	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCANA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(55)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MARYURI TATIANA ARIZA PRADO
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	MARIA DEL CARMEN MORALES VILLARUEL
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE OCAÑA ESPO S.A. “E.S.P”

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

SE PARTIÓ DE UN ANÁLISIS DETENIDO CON EL PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA ESPO, BUSCANDO LA INICIATIVA ADECUADA PARA LOGRAR UNA COMUNICACIÓN MÁS DIRECTA EMPRESA – USUARIO, GENERANDO CONCIENCIA DE RESPONSABILIDAD EMPRESARIAL MEDIANTE ACCIONES QUE FAVORECIERAN A LA COMUNIDAD Y AL MEDIO AMBIENTE, PARA DE ESTA FORMA APOSTARLE AL MEJORAMIENTO DE SU IMAGEN CORPORATIVA, ABARCANDO ASPECTOS QUE LA FORTALECIESEN Y ASÍ MISMO IMPLEMENTANDO ESTRATEGIAS QUE POSICIONARAN A LA EMPRESA A NIVEL REGIONAL.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



**DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA DE
SERVICIOS PÚBLICOS DE OCAÑA ESPO S.A. “E.S.P”**

MARYURI TATIANA ARIZA PRADO

**Trabajo de grado modalidad pasantía presentado para obtener el título de Comunicadora
Social**

DIRECTORA:

MARIA DEL CARMEN MORALES VILLARRUEL

Comunicadora Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER, OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Febrero, 2018

Dedicatoria

Agradezco a Dios y a la Virgen por darme la sabiduría, el entendimiento y el discernimiento para poder culminar con éxito mi carrera profesional. A mi madre Nelly Prado por darme la vida y la fortaleza de luchar por ser una persona de bien, a mi esposo Henry Marulanda por impulsarme cada día y brindarme su apoyo incondicional a lo largo de este arduo proceso.

Resumen

El diseño e implementación de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, partió de un análisis detenido con el personal administrativo de la ESPO, buscando la iniciativa adecuada para lograr una comunicación más directa empresa – usuario, generando conciencia de responsabilidad empresarial mediante acciones enfocadas a la comunidad y al medio ambiente, para de esta forma apostarle al mejoramiento de su imagen corporativa, abarcando aspectos que la fortaleciesen y así mismo implementando estrategias que posicionaran a la empresa a nivel regional.

Así mismo, se utilizaron diferentes medios alternativos como apoyo al desarrollo de cada una de las actividades propuestas en el desarrollo de este proyecto, atendiendo de forma eficaz las peticiones, quejas y reclamos de cada uno de los usuarios, con el fin de mejorar cada día.

Palabras clave: estrategia, imagen corporativa, posicionamiento

Contenido

CAPÍTULO 1. Diseño de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”	1
1.1. Descripción de la empresa.....	1
1.1.1.Misión.	4
1.1.2. Visión.....	4
1.1.3. Objetivos de la empresa.	4
1.1.4. Descripción de la estructura organizacional de la Empresa	6
1.1.5.Descripción del proyecto.	9
1.1.6.Diagnóstico de la dependencia asignada	10
1.1.7.Planteamiento del problema.....	11
1.2. Objetivos de la pasantía.....	12
1.3. Objetivo general.	12
1.4. Objetivos específicos.....	12
1.5. Descripción de las actividades a realizar.....	13
1.6. Cronograma de actividades	14
CAPÍTULO 2. Enfoques referenciales.....	15
2.1. Enfoque conceptual.	15
2.2. Enfoque legal.....	17
2.2.1 Constitución Política de Colombia	17
2.2.2 Leyes.....	18
CAPÍTULO 3. Informe del cumplimiento del trabajo	22
3.1. Presentación de resultados	22
3.1.1 Fortalecer la identidad corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”.	22
3.1.2 Diseñar y ejecutar campañas de Responsabilidad Social Empresarial.	23

3.1.3 Socializar el impacto y los resultados de la estrategia propuesta al personal de la ESPO.	24
Capítulo 4. Diagnostico final	25
Capítulo 5. Conclusiones.....	27
Capítulo 6. Recomendaciones.....	29
BIBLIOGRAFÍA	30
APÉNDICES.....	31
Apéndice A. Página de ESPO S.A. “E.S.P”	32
Apéndice B. Cuenta de Twitter ESPO S.A. “E.S.P”	34
Apéndice C. Buzón de sugerencia ESPO S.A. “E.S.P”	35
Apéndice D. Volante Publicitario ESPO S.A. “E.S.P”	36
Apéndice E. Guión spot radial de ESPO S.A. “E.S.P.....	37
Apéndice F. Charla uso y ahorro eficiente del agua estudiantes de la Esperanza, ESPO S.A. “E.S.P”	38
Apéndice G. Apoyo semana de la discapacidad, ESPO S.A. “E.S.P”	40
Apéndice H. Apoyo a estudiantes de la UFPSO, ESPO S.A. “E.S.P”	40
Apéndice I. Barrido adicional en parques principales, ESPO S.A. “E.S.P”	41
Apéndice J. Caminata ecológica a la tupia, ESPO S.A. “E.S.P”	41
Apéndice K. Celebración día del niño, ESPO S.A. “E.S.P”	42
Apéndice L. Donación tanque a la escuela Nuestra Señora de Torcoroma, ESPO S.A. “E.S.P”	42
Apéndice M. Embellecimiento paisajístico de parques, ESPO S.A. “E.S.P”	43
Apéndice N. Entrevista medios de comunicación, ESPO S.A. “E.S.P”	43
Apéndice O. Divulgación de acciones de responsabilidad, ESPO S.A. “E.S.P”	44
Apéndice P. Socialización de resultados pasantía, ESPO S.A. “E.S.P”	45

Lista de Tablas

Tabla 1. Análisis DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”	10
Tabla 2. Actividades a realizar	13
Tabla 3. Cronograma de actividades	14

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1. Estructura organizacional de ESPO S.A. “E.S.P”. Fuente: (ESPO.S.A., 2008) 6

Capítulo 1. Diseño de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”

1.1. Descripción de la empresa

La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña, ESPO s.a. “E.S.P.”, nace del proceso de ajuste institucional llevado a cabo en la Empresa Municipal de Servicios Públicos, entidad descentralizada del orden municipal, que concluyó que lo más aconsejable para la viabilidad de la prestación de los servicios públicos, que venían realizando el Municipio de Ocaña a través de este ente público consistía en la creación de una nueva Empresa, esta vez de carácter privado; es así como el Honorable Concejo Municipal de Ocaña, mediante el Acuerdo Municipal No 29 de 1994, facultó al Alcalde Municipal de Ocaña, para que como representante legal participara en la creación de la susodicha Empresa; es de destacar que paralelo al proceso de ajuste institucional, se trabajó al tenor y en concordancia con lo reglado con la nueva ley de servicios públicos domiciliarios, que acababa de ser expedida por el Congreso Nacional y que se conoce como la Ley 142 de 1994.

De esta manera y con la participación de muchas personas naturales y jurídicas, que creyeron en el proyecto y con la anuencia del Municipio de Ocaña, como arrendador de los bienes afectados a la prestación de los servicios públicos y así mismo, como accionista de la nueva Empresa, nace ESPO S.A.”E.S.P” como Sociedad Anónima, constituida mediante Escritura Publica No 246 del 13 de Octubre de 1994, otorgada en la Notaria Segunda de Ocaña debidamente inscrita en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de Ocaña, bajo el No

613 del libro IX en la página No 40, con Matricula Mercantil No 49-004652-4 y NIT 800245344-2.

