

Plan Estratégico de Comunicaciones 2025

espy

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

Contenido

1. Introducción	3
2. Objetivos	4
2.1. Objetivo General:	4
2.2. Objetivos Específicos	4
2.3. Criterios de Medición	4
3. Alcance del Plan	5
4. Normatividad	5
5. Direccionamiento Estratégico	5
5.1. Misión	5
5.2. Visión	5
5.3. Valores Empresariales	5
5.4. Organigrama	6
5.5. Objetivos Estratégicos	7
6. Componentes del Plan	7
6.1. Definiciones	7
6.2. Diagnóstico	8
6.3. Metodología	12
6.4. Programas, Objetivos, Metas e Indicadores.	13
6.5. Fortalecer la comunicación interna de la Empresa... ¡Error! Marcador no definido.	
6.6. Fortalecer la imagen corporativa de la Empresa y la relación con los grupos de interés: ¡Error! Marcador no definido.	
6.7. Actividades y Responsables	15
7. Entregables o Resultados Esperados	16
8. Presupuesto	17
9. Conclusiones	17
10. Anexos	18



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

1. Introducción

La Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo presta los servicios domiciliarios de acueducto y alcantarillado con compromiso y responsabilidad social y ambiental.

El Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) vigencia 2025 de la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo ESPY S.A. E.S.P., tiene como fin generar estrategias de comunicación para fortalecer la imagen corporativa, la comunicación interna y externa de la ESPY S.A. E.S.P., mediante la producción y divulgación de contenidos y espacios de socialización generados desde la Empresa hacia su público interno (trabajadores oficiales, contratistas, empleados y proveedores) y público externo (usuarios y comunidad en general), utilizando medios de comunicación digitales, físicos institucionales y herramientas tecnológicas.

Por lo anterior y para el buen desarrollo de la comunicación institucional, se tiene como reto continuar generando confianza en la comunidad, a través de la divulgación de las actividades y proyectos, dando cumplimiento al principio de transparencia en la Entidad. De igual manera, a nivel interno se reforzarán los espacios y medios de interacción que faciliten la fluidez de la información institucional y estimulen así el sentido de pertenencia de los empleados, contratistas y trabajadores oficiales con la Empresa.

Este plan tiene dos programas, comunicación interna y comunicación externa, con sus respectivas metas y actividades. Estos programas le apuntan a crear y fortalecer las relaciones con grupos de interés externos y fortalecer los vínculos con los grupos de interés internos, a través de estrategias de comunicación y seguimiento a los indicadores.

El PEC abarca públicos internos institucionales, así como al público externo, es decir los hogares suscriptores de servicios públicos de la Empresa y a comunidad en general, mediante el manejo asertivo de herramientas o medios digitales, respetando las políticas de la Entidad y de acuerdo con el desarrollo de las normas que sustentan la Estrategia de Gobierno Digital.

Por lo anterior, el Plan Estratégico de Comunicaciones es liderado por el Proceso de Comunicaciones e Imagen Corporativa, el cual debe velar por la divulgación y promoción permanente de los proyectos, programas y actividades de la Empresa, además de promover el uso y beneficio social de las comunicaciones y el acceso al conocimiento, para todos los usuarios de los servicios públicos de la Empresa.

Este Plan es fundamental para establecer las principales acciones a desarrollar por el Proceso de Comunicaciones e Imagen Corporativa que permita mediante la



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

comunicación pública y organizacional transmitir los mensajes de forma estratégica que faciliten el cumplimiento de los objetivos institucionales, manejando de manera óptima los medios y canales disponibles en la Empresa, mejorando los niveles de información, el sentido de pertenencia y la consolidación de una imagen institucional positiva al interior y exterior con el fin de generar confianza entre la Empresa y sus grupos de interés.

2. Objetivos

2.1. Objetivo General: realizar un plan que permita mediante la comunicación pública y organizacional transmitir los mensajes de forma estratégica que faciliten el cumplimiento de los objetivos institucionales, manejando de manera óptima los medios y canales disponibles en la Empresa, mejorando los niveles de información, el sentido de pertenencia y la consolidación de una imagen institucional positiva al interior y exterior de la Empresa.

2.2. Objetivos Específicos

- Informar a al público interno y externo las últimas noticias de la Empresa, en relación a avances y logros de planes, programas, proyectos de la Empresa a través de sus diferente canales de comunicación.
- Fortalecer las relaciones con nuestros Grupos de Interés a través de la participación ciudadana para que sean incluyentes, transparentes y cercanas, y que generen confianza y beneficio para todos.
- Posicionar la imagen corporativa de la Empresa a través del reconocimiento de marca, con el fin de generar recordación entre los usuarios de servicios públicos.

