PLAN DE COMUNICACIONES

DIRECCIÓN DE SERVICIO AL CLIENTE

EMPRESAS PÚBLICAS DE CUNDINAMARCA S.A. E.S.P.

Cundinamarca

CUNDINAMARCA ¡REGIÓN Que Progresa!

ÍNDICE

Introducción 3

Objetivos 4

Principios 5

Identidad Corporativa y valor de la marca 6

Definición de Voceros 8

Comunicación Interna 10

Comunicación Externa 13

Estrategia de Comunicación Externa Conexión EPC 16

INTRODUCCIÓN

Empresas Públicas de Cundinamarca, es una empresa constituida mediante escritura pública 2069 de mayo 19 de 2008, sociedad por acciones de carácter oficial, con autonomía administrativa, patrimonial y presupuestal, cuyo principal accionista es la Gobernación de Cundinamarca, que tiene como objeto principal prestar servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía y gas, entre otros; así como servicios públicos no domiciliarios y el desarrollo de actividades complementarias inherentes a los mismos.

En concordancia con su objeto social y como Gestora del Plan Departamental de Aguas PDA Cundinamarca, impulsa estrategias que permiten avanzar con celeridad en la cobertura urbana y rural de los servicios de acueducto y saneamiento básico, así como las transformaciones para el manejo empresarial de los mismos. Su gestión está orientada al mejoramiento de la calidad de vida de los cundinamarqueses, teniendo como referencia planes, programas y políticas del orden nacional, departamental y municipal que se encuentran en desarrollo.

Como gestora del Plan Departamental de Aguas de Cundinamarca, se ha destacado y ha sido reconocida a nivel nacional, por la calidad y la eficiencia de los proyectos a su cargo.

En ese contexto, el presente Plan de Comunicaciones, se formula como una herramienta imprescindible para el desarrollo de las actividades propias de EPC en su calidad de gestor, especialmente en lo que hace referencia a las dinámicas de comunicación que se generan entre la empresa y sus clientes internos y externos, implementando un lenguaje universal, incluyente y consciente de las diferencias y necesidades de las comunidades y de cuenta de la manera en que los proyectos mejoran la calidad de vida de los cundinamarqueses.

• OBJETIVOS • ESPECÍFICOS

- Aumentar los índices de conocimiento en el departamento sobre las obras, programas y proyectos, desarrollados por EPC S.A. E.S.P en el marco del PDA – Cundinamarca.
- Generar crecimiento constante de audiencia interesada en servicios públicos domiciliarios a través de nuestros diferentes medios.
- Consolidar el concepto de innovación como principal ventaja en la comunicación de EPC S.A. E.S.P.
- Fomentar el conocimiento sobre el valor del recurso hídrico del departamento y la responsabilidad en su cuidado y preservación.
- Articular la comunicación de EPC S.A. E.S.P con alcaldías, prestadores de servicios urbanos y rurales, medios de comunicación y demás actores del sector de Agua Potable y Saneamiento Básico.
- Lograr recordación y posicionamiento de EPC S.A. E.S.P en medios, a partir del desarrollo de campañas pedagógicas e informativas sobre la importancia del agua, su consumo y preservación.

• OBJETIVO • GENERAL

Garantizar a nuestros clientes el acceso a información oportuna, dinámica y veraz sobre la gestión de la Empresa, posicionando tanto el PDA-Cundinamarca como a su gestor a nivel nacional, en el sector de los servicios públicos domiciliarios de agua potable y saneamiento básico.

PRINCIPIOS

El Plan Estratégico de Comunicación se desarrollará en el marco de los siguientes principios orientadores:

A. Legalidad:

Garantía del derecho constitucional de expresar y difundir pensamiento y opiniones, informar y recibir información veraz (Art.20), además de toda la legislación concordante con este derecho fundamental.

B. Participación ciudadana:

El desarrollo del plan siempre estará orientado a fomentar la participación ciudadana efectiva. En ese sentido, se apoyará en el uso de las TIC que mayor capacidad de interacción garanticen, y que a su vez brinden herramientas de medición en tiempo real.