El Ejecutivo Municipal sustentando en las facultades otorgadas por el referenciado Acuerdo No 29 de 1994, suscribe con ESPO S.A., el 13 de octubre de ese mismo año, los Contratos de Arrendamiento No 05 y 06, que recaían en la infraestructura afectada a la prestación de los Servicios Públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo, con un término de duración de cinco (5) años renovables por acuerdo entre las partes.

A mediados de octubre de 1999 el Alcalde JOSE AQUILES RODRÍGUEZ (Q.E.P.D.) haciendo uso de las facultades definidas en el Acuerdo No 29 de 1994 y en los contratos en mención, suscribe con el Representante Legal de ESPO S.A. el Acta de Renovación Contractual del 16 de octubre de 1999, a través de la cual se renuevan los Contratos de Arrendamiento No 05 y 06 de 1994.

Posteriormente el 3 de mayo del 2000 el Ing. IVAN ALFREDO MANZANO, en su calidad de Alcalde Encargado de la ciudad, suscribe con el Representante Legal de la Empresa, el Acta de Renovación No 06, mediante la cual se fija la duración de estos contratos, en el término de cinco (5) años más.

ESPO S.A. “E.S.P” es una Empresa ocañera que presta los servicios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo en la ciudad de Ocaña, suministrando de una manera oportuna y garantizando la continuidad y calidad de nuestros productos y servicios a nuestros Usuarios; clasificados de la siguiente manera y según dato tomado en el año 2015:

Acueducto:	27.374
Alcantarillado:	26.335
Aseo:	27.120

ESPO S.A. es una Empresa de carácter privado, en la cual el Municipio de Ocaña es accionista con una participación accionaria del 34.19% y el resto 65.81% perteneciente a accionistas particulares, desde su creación nuestra Empresa se ha comprometido por el mejoramiento, desarrollo de la calidad de vida de nuestros clientes y la ciudad, constituyéndose en una organización bien estructurada, teniendo en cuenta nuestros principios y valores, añadiéndoles la relación que podamos encontrar entre autoridad-responsabilidad, con el fin de poder adaptarnos al cambio organizacional- empresarial que la sociedad y las políticas de gobierno nos imponga.

La Empresa ha logrado posesionarse como una de las más sobresalientes del sector; contando con un grupo de talento humano calificado, con sentido de pertenencia, de fácil adaptación al cambio y con un enorme enfoque al trabajo en equipo.

Nuestra empresa genera 17 empleos directos, que conforman el organigrama de la empresa, y se representan en el personal de nómina vinculado a través de contratos laborales, igualmente se brinda apoyo al empresario ocañero con la contratación de 16 empresas con las que se contrata nuestras actividades como recolección y transporte de residuos sólidos, y barrido de calles MANSEUR S.A.S. y SERVICIOS RECOMBADS.A.S., para el barrido, mantenimiento, ornato de los parques y zonas verdes de la ciudad REBASA S.A.S, para el manejo de operación de las plantas de tratamiento el algodón y llanito PURIFICAR OCAÑA S.A.S, para el mantenimiento, adecuación y vigilancia del relleno sanitario MANRESA S.A.S., para el análisis fisicoquímicos y bacteriológicos para el control de la calidad de agua SERVIANALITICA PROFESIONALES S.A.S, para la toma de lectura, distribución de recibos y actividades conexas TECFON S.A.S y EZUS S.A.S, para la ejecución de actividades de seguimiento a los usuarios de servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo EDSAU S.A.S., para el mantenimiento y operación de tanque y sistema

de bombeo de Buenavista y Cristo Rey y bocatoma tupia, pertenecientes a la red acueducto Municipio de Ocaña y servicios generales sede administrativa ESPO S.A. E.S.P. SERVIMOS SAMARA S.A.S y para el mantenimiento de redes Acueducto y Alcantarillado del Municipio de Ocaña están: MULTISERVICIOS Y & P S.A.S., SERVITAGUA S.A.S, SERVICIOS RRAA S.A.S., LOS FONTANEROS S.A.S., SERVIREDES OCAÑA S.A.S, Y AGUA RED OCANA S.A.S.

1.1.1 Misión.

En ESPO S.A. trabajamos con un alto sentido de responsabilidad social, eficiencia y eficacia en la prestación de los servicios públicos domiciliarios de Acueducto, Alcantarillado y Aseo, buscando satisfacer las necesidades de agua potable y saneamiento básico con calidad y continuidad; contribuyendo a mejorar el nivel de vida de la comunidad (ESPO.S.A., 2008).

1.1.2 Visión.

En el año 2030, la ESPO S.A.” E.S.P” Sera una empresa líder en Ocaña y en la provincia en la prestación de los servicios públicos domiciliarios de agua potable, saneamiento básico y complementarios, operando bajos criterios de sostenibilidad, competitividad y respeto por el medio ambiente.

1.1.3 Objetivos de la empresa.

Brindar los servicios públicos domiciliarios de acueducto, Alcantarillado y Aseo, en cumplimiento de los requisitos y normatividad aplicable a su naturaleza; promoviendo la

conservación de los recursos y el ambiente, el bienestar de la comunidad y la satisfacción de los usuarios. Labores que desempeña con el compromiso de la Alta Dirección y su personal, quienes trabajan buscando siempre el mejoramiento continuo de la Organización.

Objetivos específicos. Prestar los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo de manera oportuna y continua, en cumplimiento de los requisitos y normatividad aplicable.

Elevar el nivel de satisfacción de los usuarios.

Promover la conservación y el uso racional de los recursos naturales relacionados con la prestación de los servicios de la ESPO S.A.

Mejorar continuamente la eficacia, eficiencia y efectividad del sistema de gestión.

Fortalecer las competencias del personal con propósitos de crecimiento Organizacional.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional de la Empresa