2.3. Criterios de Medición

No de actividades ejecutadas/No de actividades programadas x100



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

3. Alcance del Plan

Este Plan Estratégico de Comunicaciones está dirigido al público interno y externo de la Empresa con información relevante y constante sobre las diferentes actividades, proyectos y programas que tengan impacto directo con los diferentes grupos de interés.

4. Normatividad

Registrar el marco normativo que aplica al plan en una tabla con los siguientes campos:

- Manual Operativo MIPG 5ª dimensión: Información y Comunicación
- Manual de Gobierno en Línea
- Ley 1712 de 2014
- Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado - MCPOI, USAID - Casals & Associates inc. (2004-2005).

5. Direccionamiento Estratégico

5.1. Misión

Prestar de manera efectiva los servicios públicos domiciliarios de acueducto y saneamiento básico, con responsabilidad social y ambiental, acorde con las normas legales vigentes, buscando siempre mayor cobertura, continuidad y calidad en los servicios que prestamos a nuestros clientes.

5.2. Visión.

Ser en el año 2025 una empresa líder en materia de prestación de servicios públicos domiciliarios en el municipio de Yumbo, cubriendo las demandas de los servicios prestados en forma oportuna y suficiente.

5.3. Valores Empresariales

Los valores empresariales que regirán la actuación de la organización, todos los servidores públicos y particulares que ejercen funciones de la organización en general están enmarcados por el código de integridad y son los siguientes:

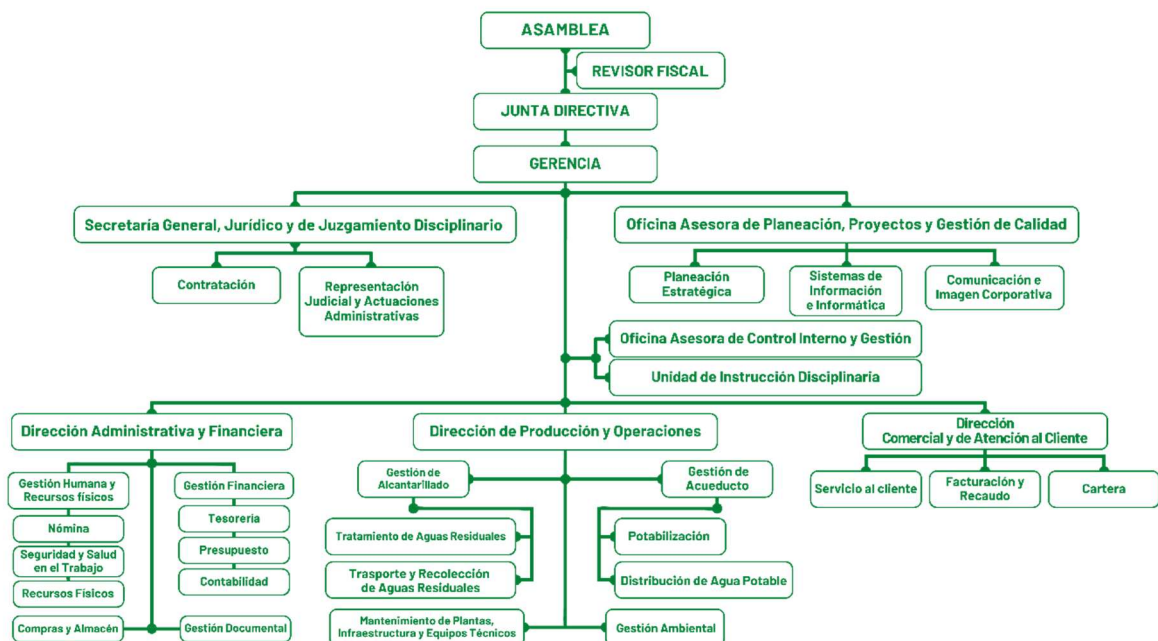
- **Honestidad:** los servidores públicos y particulares que ejercen funciones y cualquiera actividad para la empresa actuarán con rectitud, honradez, veracidad en todos y cada uno de los actos de la vida, favoreciendo siempre el interés general.



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

- **Respeto:** los servidores públicos y particulares que ejercen funciones y cualquiera actividad para la Empresa, reconocerán, valorarán y tratarán de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.
- **Compromiso:** los servidores públicos y particulares que ejercen funciones y cualquiera actividad para la empresa serán conscientes de la importancia del rol que como servidores públicos y de la disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que se relacionan en las labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.
- **Diligencia:** los servidores públicos y particulares que ejercen funciones y cualquiera actividad para la empresa cumplirán con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud, destreza y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado.
- **Justicia:** los servidores públicos y particulares que ejercen funciones y cualquiera actividad para la empresa actuarán con imparcialidad garantizando los derechos de las personas, con equidad, igualdad y sin discriminación.

