tener ciertas metas a cumplir pero siempre en un grupo de trabajo dirigido por un buen líder.
- **Sistematización:** La sistematización busca optimizar ciertos campos que han surgido a través del tiempo, como son las redes sociales, páginas web, boletines digitales, etc. La sistematización busca dar soluciones de manera eficaz a todas las actividades que se manejen dentro de la entidad.
- **Posicionamiento:** La comunicación hacia afuera debe estar posicionada o enfocada a mostrar cómo actúa la entidad y qué resultado obtiene. La persona encargada debe mantener metas dentro de su plana de trabajo para que la empresa se posicione de manera eficiente y sea una de las mejores.

PÚBLICO OBJETIVO

1. **Interno:** está conformado por todos los funcionarios y contratistas adscritos a la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta.
2. **Externo:** lo conforman la comunidad, los medios de comunicación y todas las entidades, tanto públicas como privadas.

GENERALIDADES

- Se debe hacer un seguimiento anual al Plan de Comunicaciones Institucional, con el fin de verificar su conformidad y el cumplimiento de su alcance. Los mecanismos serán definidos por los líderes del proceso de Comunicaciones y Tics.
- El plan se actualizará cuando se identifique la necesidad, cuando el líder o encargado del proceso de Comunicaciones y Tics, le haya hecho un seguimiento continuo al Plan de Comunicaciones y así lo considere; el mismo se actualizará por directriz de la Gerente General.
- Aplicar anualmente encuestas para medir el impacto de la comunicación al interior de la entidad.

R-075 3 1 A60. 2016

- Medir la percepción que tiene la opinión pública sobre la gestión de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta, a través de las redes sociales, buzón de sugerencias o página web de la entidad, como mecanismos para medir el impacto de las estrategias comunicativas.

ESTRATEGIAS

Las estrategias determinan la intención de cómo debe definirse el Plan de Comunicaciones, las acciones que se realizan, de cómo debe llevarse a cabo, qué metodología es la más correcta. Para poder lograr todas las estrategias, se debe contemplar de manera eficaz el objetivo de este Plan de Comunicaciones. Las siguientes estrategias son planteadas según los objetivos.

- **Modernización de herramientas tecnológicas:** diseño de una nueva página web con las normas vigentes de Gobierno en Línea, compra de equipo portátil para el área de comunicaciones, grabadoras y cámaras de alta resolución.
- **Manejo de redes sociales:** crear un grupo de whatsapp para que cada una de las dependencias que generen hechos noticiosos envíen sus evidencias al área de comunicaciones y tic's, posteriormente se filtrará la información relevante para ser publicada en las redes sociales de la entidad y solicitar a los funcionarios que la compartan a través de sus redes. De igual forma, se estarán realizando capacitaciones al personal acerca del uso de las redes sociales para que éstos puedan compartir la información institucional.
- **Correos electrónicos:** manejo de correo electrónico por área o dependencia, y no por el nombre del funcionario. Así mismo, se manejará una firma electrónica en cada uno de los correos para identificar el funcionario que envía la información. Por último, se capacitará al personal para que manejen siempre el correo institucional.
- **Carteleras:** estructuración de la cartelera y buen manejo de la misma para poder lograr los objetivos planteados.
- **Pantallas:** monitoreo permanente de videos institucionales con noticias relevantes de la empresa.

R-079

31 AGO. 2016

PRESUPUESTO

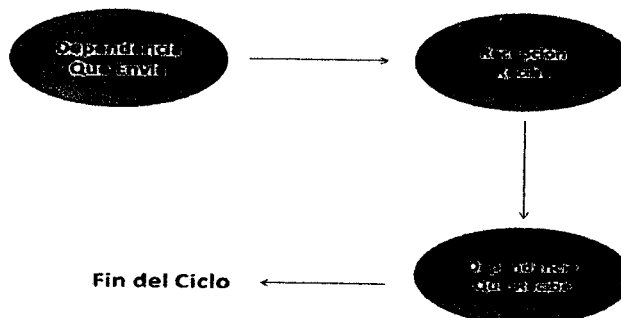
El presupuesto permitirá a la E.S.P.A., establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos. El presupuesto asignado para las comunicaciones de la empresa se describe de la siguiente manera:

- Personal encargado del proceso de Comunicaciones.
- Personal encargado del área de las Tics.
- Publicidad relacionada con las actividades que realiza la empresa (Difusión a través de radio, prensa, televisión, medios digitales, entre otros).
- Herramientas de trabajo para el equipo de las comunicaciones y tics.