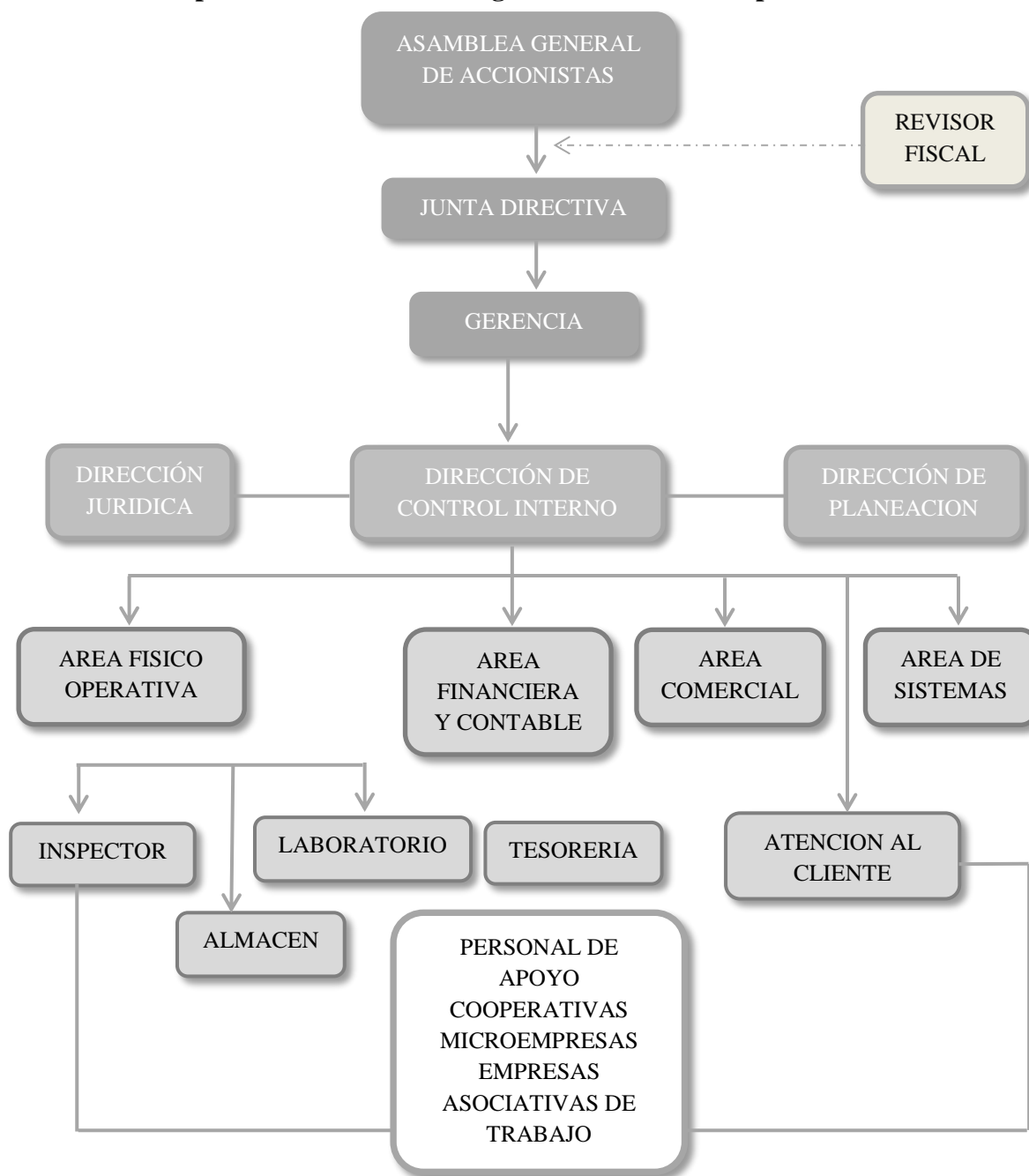


Ilustración 1. Estructura organizacional de ESPO S.A. "E.S.P". Fuente: (ESPO.S.A., 2008)

Asamblea General De Accionistas. La constituyen un número plural de accionistas inscritos en el libro de “registro de accionistas” o de sus representantes o mandatarios. Convocados y reunidos en las condiciones que señalan los estatutos.

Junta Directiva. La junta directiva estará formada por cinco (5) miembros principales quienes tendrán cada uno un suplente personal. La representación de las acciones de propiedad del municipio de Ocaña la ejercerá el Alcalde Municipal o su delegado, quien además será el presidente de la junta directiva y la elección de los otros cuatro (4) miembros se hará en forma que exista representación directamente proporcional de la propiedad accionaría en su composición.

Gerencia. Es el representante legal y como tal debe encargarse de materializar las acciones necesarias para el cumplimiento del objeto social de la Empresa. De igual forma debe ejecutar las directrices que la Junta Directiva trace en relación con las políticas y metas empresariales, lo mismo que dirigir, coordinar, vigilar y controlar al personal de la empresa y la ejecución de las funciones o programas de esta.

Revisor Fiscal. Deberá ser Contador Público, designado por la asamblea general de accionistas, para un periodo de dos (2) años y su función principal es la de cerciorarse de las operaciones que se celebren o cumplan por cuenta de la Empresa se ajusten a las prescripciones de los estatutos a las decisiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva.

Dirección Jurídica. Presta la asesoría legal y jurídica que la empresa y sus empleados requieran previo poder otorgado por la gerencia, además se encarga de la gestión de recurso humano de la Empresa.

Dirección De Control Interno. Implementa y evalúa el sistema de control interno de la empresa como parte integral para el cumplimiento de los fines sociales creando los instrumentos precisos para medir la efectividad de la Empresa y de sus funcionarios.

Dirección De Planeación. Recolecta y prepara toda la información necesaria para la elaboración y puesta en funcionamiento de los planes y políticas gerenciales y empresariales que sirvan de sustento al cumplimiento del objeto social.

Área Físico-Operativa. Planea, organiza, coordina y controla las labores de mantenimiento de la infraestructura física de Acueducto, Alcantarillado y Aseo y las tareas realizadas por los encargados contratados para tal fin.

Inspectores: Revisan, inspeccionan, evalúan y entregan informes de todos los trabajos hechos por los contratistas de la parte operativa, en los sistema de acueducto y alcantarillado, plantas de tratamiento y el sistema de Aseo, al área Físico Operativa.

Almacén: Debe establecer un sistema ordenado y seguro de almacenamiento y entrega de todos los elementos y materiales que pertenezcan a la empresa o se vayan adquirir.

Laboratorio: Se encarga de efectuar el análisis físico-químicos y bacteriológicos para el correcto control de calidad del agua suministrada por la Empresa.

Área Financiera Y Contable. Se encarga de manejar el sistema financiero de la empresa y realiza las proyecciones económicas y financieras que ella requiera.

Área Comercial. Establece las políticas y las actividades comerciales indispensables para brindar un servicio oportuno, confiable y eficiente a los usuarios del servicio, de manera que le asegure a la empresa la recuperación de ingresos necesarios para su expansión y crecimiento.

Atención Al Cliente: Se encarga de la atención al público en general lo mismo que la recepción y tramite de las quejas, reclamos y peticiones que los usuarios presenten.

Área De Sistemas. Es el responsable de la operación, mantenimiento y actualización de todo lo atinente a los sistemas de computación de la empresa, así como de prestar la asesoría técnica que se requiera.

Tesorería. Ejecuta las acciones tendientes a materializar la seguridad de los recaudos de dinero y de la protección de los títulos valores, así como realizar los pagos que se requieran.

Secretaría. Recibe, revisa, radica, clasifica, distribuye y controla documentos, como también hace labores de recepción y atención al público y de llamadas telefónicas.

Conductor, Mensajero Y Operador De Válvulas. Conduce los vehículos de propiedad de la empresa, transporta a los funcionarios de la empresa cuando lo requieran, transporta los materiales adquiridos y entrega la correspondencia. (ESPO.S.A., 2008).

1.1.5 Descripción del proyecto.

La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P” es netamente ocañera, con un gran reconocimiento como la principal empresa dedicada a prestar el servicio de acueducto, alcantarillado y aseo en toda la ciudad de Ocaña.

A lo largo de la historia de la ESPO, se ha comprometido con toda la comunidad en la prestación de un servicio continuo y de calidad, es por eso y con el fin de proporcionar a los usuarios una información veraz y actualizada, que se ejecutarán actividades que ayuden a divulgar las diferentes novedades relacionadas con la empresa.