Se considera la comunicación como una acción en dos vías, por lo cual el feedback o retroalimentación, es imprescindible para alcanzar los objetivos del presente plan.

La **participación** es un objetivo previsto en la Estrategia de Gobierno en Línea, además de ser uno de los principios de la Función Administrativa. En ese sentido, se busca implementar estrategias que garanticen que EPC S.A. E.S.P no solo facilite canales variados y efectivos de participación ciudadana, sino que esta última se incluya e en la toma de decisiones de la empresa.

Para tal fin, nuestros clientes tendrán servicios que les permitan acceso oportuno a la información y a la obtención de respuestas.

C. Rendición de cuentas:

Garantía del derecho constitucional de expresar y difundir pensamiento y opiniones, informar y recibir información veraz (Art.20), además de toda la legislación concordante con este derecho fundamental.

EMPRESAS PÚBLICAS DE CUNDINAMARCA S.A. E.S.P.

IDENTIDAD CORPORATIVA

Y VALOR DE LA MARCA

A. Enfoque comunicativo

La comunicación de EPC S.A. E.S.P se orienta a establecer relaciones de cercanía y confianza con nuestros grupos de interés, en ese sentido, las acciones apuntan a generar empatía y conexión emocional con la empresa. A partir de dicha orientación se busca movilizar al ciudadano en torno a la generación de propuestas para satisfacer sus necesidades en materia de agua potable y saneamiento básico, al conocimiento de los alcances y posibilidades que le ofrece el PDA Cundinamarca, y a la toma de acciones responsables relacionadas con la cultura del agua.

B. Tono comunicativo

Se define por la calidez y cercanía como características integradoras de una comunicación para clientes heterogéneos por razones propias de los contextos de las provincias cundinamarquesas. Siempre se invita a la construcción colectiva de soluciones y al diálogo reflexivo sobre las necesidades de la comunidad por encima de las particulares. Buscamos integrar desde el lenguaje comunicando con tono colectivo: "somos", "hacemos", "nosotros", siempre entendiendo a cada actor de los procesos y proyectos como protagonista de los mismos, desligándonos del auto elogio institucional y enalteciendo el trabajo en equipo.

C. Gestión y construcción de la marca EPC

A partir del quehacer de la empresa como gestor del PDA Cundinamarca, se orienta a la percepción y relacionamiento de la marca con el "agua" como elemento y como concepto, no solo desde el enfoque de la estructuración y desarrollo de proyectos de ingeniería, sino desde la promoción de la cultura del agua y de la apropiación de estilos de vida saludables.

Para tal fin, se implementa el slogan #EPCprimeroEnAgua. Aquí la palabra "primero" busca evidenciar nuestro desafío de encabezar el desarrollo del sector a nivel nacional, al tiempo que difundimos información de alto interés alrededor de los beneficios del recurso hídrico y la promoción de buenas prácticas para su uso y ahorro. "Cuando nuestros grupos de interés piensen en agua, deben pensar en EPC".

D. Manual de identidad corporativa:

En concordancia con todos los aspectos de identidad y valor de la marca, el presente plan se apoya en el Manual de Identidad Corporativa con el objetivo de unificar criterios y pautas para el manejo, uso y aplicación de la marca. El logo y slogan se dispondrán en todas las piezas comunicativas de acuerdo a las directrices de usos permitidos, co-branding, áreas de reserva, esquema constructivo, paleta de color y tipografía establecidas en el manual.

EMPRESAS PÚBLICAS DE CUNDINAMARCA S.A. E.S.P.

DEFINICIÓN DE VOCEROS

Los voceros oficiales de EPC S.A. E.S.P, son los únicos autorizados para pronunciarse a nombre de la empresa en medios masivos de comunicación y canales institucionales. Cualquier aparición en medios de funcionarios diferentes a los voceros debe ser autorizada por la Gerencia y revisada por la Dirección de Servicio al Cliente.

