

**ACTUALIZACIÓN DEL  
PLAN DE COMUNICACIONES DE LA  
EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DEL DISTRITO  
DE SANTA MARTA- ESSMAR-E.S. P, 2017**

**FECHA: 05/05/2017**

## HISTORIA DE DOCUMENTO

### Control de Cambios

Fecha de elaboración	Fecha de Autorización	Versión	Elaboró	Identificación de los cambios
05 de Mayo 2017	30 de Mayo 2017	1.0	<b>JAIME GUERRERO URIELES</b>	N/A

### Revisado por

Área/ Dirección	Persona
Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera	<b>EDER BANNER OJEDA CARRANZA</b>
Comunicadora Social y Periodista	<b>MARÍA PAULA VANEGAS HERNÁNDEZ</b>

## TABLA DE CONTENIDO

<b>VISIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>POLÍTICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN</b> .....	<b>6</b>
<b>OBJETIVO GENERAL</b> .....	<b>7</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> .....	<b>7</b>
<b>ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES</b> .....	<b>8</b>
<b>BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES</b> .....	<b>8</b>
<b>PROPÓSITO Y FINALIDAD</b> .....	<b>9</b>
<b>PÚBLICO OBJETIVO</b> .....	<b>10</b>
<b>GENERALIDADES</b> .....	<b>10</b>
<b>ESTRATEGIAS</b> .....	<b>11</b>
<b>PRESUPUESTO</b> .....	<b>12</b>
<b>COMUNICACIÓN INTERNA</b> .....	<b>12</b>
<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b> .....	<b>15</b>
<b>MEDIOS INSTITUCIONALES (BOLETINES DE PRENSA, PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES)</b> .....	<b>16</b>

## 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. Sin embargo, el decreto 282 del 18 de noviembre del 2016, modificó el decreto 986 del 24 de noviembre de 1992, se amplía el objeto de la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta "ESPA E.S.P." Y se Cambia su Denominación por la de **Empresa de Servicios públicos del Distrito de Santa Marta "ESSMAR E.S.P"**. decretando que la Empresa de Servicios Públicos de Aseo del Distrito de Santa Marta "ESPA" se denominará en adelante Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta ESSMAR E.S.P. y podrá utilizar para todas sus actuaciones judiciales, administrativas y comerciales la sigla ESSMA- E.S.P.

## MISIÓN

La empresa **Empresa de Servicios públicos del Distrito de Santa Marta "ESSMAR E.S.P**, mediante la integración de los procesos de recolección, transporte, valoración, tratamiento y disposición final de residuos sólidos dados en concesión, aporta al mejoramiento desarrollo en torno a la calidad de vida de los habitantes donde presta su servicio; además está comprometida con la preservación del medio ambiente, la prevención de desastres en época invernal, la implementación del PGIRS y la racionalización de recursos dentro del marco legal actual y futuro que la condicionan, para ser competitiva en el sector y con sentido de pertenencia hacia los objetivos institucionales.

## VISIÓN

Ser líder en el sector de aseo, a través de una eficiente interventoría a la prestación integral de los servicios con calidad en armonía ambiental, económica y social; supervisando la implementación de tecnología de punta amigables con el medio ambiente, creciendo financieramente para prestar un servicio con tarifas razonables y generando empleo de cara a la población económicamente activa de los sectores de la sociedad más vulnerable.

## INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la resolución número 075 del 31 de agosto del 2016, “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. ” en el título de generalidades en el punto número 2, 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”. Razón por la cual el Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera, mediante directriz de la Gerente actualiza el plan de comunicaciones del año 2017.

Por lo anterior, 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 del Distrito de Santa Marta- ESSMAR-E.S. P

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 ESSMAR-E.S. P, responda a criterios profesionales, metodología y planteamientos estratégicos, definiendo lo que se quiere con éste y cómo llegar al objetivo.

## POLÍTICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

La **Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S.P**, 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 ESSMAR-E.S.P, 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.

## OBJETIVO GENERAL

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

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fortalecer la imagen de la ESSMAR -E.S. P, 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 con el 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 del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S.P a través de los diferentes medios de comunicación (radio, prensa, televisión, redes sociales, internet, página web, entre otros).

## ALCANCE DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES

El objetivo del Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S.P 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 ESSMAR- E.S.P, 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 ESSMAR E.S.P, tanto a nivel individual como grupal.
- Incrementa el valor de la comunicación dentro de la Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S.P
- Permitir el control, monitoreo y evaluación.
- Permitir la anticipación y el enfoque proactivo.
- Permitir crear mecanismos para generar impactos.