A pesar de ser una empresa con gran reconocimiento y trayectoria, gran parte de los usuarios desconocen la calidad de los servicios que la empresa ofrece y las obras de responsabilidad social que se generan dentro de la misma.

De acuerdo con lo antes mencionado, surge la necesidad de fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P, mediante el diseño de estrategias comunicativas que aporten al cumplimiento de los objetivos y actividades previamente establecidos.

1.1.6 Diagnóstico de la dependencia asignada

Tabla 1. Análisis DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
Función de comunicación no está bien definida dentro de la empresa	Creación de políticas de comunicación interna y externa.	Existen medios de comunicación interna como carteleras, cartas y memorandos.	Pérdida de credibilidad.
Falta de un buzón de sugerencias.	Utilización de redes sociales como medio de comunicación y divulgación de información.	Acceso a internet y a un correo corporativo.	Deterioro de la imagen corporativa.
Desuso de página web	Interés por el mejoramiento continuo	Eficiencia en la toma de decisiones y en la recepción de atención al usuario.	Constantes demandas y exigencias de los usuarios quienes requieren respuestas veraces e inmediatas por parte de la empresa.
No existe un reglamento de imagen corporativa.	Creación de la oficina de comunicaciones.	Recurso humano con conocimientos y/o experiencia en el campo laboral	Desconocimiento de la comunidad frente al desarrollo de las actividades de la empresa.

Fuente: Autor

Nota: La tabla 1 muestra los análisis DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”. Fuente: Pasante

1.1.7 Planteamiento del problema.

La empresa de servicios públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P” se caracteriza por prestar los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo, contribuyendo al mejoramiento continuo de la calidad de vida de sus usuarios, siendo la satisfacción de los clientes la variable más importante para la empresa. Por ello es de vital importancia diseñar una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de imagen corporativa de la Empresa.

Según Joan Costa (2004), la Imagen Corporativa va más allá de un simple logotipo o membrete. Lo que indica que la imagen corporativa es una expresión más concreta y visual de la identidad de la empresa. Por lo cual en un mercado tan competitivo y cambiante como el que hoy día se presenta, la imagen de una empresa es lo que hace la diferencia y ayuda a tener un mejor posicionamiento.

Desde el año de 1994 cuando nace la ESPO, se ha pretendido mantener una buena imagen ante la comunidad ocañera, en base a la prestación de un buen servicio, logrando así reconocimiento a nivel regional, sin embargo, no ha contado con las estrategias necesarias ni con el personal idóneo para el diseño de las mismas, por lo que se hace necesario diseñar una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de imagen corporativa con el fin de mejorar la imagen y credibilidad.

Actualmente la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, no cuenta con un proyecto en cuanto al fortalecimiento de la imagen corporativa; es por esto y teniendo en cuenta el análisis realizado, que se hace necesario contar con este tipo de estrategias enfocadas a fortalecer la imagen corporativa y finalmente es fundamental realizar un seguimiento y verificación a dicho proceso comunicacional para constatar si el objetivo se cumple, igualmente

evidenciar la acogida a dichas estrategias y la efectividad obtenida luego de la implementación, mediante una socialización de los resultados ante el personal administrativo de la empresa.

1.2.Objetivos de la pasantía

La pasantía tiene como objetivo lograr un mejor posicionamiento de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, así mismo generar confianza en cada uno de sus usuarios mediante el fortalecimiento de la imagen corporativa.

1.3.Objetivo general.

Diseñar una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”.

1.4.Objetivos específicos

Fortalecer la identidad corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”.

Diseñar y ejecutar campañas de Responsabilidad Social Empresarial.

Socializar el impacto y los resultados de la estrategia propuesta al personal administrativo de la ESPO.

1.5.Descripción de las actividades a realizar

Tabla 2. Actividades a realizar

Objetivo	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Diseñar una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P"	Fortalecer la identidad corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P".	<ol style="list-style-type: none"> 1. Administrar y actualizar redes sociales. 2. Implementar buzón de sugerencias en las instalaciones de la empresa. 3. Producir material POP (Point of Purchase o punto de compra) que ayude al fortalecimiento de la imagen corporativa.
	Diseñar y ejecutar campañas de Responsabilidad Social Empresarial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar propuestas para las campañas de RSE. 2. Diseñar y socializar spot radiales de RSE 3. Divulgar estratégica y periódicamente material gráfico y las pautas audiovisuales de RSE en los diferentes medios de comunicación.
	Socializar el impacto y los resultados de la estrategia propuesta al personal de la ESPO.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar mensualmente una reunión con el personal administrativo de la empresa para socializar alcances, logros y dificultades. 2. Socializar resultados del plan de trabajo.

Fuente: Autor

Nota: La tabla 2 muestra las actividades que se llevaran a cabo durante la realización del plan de trabajo.

1.6. Cronograma de actividades

Tabla 3. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A REALIZAR DURANTE EL DESARROLLO DE LA PASANTIA	MESES OCTUBRE SEMANAS				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Administrar y actualizar redes sociales.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Implementar buzón de sugerencias en las instalaciones de la empresa.				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Diseñar y socializar spot radiales de RSE.		■			■				■				■			
Divulgar estratégica y periódicamente material gráfico y las pautas audiovisuales de RSE en los diferentes medios de comunicación				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Realizar mensualmente una reunión con el personal administrativo de la empresa para socializar alcances, logros y dificultades				■				■				■				■
Socializar resultados del plan de trabajo																■

Fuente: Autor

Nota: La tabla 3 muestra las fechas establecidas para llevar a cabalidad el plan de trabajo.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1. Enfoque conceptual.

Para el desarrollo del presente proyecto que busca fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P” mediante la implementación de una estrategia comunicativa, es importante conocer los conceptos y contenidos que fueron utilizados en la puesta en marcha del proyecto.

Imagen corporativa: Es considerada como la forma en que se percibe una compañía, organización, empresa o institución.

Según Chaves (2006), La imagen corporativa y/o imagen institucional aparece como el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social. Equivale a la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o construye de modo intencional o espontáneo. Para definir la imagen corporativa nos quedamos con la acepción que le atribuye el carácter de una representación colectiva de un discurso imaginario.

Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación es una serie de acciones programadas y planificadas que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos. La estrategia lleva un principio de orden, de selección, de intervención sobre una situación establecida (Viera, 2003).

Identidad corporativa: “La identidad corporativa es un instrumento fundamental de la estrategia de empresa, de su competitividad. Y la elaboración y la gestión de este instrumento

operativo no es solamente cuestión de diseño, sino que constituye un ejercicio esencialmente pluridisciplinar” (Chaves, 2006).

Marca: “Es la personalidad o identidad de un producto, gama de productos o de una organización, derivada de la percepción del consumidor respecto a los atributos” (Chaves, 2006).

Redes sociales: “las redes sociales son los nuevos espacios virtuales en los que nos relacionamos y en los que construimos nuestra identidad” (Orihuela, 2008) .

Una red social no es más que una serie de nodos o puntos unidos entre sí (red) siendo estos nodos individuos (social). Estas redes sociales existen obviamente sin que Internet participe en ellas; sin embargo, Internet da visibilidad a los componentes de mi red social sobre el resto de nodos en la red, aumentando el grado de comunicación entre los nodos de forma espectacular (Fernández, 2009).