5.4. Organigrama.



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

5.5. Objetivos Estratégicos

- Fortalecer el crecimiento y desarrollo la Empresa, dando cumplimiento a los planes, programas y proyectos que garanticen su desarrollo integral y estratégico, asegurando la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos.
- Promover en la Empresa la eficacia y eficiencia de las operaciones y la confiabilidad de los registros y el cumplimiento de las leyes normas y regulaciones aplicables a las empresas de servicios públicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado.
- Fortalecer la gestión integral y óptima de los recursos humanos, financieros, físicos, tecnológicos y de comunicación de todas las partes interesadas de la organización.
- Fortalecer la Gestión Comercial, desarrollando prácticas efectivas orientadas a la satisfacción del usuario y la consolidación de la empresa.
- Asegurar la efectividad (continuidad, cobertura y calidad) en la prestación de los servicios públicos operados por la Empresa.

6. Componentes del Plan

6.1. Definiciones

- **Comunicación interna:** comunicación dentro de una organización dirigida a los empleados y otros miembros internos.
- **Comunicado de prensa:** documento conciso distribuido entre medios de comunicación clave para anunciarles algo de valor noticioso sobre la empresa o marca.
- **Público interno:** se refiere a los trabajadores oficiales, contratistas, empleados y proveedores.
- **Público Externo:** se refiere a los usuarios, medios de comunicación, vocales de control social, veedores y comunidad en general.
- **Engagement:** es un indicador de actividad de una marca en redes sociales y de la fidelidad de su comunidad. Un alto nivel de engagement significa que el contenido de la marca resuena con su audiencia y que está construyendo una comunidad leal y activa.
- **Alcance:** el alcance en marketing es una métrica que mide el número de personas que han visto un mensaje, anuncio o contenido de marketing en un período de tiempo determinado. Es una herramienta fundamental para evaluar el impacto y la efectividad de las acciones de marketing.

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

- **Espacios de interacción:** se consolida a través de un lugar donde las personas pueden intercambiar información, opiniones, dudas, proyectos, y expresiones creativas.
- **Impactos:** es el número de veces que se emite un anuncio, noticias, cuñas o mención en medios de comunicación.
- **Redes Sociales:** plataformas en línea donde las personas interactúan, comparten contenido y se conectan; el marketing en redes sociales implica la promoción de productos y servicios en estos espacios.
- **Visita:** cada una de las veces que accede un usuario a una web en un periodo de tiempo. Se contabiliza una vista por IP, el resto son visitas repetidas.
- **Posicionamiento de marca:** proceso de diseñar la oferta y la imagen de una empresa para ocupar un lugar distintivo en la mente del público objetivo.
- **Imagen corporativa:** se refiere a lo que significa una compañía o cómo se percibe. Se crea mediante la estrategia de relaciones públicas, pero también se involucran en ella, directa o indirectamente, periodistas y medios de comunicación, ONGs, etc.
- **Medios propios:** contenido creado por la agencia y el cliente, como blogs de la compañía, sitio web oficial y redes sociales corporativas.
- **Mensaje clave:** idea principal que se desea comunicar a la audiencia.
- **Newsletter:** publicación periódica que se envía por correo electrónico para informar a los suscriptores sobre noticias y novedades de la empresa.
- **Plan de medios:** plan diseñado para llegar a la audiencia adecuada para una campaña de publicidad a través del uso de medios de comunicación y canales específicos.
- **Tráfico web:** número de visitantes que acceden a un sitio web.

6.2. Diagnóstico

Desde el 2020 se viene actualizando anualmente el Plan Estratégico de Comunicaciones de la ESPY S.A. E.S.P., con el fin de dar continuidad a los procesos de comunicación de la Entidad, establecidos en el desarrollo del Plan Estratégico de Gestión y Resultados (2016 – 2019), para seguir fortaleciendo la imagen institucional, mediante la producción y divulgación de contenidos generados desde la ESPY S.A. ESP, hacia su público usuario y comunidad en general, mejorando también los canales de atención de los



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

usuarios, a través de los medios de comunicación digitales y físicos institucionales.

Por lo anterior, al final de cada vigencia el proceso de Comunicaciones e Imagen Corporativa realiza un diagnóstico con base en el informe de seguimiento del Plan de Acción, con el fin de analizar la efectividad y alcance de las actividades del PEC y si es el caso realizar modificaciones.

El Plan Estratégico de Comunicaciones vigencia 2024 se dio cumplimiento mediante actividades de divulgación y socialización con el fin de mejorar la imagen de la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo con su público interno y externo mediante el desarrollo de estrategias que facilitaron el flujo de información. A continuación, se mencionan las acciones que se desarrollaron en comunicación interna y comunicación externa:

Se fortalecieron los canales digitales de la Empresa (redes sociales y página web), donde se evidenció mayor alcance, engagement, tráfico, entre otros.