- 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 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.
- Permitir el buen uso de la pagina web

## PROPÓSITO Y FINALIDAD

El propósito del Plan de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S. P 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.

- **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 del Distrito de Santa Marta, ESSMAR-E.S.P.
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.

- Medir la percepción que tiene la opinión pública sobre la gestión de la Empresa de Servicios Públicos 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 tics, 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 esta para poder lograr los objetivos planteados.
- **Pantallas:** monitoreo permanente de videos institucionales con noticias relevantes de la empresa.

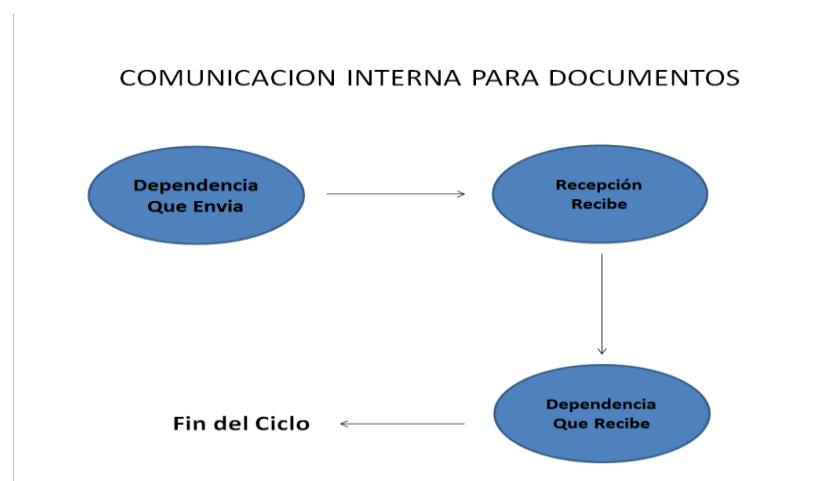
## PRESUPUESTO

El presupuesto permitirá a la ESSMAR E.S.P, 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, estarán a cargo del líder de la Gestión Documental o en su defecto por el Comité de Archivo Institucional.



**1. Circulares:**

<b>Objetivo</b>	<b>Meta Final</b>	<b>Meta Parcial</b>	<b>Responsable</b>	<b>Supervisión</b>
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:**

<b>Objetivo</b>	<b>Meta Final</b>	<b>Meta Parcial</b>	<b>Responsable</b>	<b>Supervisión</b>
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:**

<b>Objetivo</b>	<b>Meta Final</b>	<b>Meta Parcial</b>	<b>Responsable</b>	<b>Supervisión</b>
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.

**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.

### 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.

## COMUNICACIÓN EXTERNA

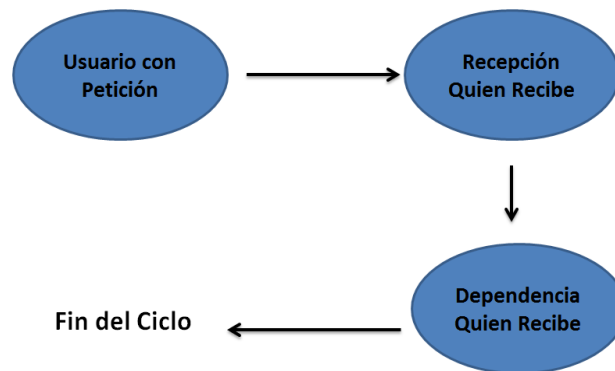
Por medio de la comunicación externa se puede divulgar información oportuna, relevante y de interés para todo el público externo con los que se relaciona la entidad, especialmente la comunidad y demás entidades que hacen parte de sociedad. Se deben implementar estrategias para que la comunicación sea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



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	Que la comunidad se entere de las acciones que viene desarrollando la empresa, a través de los medios de	Dar declaraciones de anuncios o eventos realizados por la empresa a medios de comunicación	Comunicador y Tic's	Gerente General



empresa y poder aclarar dudas a la comunidad o entes que lo requieran.	comunicación.	como radio, prensa y televisión.		
--	---------------	----------------------------------	--	--

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

## 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.

ELABORÓ	APROBÓ	REVISÓ
<p>María Paula Vanegas Hernández Comunicador Social Periodista</p>	<p>INGRID AGUIRRE JUVIANO Gerente General</p>	<p>EDER BANNER OJEDA CARRANZA Jefe de Oficina de Gestión Administrativa y Financiera</p>
<p>JAIME GUERRERO URIELES Ingeniero de Sistemas</p>		<p>EMMA PAÑETE ARAGÓN P.E. del Grupo Funcional de Planeación Estratégica</p>