Spot radial o publicitario: El spot es el formato más usual de la publicidad en el medio radio desde hace años. Según Miguel Ángel Ortiz y Jesús Marchamalo (1994), el spot es un “Anuncio de corta duración -en general no más de 60 segundos que se emite a lo largo de la programación y es totalmente autónomo, en contenido y estética, respecto a los programas en los que se inserta”.

Responsabilidad social empresarial: Es un compromiso social con el medio que rodea a la empresa; la teoría dice que son esos compromisos legales o éticos por el impacto que la empresa ha dado en el mundo; en la práctica son las cosas buenas que se pueden hacer por la sociedad para resarcir el daño que pueda ocasionar nuestro negocio. Las compañías tienen un rol económico esencial en el mundo escaso de valores, las empresas tienen la oportunidad de hacer su parte en la búsqueda de valores, de convertirse en empresas responsables socialmente (Duarte, 2017).

Posicionamiento: A la hora de plasmar el concepto de Posicionamiento, la definición más extendida es la de que Posicionamiento es el lugar que ocupa nuestra marca en la mente del consumidor. Aun siendo un definición bastante ajustada y sencilla, el Posicionamiento tiene un factor que no aparece en esta definición, cual es la competencia. Y tampoco queda muy claro que queremos decir con la palabra lugar (Fajardo, 2008).

2.2.Enfoque legal

En lo relacionado al marco legal este proyecto está amparado en la Constitución de Colombia y en leyes promulgadas por el Congreso de la República de Colombia.

2.2.1 Constitución Política de Colombia

La Constitución Política de Colombia reza lo siguiente:

Artículo 57. “La ley podrá establecer los estímulos y los medios para que los trabajadores participen en la gestión de las empresas” (Congreso Nacional de la República de Colombia, 2015).

Artículo 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado.

Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios (Congreso Nacional de la República de Colombia, 2015).

Artículo 370. “Corresponde al Presidente de la Republica señalar con sujeción a la ley, las políticas generales de administración y control de eficiencia de los servicios públicos

domiciliarios y ejercer por medio de la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, el control, la inspección y vigilancia de las entidades que los presten” (Congreso Nacional de la República de Colombia, 2015).

2.2.2 Leyes

Ley 142 de 1994: establece lo siguiente:

Artículo 1°. Ámbito de aplicación de la ley. Esta Ley se aplica a los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado, aseo, energía eléctrica, distribución de gas combustible, telefonía fija pública básica conmutada y la telefonía local móvil en el sector rural; a las actividades que realicen las personas prestadoras de servicios públicos de que trata el artículo 15 de la presente Ley, y a las actividades complementarias definidas en el Capítulo II del presente título y a los otros servicios previstos en normas especiales de esta Ley.

Artículo 2°. Intervención del Estado en los servicios públicos. El Estado intervendrá en los servicios públicos, conforme a las reglas de competencia de que trata esta Ley, en el marco de lo dispuesto en los artículos 334, 336, y 365 a 370 de la Constitución Política, para los siguientes fines:

2.1. Garantizar la calidad del bien objeto del servicio público y su disposición final para asegurar el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios.

2.2. Ampliación permanente de la cobertura mediante sistemas que compensen la insuficiencia de la capacidad de pago de los usuarios.

2.3. Atención prioritaria de las necesidades básicas insatisfechas en materia de agua potable y saneamiento básico.

2.4. Prestación continua e ininterrumpida, sin excepción alguna, salvo cuando existan razones de fuerza mayor o caso fortuito o de orden técnico o económico que así lo exijan.

2.5. Prestación eficiente.

2.6. Libertad de competencia y no utilización abusiva de la posición dominante.

2.7. Obtención de economías de escala comprobables.

2.8. Mecanismos que garanticen a los usuarios el acceso a los servicios y su participación en la gestión y fiscalización de su prestación.

2.9. Establecer un régimen tarifario proporcional para los sectores de bajos ingresos de acuerdo con los preceptos de equidad y solidaridad.

Artículo 3°. “Instrumentos de la intervención estatal. Constituyen instrumentos para la intervención estatal en los servicios públicos todas las atribuciones y funciones asignadas a las entidades, autoridades y organismos de que trata esta Ley, especialmente las relativas a las siguientes materias:

3.1 Promoción y apoyo a personas que presten los servicios públicos.

3.2 Gestión y obtención de recursos para la prestación de servicios.

3.3 Regulación de la prestación de los servicios públicos teniendo en cuenta las características de cada región; fijación de metas de eficiencia, cobertura y calidad, evaluación de las mismas, y definición del régimen tarifario.

3.4 Control y vigilancia de la observancia de las normas y de los planes y programas sobre la materia.

3.5. Organización de sistemas de información, capacitación y asistencia técnica.

3.6. Protección de los recursos naturales.

3.7. Otorgamiento de subsidios a las personas de menores ingresos.

3.8. Estímulo a la inversión de los particulares en los servicios públicos.

3.9. Respeto del principio de neutralidad, a fin de asegurar que no exista ninguna práctica discriminatoria en la prestación de los servicios.

Todas las decisiones de las autoridades en materia de servicios públicos deben fundarse en los motivos que determina esta Ley; y los motivos que invoquen deben ser comprobables.

Todos los prestadores quedarán sujetos, en lo que no sea incompatible con la Constitución o con la ley, a todo lo que esta Ley dispone para las empresas y sus administradores y, en especial, a las regulaciones de las comisiones, al control, inspección y vigilancia de la Superintendencia de Servicios Públicos, y a las contribuciones para aquéllas y ésta.”

Artículo 9º. Derecho de los usuarios. Los usuarios de los servicios públicos tienen derecho, además de los consagrados en el Estatuto Nacional del Usuario y demás normas que consagren derechos a su favor, siempre que no contradigan esta ley, a:

9.1. Obtener de las empresas la medición de sus consumos reales mediante instrumentos tecnológicos apropiados, dentro de plazos y términos que para los efectos fije la comisión reguladora, con atención a la capacidad técnica y financiera de las empresas o las categorías de los municipios establecida por la ley.

9.2. La libre elección del prestador del servicio y del proveedor de los bienes necesarios para su obtención utilización.

9.3. Obtener los bienes y servicios ofrecidos en calidad o cantidad superior a las proporcionadas de manera masiva, siempre que ello no perjudique a terceros y que el usuario asuma los costos correspondientes.

9.4. Solicitar y obtener información completa, precisa y oportuna, sobre todas las actividades y operaciones directas o indirectas que se realicen para la prestación de los servicios

públicos, siempre y cuando no se trate de información calificada como secreta o reservada por la ley y se cumplan los requisitos y condiciones que señale la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios (Congreso de Colombia, 1994).

Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo

3.1. Presentación de resultados

3.1.1 Fortalecer la identidad corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”.

Para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, inicialmente se administraron y actualizaron las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter e Instagram) de la empresa donde se logró informar a los usuarios de los sucesos y novedades de mayor relevancia para la comunidad a través de la publicación de boletines informativos, suspensiones del servicio, obras ejecutadas y demás contenidos de interés.