• A. Vocero oficial •

A partir del quehacer de la empresa como gestor del PDA Cundinamarca, se orienta a la percepción y relacionamiento de la marca con el "agua" como elemento y como concepto, no solo desde el enfoque de la estructuración y desarrollo de proyectos de ingeniería, sino desde la promoción de la cultura del agua y de la apropiación de estilos de vida saludables.

#EPCPrimeroEnAgua
"Cuando nuestros grupos de interés piensen en agua, deben pensar en EPC".

• B. Voceros técnicos •

Los subgerentes General, Técnico y de Operaciones podrán pronunciarse en medios departamentales, exclusivamente para dar explicaciones técnicas, sobre los proyectos que adelanta la entidad en términos de población beneficiada, descripción y alcance de las obras. Las intervenciones de cualquier otro funcionario para dar explicaciones técnicas, deben contar con la autorización del subgerente encargado.

Cualquier pronunciamiento de los subgerentes en medios nacionales debe estar autorizado expresamente por la Gerencia General.

• C. Prensa institucional •

El Director de Servicio al Cliente coordinará las acciones de prensa institucional y será el encargado de autorizar el envío de información a medios y de orientar la relación que la empresa tenga con los mismos. Ningún área de la empresa podrá remitir sin autorización información institucional a medios de comunicación.

• D. Imagen y voces institucionales •

La Dirección de Servicio al Cliente podrá designar funcionarios o contratistas para que asuman el rol de imagen de la empresa para dar anuncios institucionales, presentar eventos, aparecer en campañas de bien público, fotografías publicitarias o eventos en los que participe la empresa.

Así mismo, para presentaciones oficiales, off de video o grabaciones de audio, se estableceran voces oficiales de acuerdo a las necesidades de la empresa.

COMUNICACIÓN INTERNA

Se toma como definición, la expresada en el Manual Técnico para el Estado Colombiano 2014-DAFP: “Es el conjunto de datos que se originan del ejercicio de la función de la entidad y se difunden en su interior, para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad”.

Las directrices de comunicación interna se diseñarán y desarrollarán de forma articulada entre la Gerencia General, la Dirección de Gestión Humana y la Dirección de Servicio al Cliente. Todas las áreas de EPC S.A. E.S.P deben desarrollar todas sus acciones de comunicación de acuerdo al presente plan.

A. COMUNICACIÓN INTERNA

Circulares y oficios:

Todas las áreas podrán emitir circulares y oficios de acuerdo con sus funciones. Las comunicaciones deben respetar los formatos de membrete establecidos por el Manual de Identidad Corporativa.

El envío de correos masivos a toda la base de datos de la empresa está restringido y debe ser autorizado por la Dirección de Gestión Humana.

Correos de Comunicación Interna:

- **Correo de gerencia:** El Gerente podrá enviar la información que considere necesaria a través de su correo institucional, a toda la base de datos de funcionarios y contratistas de la entidad.

- **Correo de Gestión Humana:** La Dirección de Gestión Humana podrá enviar a través del correo institucional **gestionhumana@epc.com.co** información de interés para los servidores de la empresa, decisiones empresariales, circulares de gerencia, anuncios institucionales, invitaciones a eventos, campañas de cultura y clima organizacional, y toda la comunicación que considere relevante en el contexto de la relación entre la empresa, sus funcionarios y contratistas.

- **Correo Comunicaciones:** La Dirección de Servicio al Cliente podrá enviar a través del correo institucional **comunicaciones@epc.com.co**, comunicaciones de interés general con respecto a noticias de la empresa, campañas institucionales y temas referentes a la correcta aplicación del presente plan.

- **Correo Contáctenos:** La Dirección de Servicio al Cliente direccionará las PQRSD al interior de la empresa, recibidas mediante el correo **contactenos@epc.com.co**. Las áreas receptoras de dichos correos darán trámite en los tiempos legales establecidos en observancia de la Ley 1755 de 2015. La Dirección de Servicio al Cliente hará el seguimiento a dicho trámite.