Para lograr esto, se realizó una estrategia para aumentar seguidores y mejorar el alcance de las publicaciones.

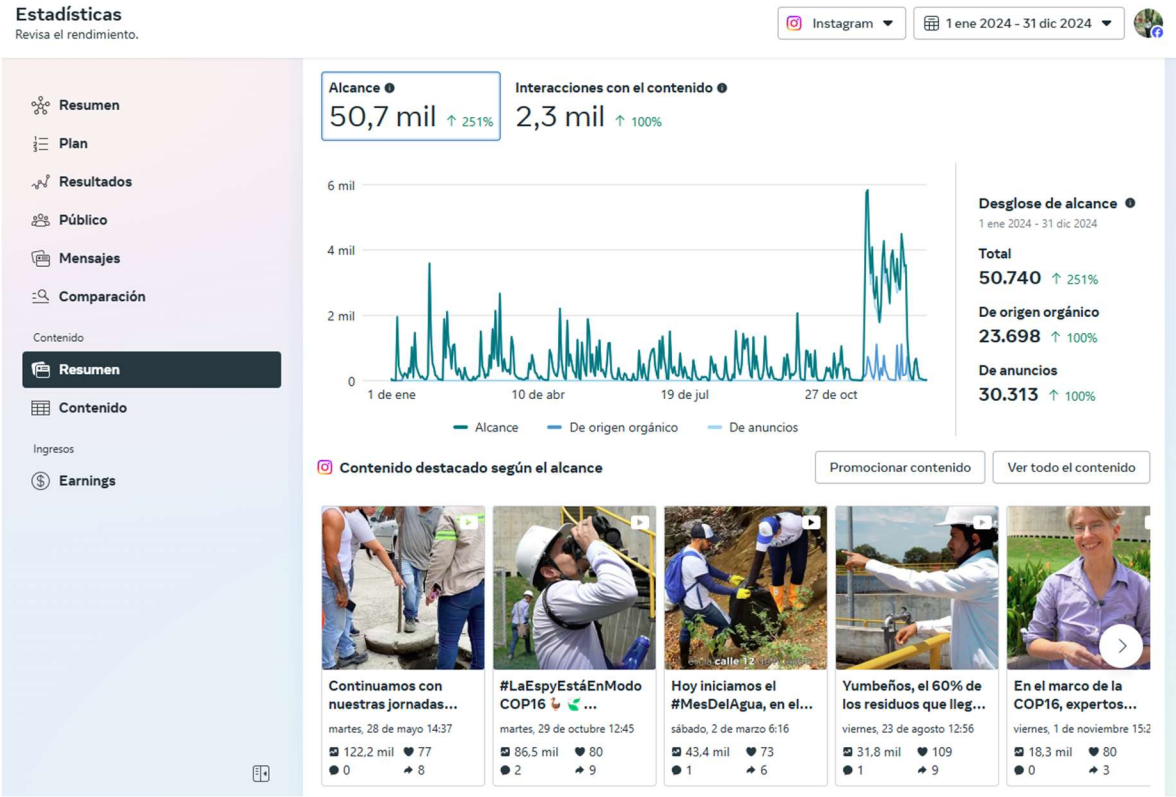
En la red social Instagram en enero de 2024 se contaban con 2.822 seguidores y al 30 de diciembre de 2024 se cuenta con 2.900 con seguidores.

Actualmente contamos con la certificación en META, lo que nos acredita con un nivel de competencia avanzado en el sector de publicidad digital. Esto es fundamental debido a que la Empresa cuenta con un ChatBOT para recibir PQRs a través de WhatsApp, por lo que debemos contar con unas redes sociales certificadas.