Mediante la implementación de esta estrategia se logró constatar la aceptación de las mismas, evidenciada en la recepción obtenida por parte de los usuarios a través de las redes sociales, donde se brindó información verídica y puntual de las novedades más relevantes, así mismo se logró establecer una comunicación más directa entre el usuario y la empresa mediante mensajería instantánea, logrando atender las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias con inmediatez. (Ver Apéndice A)

Así mismo se implementó el buzón de sugerencias en oficina de atención al cliente de la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P” con el propósito de que los usuarios manifiesten sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencia, utilizándolo como un canal de comunicación que ayude al mejoramiento continuo del servicio de la empresa, realizando revisión y atención semanal de los buzones depositados. (Ver Apéndice C)

Con el fin de dar cumplimiento al primer objetivo específico del proyecto, se realizó la producción de material POP (*Point of Purchase* o punto de compra) para impulsar el fortalecimiento de la imagen corporativa, el cual fue publicado en las redes sociales de la empresa y adicionalmente anexado a la factura de los usuarios. (Ver Apéndice D)

3.1.2 Diseñar y ejecutar campañas de Responsabilidad Social Empresarial.

Con el fin de dar cumplimiento al segundo objetivo específico se socializó con los administrativos las propuestas de responsabilidad social empresarial planteadas, las cuales se enfocan en la sensibilización y contribución al cuidado del medio ambiente y de las fuentes hídricas, mediante spots radiales en los que el eje central es la preservación del ambiente. (Ver Apéndice E)

Adicionalmente, se desarrollaron campañas educativas en las cuales se brindó charlas sobre el uso y ahorro eficiente del agua y el manejo adecuado de los residuos sólidos a estudiantes de algunas Instituciones Educativas y comunidad en general del sector Norte de la ciudad. (Ver Apéndice F)

Así mismo se tomó la iniciativa de generar obras que apuntaran a la contribución social con la comunidad, realizando donaciones a personas necesitadas, embelleciendo paisajísticamente los parques y malecones, apoyando el deporte, la cultura y la educación. (Ver Apéndices G -N).

Por último se realizó un plan de medios, en el que se divulgó estratégicamente un nuevo contenido publicitario e informativo, buscando el fortalecimiento de la imagen corporativa,

mediante la producción de nuevas pautas radiales y notas televisivas con enfoques de interés para la comunidad basado en la responsabilidad social de la empresa. (Ver Apéndice O)

3.1.3 Socializar el impacto y los resultados de la estrategia propuesta al personal de la ESPO.

Así mismo se desarrolló el último objetivo específico con el fin de dar cumplimiento al plan de trabajo, para el cual se desarrollaron mensualmente reuniones con el personal administrativo de la empresa, donde se socializó los alcances, logros y dificultades presentadas a lo largo del diseño e implementación del trabajo propuesto, estableciendo nuevas metas, actividades y aprobando nuevas propuestas. Por medio de las reuniones realizadas se logró mostrar la importancia del área de comunicaciones e integrar a todos los administrativos en pro de fortalecer la imagen corporativa de la ESPO. (Ver Apéndice P)

Adicionalmente, al culminar el periodo para el cual estaba estipulado el desarrollo de las actividades del plan de trabajo, se realizó una última reunión donde se socializó los resultados obtenidos con la ejecución del proyecto.

Capítulo 4. Diagnostico final

La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P” por medio del diseño e implementación de la estrategia y el desarrollo de las actividades que esta conllevó, ha logrado fortalecer su imagen corporativa, obteniendo favorablemente excelentes resultado en cuanto a la percepción de sus usuarios y un mejor posicionamiento como empresa prestadora del servicio de acueducto, alcantarillado y aseo de la ciudad de Ocaña.

Así mismo se ha logrado que el personal administrativo de la empresa adquiriera el conocimiento suficiente sobre la importancia de la implementación de redes sociales, teniendo como base la importancia que estas tienen actualmente, de igual forma se logró resaltar el impacto que poseen los medios alternativos los cuales ofrecen un espacio a los usuarios y una forma directa de comunicación (empresa – usuario), donde se pueden manifestar las diversas peticiones, quejas y sugerencias. Por otra parte se obtuvo una buena acogida a las diferentes acciones de responsabilidad social, donde se sensibilizó sobre el gran valor que poseen las empresas socialmente responsables que involucran el medio ambiente y la comunidad; lo anterior se deduce del análisis de los resultados de la estrategia implementada y las actividades que se plantearon en el desarrollo del proyecto.

Como pasante del programa de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, en la Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”, se logró constituir una serie de iniciativas que aportaron al cumplimiento del objetivo principal del plan de trabajo previamente establecido, el cual se enfocó en la búsqueda del fortalecimiento de la imagen corporativa de la ESPO. De igual forma se logró demostrar la importancia que tiene el área de comunicaciones en la empresa como herramienta estratégica fundamental, la cual

les ofrece, entre otras cosas, los recursos necesarios para proyectar una buena imagen a los usuarios, proveedores y colaboradores, aportando credibilidad y positivismo. Lo anterior dio como resultado la constitución de dicha área en la ESPO.

Capítulo 5. Conclusiones

En el desarrollo del plan de trabajo anteriormente establecido cuyo propósito es el diseño e implementación de una estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de OCAÑA ESPO S.A. “E.S.P” se establecieron tres objetivos específicos delimitados con el fin de lograr el objetivo principal.

Como estrategia se implementó el fortalecimiento de la identidad corporativa de la Empresa de Servicios Públicos de OCAÑA ESPO S.A. “E.S.P”. De esta forma se logró orientar el desarrollo de las estrategias en busca de prever los beneficios que proporcionen el impulso al mejoramiento de la identidad corporativa de la empresa, generando una mejor expectativa por parte de los usuarios. Es por ello que se hace necesario que la ESPO continúe apostándole al fortalecimiento de su imagen corporativa y reconocimiento de la marca, con el fin de lograr el posicionamiento y la credibilidad esperada.

En base a lo anterior se logró identificar el rol que las redes sociales juegan a la hora de llegar a los usuarios en de forma oportuna, divulgando la información de una forma responsable, puntual y verídica.

Así mismo y con el fin de permanecer en un mejoramiento continuo en cuanto a la atención al usuario y en la prestación de los servicios, se hace imprescindible revisar, analizar y atender las peticiones, quejas, reclamos y sugerencias depositadas en el buzón por parte de los usuarios, para de este modo detectar las fallas y visualizar posibles cambios y mejoras en pro de satisfacer las necesidades e inconformidades de los usuarios de la ESPO.

Para dar cumplimiento al desarrollo del primer objetivo e impulsar el fortalecimiento de la imagen corporativa, es de vital importancia la continuidad en la producción e implementación de material POP.

De la misma manera dentro de la implementación estratégica de los objetivos se diseñó y llevo a cabo acciones de Responsabilidad Social Empresarial enfocadas en la sensibilización y contribución al cuidado del medio ambiente y de las fuentes hídricas, mediante spots radiales en los que el eje central fue la preservación del ambiente, apoyadas con campañas educativas en las cuales se brindó charlas sobre el uso y ahorro eficiente del agua y el manejo adecuado de los residuos sólidos. Estas campañas contribuyeron no solo a la comunidad sino también al personal de la empresa ya que se pudo demostrar la importancia que tiene ser una empresa socialmente responsable.