COMUNICACIÓN INTERNA

Las estrategias y medios a implementar para que la comunicación interna sea eficiente y ágil, estará a cargo del líder de la Gestión Documental o en su defecto por el Comité de Archivo Institucional.

COMUNICACION INTERNA PARA DOCUMENTOS



R-075
31 ABO. 2016

1. Circulares:

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|--|---|---------------------|---|
| Se utilizan para dar instrucciones y hacer solicitudes relacionadas con temas de la entidad. | Dar a conocer todos los temas importantes de la empresa. | Validar solicitudes que se presente en todo el año. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

2. Carteleras:

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|---|---|---------------------|---|
| Es un mecanismo poco costoso y fácil de trabajar. Además, permite difundir cualquier tipo de información para los funcionarios de la empresa. | Dar a conocer toda la información referente a la empresa. Publicar cada vez que haya noticias relacionadas con la entidad, las veces que sea necesario. | 12 publicaciones en todos el año (100%) | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

3. Reuniones y Comités Técnicos:

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|---|------------------------------------|---------------------|---|
| Espacio de comunicación para la toma de decisiones, planear, definir trabajos, entre otros. | 6 reuniones al año o más, para concretar temas para la coordinación de eventos. | Firmas y constancias de reuniones. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

R-075
31 A60. 2016

4. Buzón de quejas y sugerencias:

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|--|---|---------------------|---|
| Permite que todos los usuarios e integrantes de la misma entidad puedan dar sus opiniones e inquietudes, así como presentar sus quejas. | Recopilar todos los consejos o propuestas que tenga el personal de la entidad, así como los usuarios, para mejorar las comunicaciones. | Tener datos (100%) exactos de todas las sugerencias que se reciban. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

5. Boletín Digital

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|---|--------------------------------|---------------------|---|
| Informa al público interno y externo, de todas las noticias que transcurren en la empresa. | Una publicación mensual. 12 publicaciones al año (100%) | 8 publicaciones anuales (60 %) | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

6. Correo Institucional

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|--|---|---------------------|---|
| Debe ser usado por funcionarios de la entidad, para recibir y enviar información institucional con sus debidas firmas digitales. | Que toda información de la empresa se maneje por correos institucionales por cada dependencia. | Que el (100%) de la información se guarde dentro de los servidores de la empresa. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

R-075
31 AGO. 2016

7. Redes Sociales

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|--|---|---------------------|---|
| Permite mantener en contacto a la comunidad de todas las actividades referentes a la empresa, tanto en twitter, Facebook e Instagram. | Obtener 60 trinos por semanas en todas las redes sociales. | Llegar al 90 % de utilidad de las redes sociales de la empresa. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

8. Whatsapp

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|--|--|---------------------|---|
| Permite difundir imágenes institucionales, además de evidencias fotográficas de todas las actividades referentes con la empresa. | Recibir al 100% fotos diarias de todas las dependencias operativas de la empresa y mantener contacto permanente con los funcionarios de la entidad ante cualquier información. | Obtener el 90 % de las imágenes y difundir en todas las redes sociales y demás medios de comunicación. | Comunicador y Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