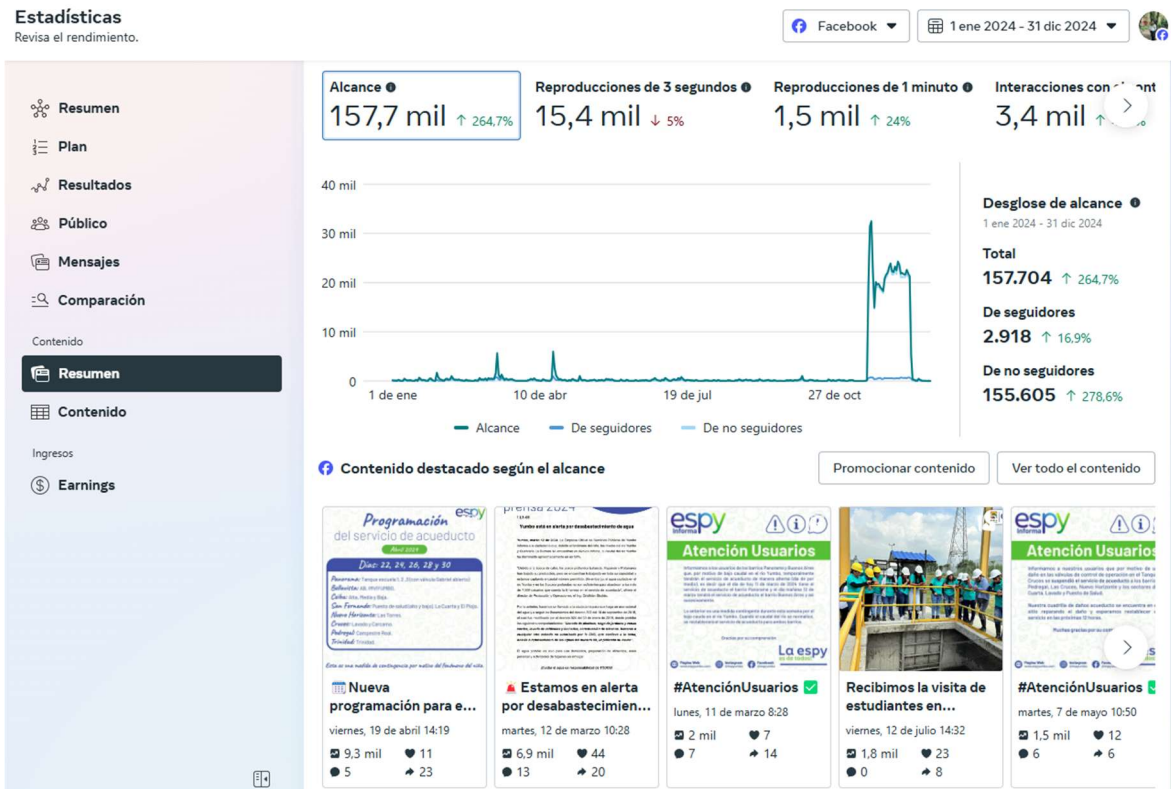
Aunque el aumento de seguidores en la red social Instagram no fue tan positivo como en otros años, si podemos evidenciar un mayor alcance y engagement en las publicaciones, es decir que cada vez el público objetivo está más interesado en los contenidos que se generan a partir de las noticias de la Empresa:

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

Por otro lado, en enero de 2024 la red social Facebook contaban con 4.100 seguidores y al 31 de diciembre de 2024 se cuenta con 4.400 seguidores. Revisando las métricas del Fan Page de Facebook, se puede decir que el aumento de seguidores y alcance se debió a la cantidad de publicaciones y el contenido de estas, pues para la comunidad es fundamental estar informados de todo lo relacionado con los servicios públicos.



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025



Además, se realizó pauta publicitaria para llegar a más personas y segmentar mejor el público objetivo en el último trimestre del 2024.

Por lo anterior, es importante que se continúe fortaleciendo las redes sociales de la ESPY S.A. ESP., debido a que son una herramienta que permiten compartir conocimiento en tiempo real entre la empresa y la comunidad. Además, de posicionar la imagen corporativa.

Por otro lado, la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo tuvo presencia en medios de comunicación locales, regionales y nacionales. Sin embargo, es necesario buscar un canal de comunicación directo con los usuarios para escuchar de forma directa sus necesidades y poder mejorar la relación entre la Empresa y la ciudadanía en general.

En cuanto a la página web, la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo cuenta con un rediseño de su página web institucional, la cual cumple con los requisitos de la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional (Ley 1712 de 2014). Es importante continuar fortaleciendo la página web en la sección de Atención al Cliente buscando mejorar la experiencia entre el usuario y los diferentes trámites en línea.

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

El diagnóstico previo a la formulación del Plan de Comunicaciones se desarrollará para detectar las fortalezas y debilidades de los procesos de comunicación, con miras al cumplimiento del programa Gobierno Digital, la Ley de Transparencia y Acceso a la Información, la difusión de información, el posicionamiento de la identidad y el mejoramiento de la comunicación interna y externa en la entidad.

6.3. Metodología

El Plan Estratégico de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de Yumbo se estructura en torno al Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI) de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional –USAID–, que debe ser el referente conceptual y metodológico aplicado para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación de las Entidades del Estado.

El MCPOI, es una herramienta para la planeación estratégica de la comunicación en los campos organizacional e informativo y de la Rendición de cuentas a la sociedad, que define un objetivo y formula un propósito y una finalidad para la práctica comunicativa en estas entidades y se inscribe dentro del enfoque de la comunicación para la construcción de consensos.