Finalmente, con el fin de dar cumplimiento al objetivo general se socializó los alcances, logros y dificultades presentadas a lo largo del diseño e implementación del trabajo propuesto, estableciendo nuevas metas, actividades y aprobando nuevas propuestas, logrando demostrar la importancia del área de comunicaciones e integrar a todos los administrativos en pro de fortalecer la imagen corporativa de la ESPO.

Capítulo 6. Recomendaciones

Teniendo en cuenta la importancia, alcance e inmediatez que tiene las redes sociales hoy día, se recomienda la continuidad del uso de las redes institucionales, donde se cuente con el apoyo de una persona con el perfil idóneo para continuar dándole cumplimiento a esta estrategia.

Así mismo, y con el logro de la constitución del área de comunicaciones es necesario adquirir más herramientas de trabajo tales como cámaras, grabadoras, micrófonos, computador con una buena capacidad y finalmente programas de edición y video, que sirvan de apoyo a la realización de las actividades comunicativas.

Por otra parte es importante continuar generando acciones de responsabilidad social empresarial donde se involucre a toda la comunidad y el medio ambiente.

Bibliografía

- Chaves, N. (2006). *Arnau Gifreu*. Obtenido de Imagen Corporativa:
http://www.agifreu.com/docencia/imagen_corporativa.pdf
- Congreso de Colombia. (11 de Julio de 1994). *Ley 142 "régimen de los servicios públicos domiciliarios"* .
Obtenido de Secretaria Juridica Distrital:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=2752>
- Congreso Nacional de la República de Colombia. (2015). *Constitución Política de Colombia*. Bogota D.C:
Imprenta Nacional .
- Constitución. (2010). *Título XII del régimen económico y de la hacienda pública, capítulo 5, de la finalidad del estado y de los servicios públicos*. Bogota: Legis Editores S. A.
- Costa, J. (2004). *Identidad Grafica Corporativa*. Obtenido de Imagen Corporativa:
<http://idengrafcorp.blogspot.com.co/2012/08/definicion-joan-costa.html>
- Duarte, C. (22 de Septiembre de 2017). *Gerencie.com*. Obtenido de Responsabilidad Social Empresarial:
<https://www.gerencie.com/responsabilidad-social-empresarial-rse.html>.
- ESPO.S.A. (2008). *Manual de inducción Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P"*. Ocaña.
- Fajardo, O. (5 de Enero de 2008). *Friendly Business* . Obtenido de El concepto de Posicionamiento en las empresas y estrategias para su desarrollo: , <https://fbusiness.wordpress.com/2008/01/05/el-concepto-de-posicionamiento-en-las-empresas-y-estrategias-para-su-desarrollo/>
- Fernández, S. (2009). *Telos Telefonica Fundación*. Obtenido de Redes: Fenomeno Pasajero o Reflejo del Nuevo Internauta:
<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=11&rev=76.htm>.
- Orihuela, J. L. (14 de Octubre de 2008). *eCuaderno.com*. Obtenido de La hora de las redes sociales:
<https://www.ecuaderno.com/2008/10/14/la-hora-de-las-redes-sociales/>
- Ortiz, M. A., & Marchamalo, J. (1994). *Técnicas de la Comunicación en Radio*. Barcelona: Peidós Papeles de Comunicación 5.
- Viera, L. (2003). Obtenido de Plan de Comunicación Estrategica para Web Site PSICOM:
<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19122/Capitulo4.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Página de ESPO S.A. “E.S.P”

Apéndice A1. Publicación de obras página de ESPO S.A. “E.S.P”

Ocaña 7 Días

Señal CONTACTO Ocaña Siete Días

John Leonardo Polaco Arenas Jacome

Alejandra Duran

Mania C Morales Villarruel 5 publicaciones nuevas

Geisel Patricia Florez Ovalle

Josimar Cotes Garcia

Yelineth Tarazona Bayona

Laura Jaime Criado

Ray Carlos Ramirez Rincon

Mira lo que tienes en común con los amigos de Espo. Ver

Álbumes destacados

Español · English (US) · Português (Brasil) · Français (France) · Deutsch

Privacidad · Condiciones · Publicidad

Esopo SA agregó 4 fotos nuevas — con Mao Doncel Duran y 3 personas más.
22 de noviembre a las 16:03

En consecuencia al estado actual de la red principal de alcantarillado sanitario del Barrio El Bosque, La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A "E.S.P" adelanta el traslado de dicha red sobre la vía principal en tubería de PVC en pro de mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector y mitigar posibles problemas futuros.

ESPO S.A. "E.S.P" REALIZA TRASLADO DE TUBERÍA BARRIO EL BOSQUE

Fuente: Pasante

Apéndice A2. Publicación de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) página de ESPO S.A. “E.S.P”

Se unió: diciembre de 2016

espo.sa · espo.com.co

Fotos

Esopo SA agregó 5 fotos nuevas — con Humberto Figueroa Andrade y 3 personas más.
8 de noviembre a las 15:34

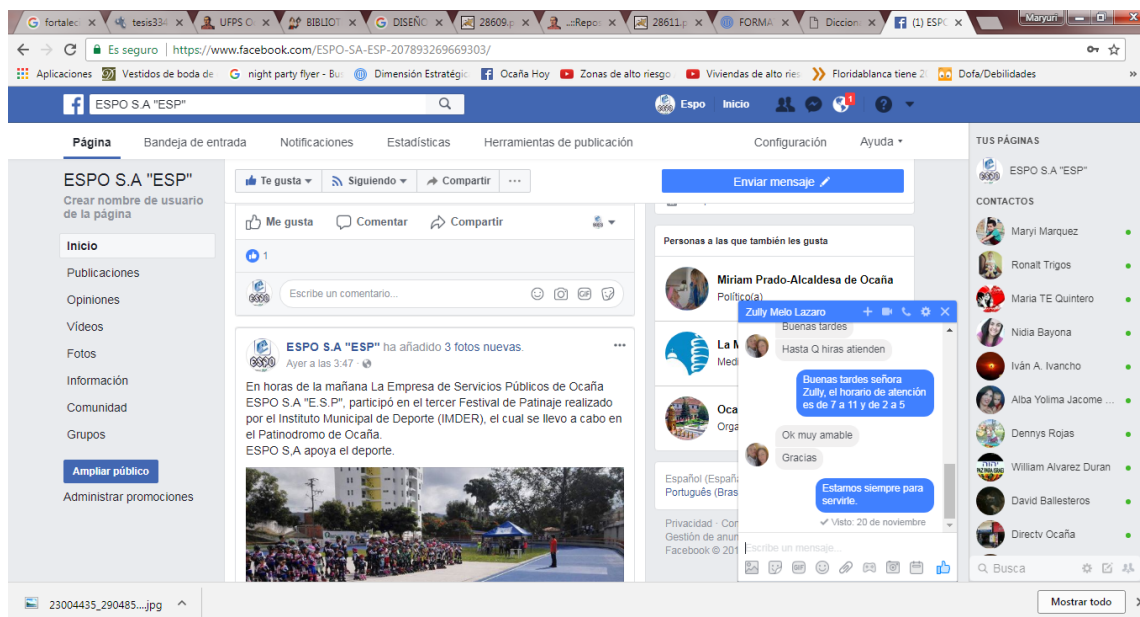
La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P" a cargo del señor Gerente Gabriel Ángel Álvarez Duarte, realiza limpieza de la ciudad, con la ayuda de los operarios del barrio. Estos barrios adicionales se implementaron en el sector del Dorado y La zona céntrica de la ciudad.
ESPO S.A. Comprometido con la limpieza de Ocaña.