R-075

31 ABO. 2016

COMUNICACIÓN EXTERNA

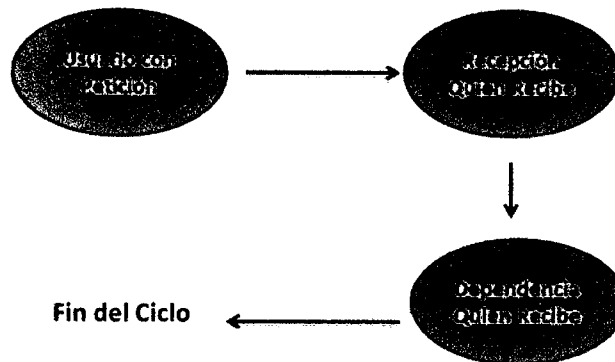
Por medio de la comunicación externa se puede divulgar información oportuna, relevante y de interés para todo el público externo con los que se relaciona la entidad, especialmente la comunidad y demás entidades que hacen parte de sociedad. Se deben implementar estrategias para que la comunicación sea más efectiva y tenga mayor impacto.

El objetivo principal de este tipo de comunicación será transmitir en los distintos medios de comunicación de forma clara y precisa toda la información. De esta manera, posicionarse ante la opinión pública, por lo tanto los mecanismos que se utilizarán serán los siguientes:

Medios institucionales (Boletines de prensa, página web y redes sociales).

Con esta comunicación se darán ruedas de prensa, para informar a la comunidad de todos los procesos que ocurran dentro de la empresa.

COMUNICACION EXTERNA PARA DOCUMENTOS



Handwritten signature

Handwritten marks

A-075

31 ABO. 2016

1. Ruedas de Prensa

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|--|---|---------------------|-----------------|
| Las ruedas de prensa que se manejan son para dar declaraciones sobre temas específicos de la empresa y poder aclarar dudas a la comunidad o entes que lo requieran. | Que la comunidad se entere de las acciones que viene desarrollando la empresa, a través de los medios de comunicación. | Dar declaraciones de anuncios o eventos realizados por la empresa a medios de comunicación como radio, prensa y televisión. | Comunicador y Tic's | Gerente General |

2. Boletines de prensa

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|--|---|-------------|-----------------|
| Son herramientas de gran impacto para la comunidad, debido que mediante éstos se manejan temas específicos para informar al público que se requiera. | Logar difundir esta información (100%) a todos los medios masivos de comunicación. | Se elaborarán 2 boletines cada semana, al año son 96 boletines. | Comunicador | Gerente General |

3. Redes Sociales

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|--|---|---|-------------|--|
| Permite mantener informado a la comunidad y demás entidades de todos los acontecimientos y las actividades que transcurran en la empresa. Se | Montar las evidencias diarias de todas las actividades de las diferentes áreas. | Sacar 8 publicaciones diarias de las noticias más relevantes. | Tic's | Gerente General, Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera |



R-075 31 AGO. 2016

| | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|
| manejan tendencias para poder tener volumen de seguidores y llegar a todo el público que se requiera. | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|

4. Página Web

| Objetivo | Meta Final | Meta Parcial | Responsable | Supervisión |
|---|--|--|-------------|---|
| Esta es una solución que permite fortalecer a la entidad en el ámbito de las comunicaciones, teniendo en cuenta que a través de la misma se mantiene informada a la comunidad y medios de todos los procesos y actividades. | Subir todas las actividades importante de la empresa 12 al año (100%). | Mínimo 10 actividades al año para tener movimiento de la página. | Tic's | Gerente General y/o Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera. |

Handwritten signature

Handwritten mark

Handwritten mark





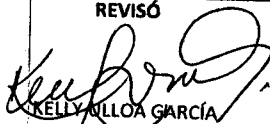

PLAN DE COMUNICACIONES- 2016
EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE ASEO
DEL DISTRITO DE SANTA MARTA



ALCALDÍA DE SANTA MARTA
Distrito Turístico, Cultural e Histórico

B-075

31 AGO. 2016

| ELABORÓ | APROBÓ | REVISÓ |
|--|---|--|
|  <p>VLADIMIR MANGA BARROS Comunicador Social Periodista</p>  <p>JAIME GUERRERO URIELES Ingeniero de Sistemas</p> | <p>INGRID AGUIRRE JUVIANO Gerente General</p> |  <p>KELLY VILLOS GARCÍA Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera</p>  <p>EMMA PANETE ARAGÓN P.E. del Grupo Funcional de Planeación Estratégica</p> |