Es decir, este modelo busca que las entidades de naturaleza especial como las empresas industriales y comerciales del Estado, las sociedades de economía mixta y las empresas de servicios públicos, definan políticas derivadas de su naturaleza específica y ajustar la matriz estratégica a sus necesidades particulares.

El MCPOI concentra su acción en tres campos de actuación:

- **Comunicación Organizacional:** campo de actuación de la comunicación que busca garantizar la organicidad y coherencia de las Entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de principios y acciones para lograr el propósito misional.
- **Comunicación Informativa:** campo de actuación de la comunicación que busca garantizar que las Entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato.
- **Rendición de Cuentas a la sociedad:** subcampo derivado de la comunicación informativa, específico de las Entidades del Estado y que

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

solamente es posible desde una práctica de la comunicación organizacional fundada en la aplicación del precepto constitucional de la publicidad. La rendición de cuentas a la sociedad es complementaria de la rendición de cuentas a los organismos de control que está reglamentada por la ley.

De igual manera, el Plan se ajusta a la normatividad vigente en materia de publicidad, acceso a la información pública, lucha contra la corrupción y uso de las nuevas tecnologías para la ampliación de la democracia participativa y del control social.

Por último, el Plan Estratégico de Comunicaciones, identifica las situaciones de comunicación que requieren ser trabajadas y propone una nueva matriz de acción para el año 2025, con nuevas acciones comunicativas buscando lograr los objetivos estratégicos propuestos.

6.4. Programas, Objetivos, Metas e Indicadores.

Para integrar los Programas de Comunicación Interna y Externa con los objetivos, metas e indicadores es fundamental establecer una ruta que permita organizar y alinear todas las acciones relacionadas.

Programa Comunicación Interna: es la comunicación que se orienta a los grupos de interés internos de la Empresa con miras a establecer y fortalecer relaciones de pertenencia, apropiación y compromiso y coordinación conjunta. La Comunicación Interna impacta positivamente el ambiente laboral y mejora el sentido de pertenencia de los colaboradores. Además, contribuye en la coherencia interna de la organización, la coordinación y el mejoramiento constante en un clima favorable al aprendizaje y la transparencia. Busca generar actitudes de confianza, apertura, receptividad, motivación y trabajo en equipo entre los colaboradores. Dentro de la comunicación interna se encuentra la identidad corporativa (marca), la cual busca comunicar la identidad, los valores, las apuestas estratégicas, el estilo y la gestión de la Empresa y fortalecer su posicionamiento y sostenibilidad.

Programa Comunicación Externa: Es la comunicación que se realiza con los grupos de interés externos a la Empresa como los usuarios, instituciones aliadas, líderes de opinión, comunidades y ciudadanía en general. La comunicación externa busca movilizar la voluntad y la participación de los grupos de interés en el cuidado del agua, pago de servicios público y temas medio ambientales. Además, conjuga las acciones de comunicación para la

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

visibilización pública, las acciones de comunicación educativa y persuasiva de la ESPY S.A. E.S.P. Dentro de la comunicación externa, se encuentra la comunicación digital (redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y la página web oficial). Esta rama de la comunicación se basa en la generación de contenidos novedosos, actuales y oportunos con el apoyo de herramientas que permitan dicha labor, como el diseño gráfico, la edición de video y el cubrimiento de la labor y las diferentes actividades de la ESPY en la Yumbo.

Por último, también hace parte de la comunicación externa los medios masivos de comunicación. Estos ayudan a llegar a un público más amplio, al tiempo que facilita los flujos de información oportuna, suficiente y veraz, por diferentes medios y canales, para generar ambientes favorables. A su vez, involucra la generación de contenidos atractivos, documentados y veraces, dirigidos a públicos diversos y al establecimiento de relaciones con medios de comunicación masiva y local.

Por lo anterior, es fundamental dar a conocer la gestión institucional de la Empresa, así como los proyectos que a futuro permitan consolidar el cumplimiento de su misión y visión, a través de un Plan de Medios y Marketing Digital, con el fin de emitir las diferentes actividades de la Empresa en canales de comunicación radiales, televisivos, prensa y plataformas digitales. Con esto se busca posicionar la marca y dar a conocer las actividades que benefician o afectan a los habitantes del Municipio de Yumbo en medios de comunicación nacionales, regionales y locales.

Así mismo, es importante tener presencia digital y alcance nacional, regional y local en las diferentes plataformas digitales, con el fin de posicionar la Empresa en el mundo virtual, dar a conocer las actividades que impactan a la comunidad del Municipio de Yumbo referente a la prestación del servicio de acueducto, alcantarillado y medio ambiente. Además, se busca aumentar los seguidores en las redes sociales para generar un mayor alcance y engagement entre el público objetivo y la ESPY S.A. E.S.P.