Cartelera Virtual

La cartelera funcionará en el link

www.facebook.com/groups/conexionepc

como una herramienta virtual de comunicación interna. En este espacio se podrá publicar información de acuerdo a la siguiente clasificación:

- Campañas audiovisuales sobre clima organizacional, bienestar social, buenas prácticas laborales y todas aquellas que apunten al crecimiento laboral, social y emocional de nuestros servidores.
- Información institucional sobre decisiones empresariales, convocatorias y eventos.
- Información de relevancia social como celebraciones, reconocimientos y condolencias.

FRECUENCIA
Publicación diaria

META: 253
publicaciones / año

Carteleras Institucionales

Dispondremos de 4 carteleras institucionales (ubicadas en los pisos 7 y 11) que complementan la comunicación interna/externa de la empresa, y en las que se publicarán noticias y toda la información que se considere de interés para nuestros servidores y visitantes.

FRECUENCIA
Publicación mensual

META: 10
publicaciones / año

COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa de EPC S.A. E.S.P tiene dos objetivos principales. En primer lugar se enfoca en dar a conocer los avances de programas y proyectos que adelanta en su rol de gestor, con el fin de posicionar el PDA Cundinamarca entre sus grupos de interés. En segunda instancia, rinde cuentas a la ciudadanía conforme a su obligación legal.

B. CANALES DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Página web

La página web oficial de EPC S.A. ESP se encuentra en la dirección **www.epc.com.co.**

Además de cargar informes, trámites y demás documentos de cumplimiento legal, en sus respectivos formatos y tiempos, la página principal actualizará las noticias de EPC en su rol de gestor del PDA Cundinamarca. Se privilegiarán los formatos audiovisuales para la presentación de la información.

FRECUENCIA
3 publicaciones por semana

META: 156
publicaciones / año

Fanpage de facebook

La Fanpage oficial se encuentra en el sitio **www.facebook.com/EPCundi**.
Allí se publican a diario contenido con las siguientes especificiones.

- Historias: Infografías y noticias que den cuenta del avance de proyectos y programas del gestor, brindando información sobre sus alcances, beneficiarios e inversiones.
- Publicaciones: fotografías, texto, infografías y diseños que informan sobre el avance de nuestros programas y proyectos, eventos y demás información de interés.
- Videos: publicaciones de notas, animaciones, reportajes, crónicas y demás producciones audiovisuales que den cuenta del avance de la gestión de la empresa, y promuevan campañas relacionadas con la cultura del agua.

FRECUENCIA
Post o historia diaria

META: 253
posts o historias / año

Cuenta de Twitter

La cuenta de Twitter oficial de EPC S.A. E.S.P es **@EPCundi** y será administrada por la Dirección de Servicio al Cliente. Los tweets se enfocarán en informar sobre la gestión de la empresa, promover campañas de cultura del agua y demás información relevante para nuestros grupos de interés.

Así mismo, se publicarán retweets con información de interés del sector de la empresa.

FRECUENCIA
Tweet o retweet diario

META: 253
tweets o retweets/ año

Cuenta de Instagram

La cuenta oficial de Instagram será @epcundi y estará destinada a la publicación de material fotográfico de calidad técnica y estética que resalte la gestión de la empresa y su interacción con la comunidad.

FRECUENCIA
3 posts / historias semanales

META: 156

Canal de Youtube

El Canal Oficial de la empresa en Youtube se denomina Empresas Públicas de Cundinamarca S.A. ESP. Allí reposa todo el material de video que se produce en la Dirección de Servicio al Cliente, y que resulta de interés para nuestros grupo de interés.

FRECUENCIA
Upload a demanda

META: N/A

Boletines de Prensa, Press Kits y gestión de Free Press

A partir de la información que, a consideración de la Dirección de Servicio al Cliente, resulte de mayor relevancia para los grupos de interés de EPC S.A. E.S.P, se elaborarán boletines de prensa que se distribuirán a través de la base de datos de medios de comunicación del departamento.

Así mismo, se producirán press kits que además del boletín de prensa, incluyen material en audio y/o video, infografías y demás herramientas multimedia que complementen la información.