Por último, es importante invertir mensualmente en el marketing digital, publicitando las piezas gráficas y videos que se elaboran desde el Área de Comunicaciones para que de esta manera aumente la notoriedad de la

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

marca, lleguemos a nuevos públicos e incentivar a que los usuarios utilicen los diferentes canales virtuales de la Empresa para realizar trámites, pagos, peticiones, entre otros.

De esta manera, se propone un plan de trabajo efectivo, medible y orientado al logro de objetivos estratégicos, respetando las normativas legales y fortaleciendo la comunicación interna y externa y fortaleciendo el relacionamiento con los grupos de interés.

6.7. Actividades y Responsables: a continuación, se enumeran las actividades del PEC 2025. También se adjunta la matriz con estrategias, metas e indicadores.



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

ESTRUCTURA DEL PLAN											
PROGRAMA	ESTRATEGIA	META	TIPO DE META	INDICADOR	DESCRIPCIÓN DEL INDICADOR (FORMULA)	LINEA BASE	ACTIVIDADES	ÁREA RESPONSABLE	FUNCIONARIO RESPONSABLE	MEDIO DE VERIFICACIÓN	AVANCE PRESUPUESTO PROGRAMADO
Gestión Administrativa	Encaminar la Empresa hacia la Gestión del Talento Humano, la Salud y Seguridad en el Trabajo, los recursos físicos y documentales en la entidad, logrando una comunicación efectiva y dinámica al interior y fuera de la organización, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.	Adoptar el Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC vigencia 2024	MI	Plan adoptado	Documento aprobado y adoptado mediante acto administrativo	1,00	Actualizar el Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC vigencia 2025 Adoptar el Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC vigencia 2025	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Resolución	0
		Implementar el 100% las actividades programadas para el año 2025 del Plan Estratégico de Comunicaciones - PEC	MI	Nivel de (%) de las actividades implementadas	(No de actividades ejecutadas/No de actividades programadas) x 100	100%	Fortalecer la comunicación interna de la Empresa a través de la publicación de 12 boletines de prensa anuales en los canales internos de comunicación de la Empresa.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Carteleras institucionales y correos electrónicos corporativos	0
							Mejorar la comunicación interna a través de dar cumplimiento al 100% de las solicitudes mensuales por parte del proceso de Gestión del Talento Humano con el fin de fortalecer la cultura y el clima organizacional de la Empresa.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo y Jhon Freddy García	Actividades en pro de la cultura y clima organizacional	0
							Fortalecer los canales digitales como las redes sociales a través del diseño de 70 piezas gráficas para redes sociales y página web (20 piezas para público interno y 52 piezas para público externo), con el fin de mantener informados a los grupos de valor de la Empresa sobre actividades, proyectos y programas de la Empresa.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Redes sociales y página web institucional	\$ 33.929.280
							Diffundir las noticias más relevantes de la Empresa a través de la publicación de 12 comunicados de prensa en la página web institucional.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Página web	0
							Fortalecer los canales digitales como las redes sociales a través de elaborar 12 videos institucionales con el fin de generar acercamiento con la comunidad.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Redes sociales y página web institucional	\$ 17.107.200
							Mantener informados a los grupos de valor a través de las publicaciones de 50 impactos y/o menciones comerciales de la Empresa en medios de comunicación tradicionales y digitales a nivel local y regional.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Medios de comunicación	\$ 60.000.000
							Fortalecer la página web de la Empresa a través de la actualización mensual (12).	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	2 informes	0
							Realizar cubrimiento a 12 actividades donde participe la Empresa, con el fin de generar reconocimiento de marca.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Redes sociales y página web institucional	0
							Incentivar la participación ciudadana a través de la emisión de seis (6) programas radiales por emisora local con el fin de buscar acercamiento con nuestros usuarios.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Emisora local	0
							Realizar 50 envíos de Newsletter anuales a los usuarios que hagan parte de nuestra base de datos con el fin de tener una comunicación constante con los grupos de interés.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Correo electrónico institucional y página web	
							Fortalecer la imagen corporativa de la Empresa a través de la elaboración de material POP e impresos, con el fin de generar reconocimiento de marca y recordación entre los usuarios de servicios públicos.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Material impreso	\$ 30.000.000
							Garantizar 30.000 visitas a la página web con a través de la verificación estadística de tráfico web.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Estadística página web	
							Garantizar 2.000 interacciones con contenido en redes sociales a través de la verificación estadística de las cuentas.	Comunicaciones e Imagen Corporativa	Paula Andrea Santamaría Giraldo	Estadística META	

7. Entregables o Resultados Esperados

Al finalizar la vigencia 2025 y después de implementar el PEC 2025 se espera que la imagen de la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo tenga un mejor posicionamiento y reconocimiento de marca. Además un mayor acercamiento entre la Empresa y sus grupos de interés. Es decir, que los usuarios, vocales y ciudadanía en general sientan que la ESPY es la Empresa de todos los yumbeños, incentivando la participación ciudadana.

	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

Por otro lado, se espera que haya un mejor clima organizaciones entre los trabajadores oficiales, contratistas y proveedores, enfocado en el sentido de pertenencia.

8. Presupuesto

CATEGORÍA	DESCRIPCIÓN	MONTO \$
Servicios de plan de medios y marketing digital para divulgación de la gestión que adelanta la Empresa	83612 - Servicios De Plan De Medios Y Marketing Digital Para Divulgación De La Gestión Que Adelanta La Empresa	\$52.000.000
Servicios de plan de medios y marketing digital para divulgación de la gestión que adelanta la Empresa (PUEAA)	94900 - Servicios De Plan De Medios Y Marketing Digital Para Divulgación De La Gestión Que Adelanta La Empresa - PUEAA	\$8.000.000
Contrato de prestación de servicios personales como ingeniero multimedia con énfasis en diseño gráfico y desarrollador de proyectos digitales del área de comunicaciones de la Empresa.	84190 - Servicios Profesionales De Telecomunicaciones Para Apoyo A La Empresa	\$33.929.280
Contrato De Prestacion De Servicios Personales Como Tecnico En El Area De Comunicaciones De La Empresa	85999 - Remuneración Servicios Técnicos	\$17.107.200
Elaboración material POP e impresos como medio de información de la gestión que adelanta la Empresa	89121 - Servicios de impresión como medio de información de la gestión que adelanta la empresa	\$30.000.000

9. Conclusiones

El Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) vigencia 2025 de la Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo ESPY S.A. E.S.P., es fundamental para fortalecer la imagen corporativa, la comunicación interna y externa de la ESPY S.A. E.S.P., mediante la producción y divulgación de contenidos y espacios de socialización generados desde la Empresa hacia su público interno (trabajadores oficiales, contratistas, empleados y proveedores) y público externo (usuarios y comunidad en



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

general), utilizando medios de comunicación digitales, físicos institucionales y herramientas tecnológicas.

A través de este documento se busca trabajar los componentes de Comunicación Organizacional, Comunicación Informativa y Rendición de Cuentas a la sociedad, buscando la eliminación de brechas en lo público y la comunidad y posicionando a la Empresa como líder a nivel regional.

El proceso de seguimiento y evaluación debe estar alineado con la planeación estratégica de la empresa, garantizando que las acciones comunicaciones contribuyan a los objetivos organizacionales a largo plazo, tales como la sostenibilidad, la productividad y la competitividad.

La información obtenida a través del seguimiento y evaluación servirá como insumo clave para la revisión y ajuste de la estrategia para futuros planes, buscando siempre la mejora continua de la Empresa.

10. Anexos

Estructura del Plan Estratégico de Comunicaciones 2025

11. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Breve Descripción del Cambio	Fecha de Emisión
01	Creación del documento proyección 2020 - 2025, adoptado mediante resolución N°. 1.3.1-219	31 diciembre 2019
02	Actualización del documento vigencia 2021, adoptado mediante resolución N°, 1.33-019	25 enero 2021
03	Actualización del documento vigencia 2022, adoptado mediante resolución N°. 1.33-013	26 enero 2022
04	Actualización del documento vigencia 2023, adoptado mediante resolución N°. 1.33-020	19 enero 2023
05	Actualización del documento vigencia 2024, adoptado mediante resolución N°. 1.33.024	26 enero 2023
06	Actualización del documento vigencia 2024, adoptado mediante resolución N°. 1.33-038	30 enero 2025



	Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad	CÓDIGO: GC-PL05
	Comunicaciones e Imagen Corporativa	VERSIÓN: 06
	Plan Estratégico de Comunicaciones	FECHA: 30 ENE 2025

12. APROBACIÓN

Elaboró	Revisó	Aprobó
PAULA ANDREA SANTAMARIA GIRALDO Profesional Especializado Nivel 1 – Comunicaciones e Imagen Corporativa Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad Original firmado en Oficina Asesora de Planeación y Proyectos	ANA MARÍA GONZÁLEZ JARAMILLO Jefe Oficina Asesora de Planeación, Proyectos y Gestión de Calidad Original firmado en Oficina Asesora de Planeación y Proyectos	MARÍA LYDA SERNA FAJARDO Gerente Empresa Oficial de Servicios Públicos de Yumbo Original firmado en Oficina Asesora de Planeación y Proyectos
Fecha: 30 DE ENERO DE 2025	Fecha: 30 DE ENERO DE 2025	Fecha: 30 DE ENERO DE 2025