FRECUENCIA
N/A

META: N/A

conexión | EPC

Estrategia de

COMUNICACIÓN EXTERNA

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Conexión EPC

EPC S.A. E.S.P desarrollará la estrategia Conexión EPC, como una iniciativa de relacionamiento e interactividad con los prestadores de servicios de los 113 municipios miembros del PDA Cundinamarca.

La estrategia propende por el apoyo a la comunicación entre los prestadores y sus usuarios, brindando herramientas de asesoría, desarrollo de campañas de bien público y elaboración de piezas audiovisuales, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos institucionales del prestador, al tiempo que se generan canales para el posicionamiento de EPC S.A. ESP en el marco de PDA y su gestión social.

• OBJETIVO GENERAL •

Apoyar los mecanismos de difusión de los alcaldes, gerentes de empresas de servicios públicos y jefes de oficinas de Servicios Públicos y así fortalecer y dinamizar las comunicaciones alrededor de la prestación de servicios de agua potable, saneamiento básico y disposición final de residuos sólidos.

• OBJETIVOS ESPECÍFICOS •

- Brindar apoyo empiezas y diseños en Comunicaciones
- Articular la información EPC con los prestadores para generar presencia en municipios crecimiento en Facebook Twitter y prensa regional
- Posicionar la política pública del Plan Departamental de Aguas, Top of Mind – Top of Heart
- Fortalecer las relaciones con los enlaces de prensa municipales y en las empresas prestadoras

Esta iniciativa prioriza en especial a los prestadores de municipios de categorías 4, 5 y 6, que en ocasiones carecen de recursos humanos y materiales para adelantar estrategias de comunicación efectiva. Para su desarrollo se han establecido 3 acciones puntuales:

A. Elaboración de piezas audiovisuales

En el marco de la estrategia ConexiónEPC, se elaborarán las piezas audiovisuales requeridas por los municipios para actividades como:

- Campañas de cultura de pago, reciclaje en la fuente, ahorro y cuidado del recurso hídrico, prevención de emergencias etc.
- Diseño de folletos, facturas de cobro de servicios, flyers, volantes, impresos para vehículos compactadores etc.
- Diseño y producción de piezas audiovisuales para redes sociales, videos, animaciones, diseño de biografías y perfiles etc.

Como contraprestación al apoyo que se brinda, los prestadores deben abrir espacios en todos sus medios disponibles para dar a conocer los avances de la gestión del PDA en el departamento, priorizando la provincia y municipio con el que se establece la alianza.

B. Servicios de divulgación de buenas prácticas

EPC S.A. E.S.P a través de sus canales de comunicación, ofrecerá espacios para divulgar las buenas prácticas que realizan los prestadores en el marco de su gestión administrativa, el mejoramiento en la prestación del servicio y la promoción de iniciativas ecoamigables en sus territorios.

De la misma forma, los prestadores dispondrán de sus espacios para dar a conocer los avances del PDA Cundinamarca en sus territorios.

C. ACCIONES QUE SUMAN

EPC S.A. E.S.P desarrolla la iniciativa “Acciones que suman”, como un mecanismo que visibilice las acciones ecoamigables, especialmente de prestadores rurales y de particulares, con el ánimo de inspirar a los cundinamarqueses a abordar los temas de agua potable y saneamiento básico desde una perspectiva de responsabilidad ambiental.

Así mismo, a través de estas alianzas se crearán y desarrollarán campañas institucionales que promuevan la cultura del agua, y den a conocer las actividades concernientes al Plan de Gestión Social de Cundinamarca.

D. Capacitaciones

Se realizan capacitaciones en temas de comunicaciones y uso de tecnologías para los prestadores, de manera que se fortalecer los mecanismos de relacionamiento con las comunidades y así generar oportunidades a partir de las necesidades en términos de la gestión y de situaciones actuales de aislamiento y distanciamiento social.

EMPRESAS PÚBLICAS DE CUNDINAMARCA S.A. E.S.P.

#PrimeroEnAgua

@EPCundi | @epcundi | @EPC_SA