ESPO S.A. "E.S.P" REALIZA LIMPIEZA DE LA CIUDAD BARRIO EL DORADO

Chat (166)

Fuente: Pasante

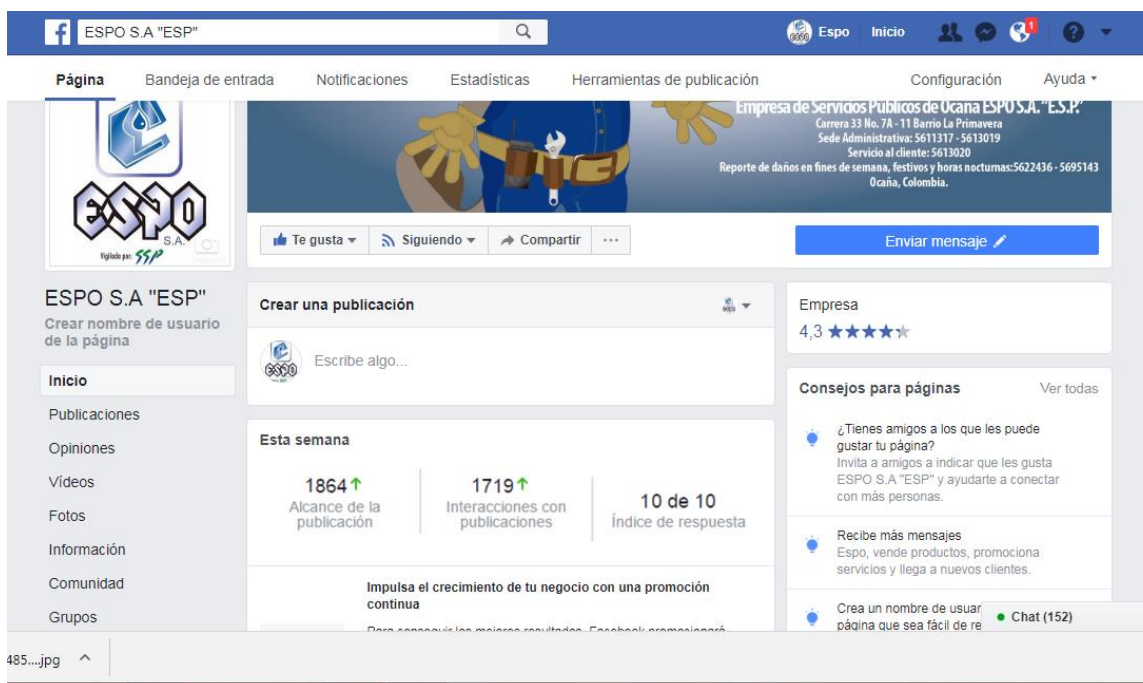
Apéndice A3. Mensajería instantánea página de Facebook



The screenshot shows a Facebook page for 'ESPO S.A. "ESP"'. The page has a blue header with the company name and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for 'Página', 'Bandeja de entrada', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a post from 'ESPO S.A. "ESP"' with the text: 'En horas de la mañana La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P.", participó en el tercer Festival de Patinaje realizado por el Instituto Municipal de Deporte (IMDER), el cual se llevo a cabo en el Patinodromo de Ocaña. ESPO S.A. apoya el deporte.' Below the text is a photo of a group of people at a skating event. To the right, there is a chat window with messages from 'Zully Melo Lazaro' and 'Español (Español)'. The chat messages include: 'Buenas tardes', 'Hasta Q hiras atienden', 'Buenas tardes señora Zully, el horario de atención es de 7 a 11 y de 2 a 5', 'Ok muy amable', 'Gracias', and 'Estamos siempre para servirte.' The right sidebar shows 'TUS PÁGINAS' with 'ESPO S.A. "ESP"' listed, and 'CONTACTOS' with several names and profile pictures.

Fuente: Pasante

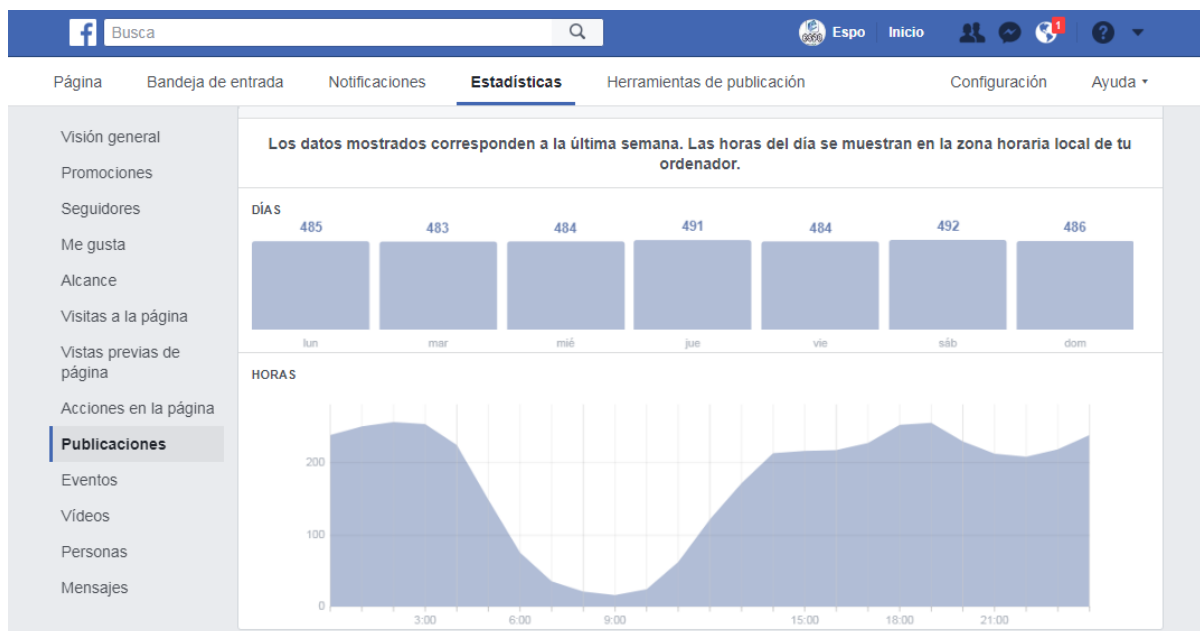
Apéndice A4. Fan page ESPO S.A. "E.S.P"



The screenshot shows the Facebook fan page for 'ESPO S.A. "ESP"'. The page has a blue header with the company name and a search bar. Below the header, there are navigation tabs for 'Página', 'Bandeja de entrada', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. The main content area features a cover photo of a person wearing a blue uniform and a yellow hat, with the text: 'Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. "E.S.P." Carrera 33 No. 7A - 11 Barrio La Primavera Sede Administrativa: 5611317 - 5613019 Servicio al cliente: 5613020 Reporte de daños en fines de semana, festivos y horas nocturnas: 5627436 - 5695143 Ocaña, Colombia.' Below the cover photo, there is a 'Crear una publicación' section with a text input field. To the right, there is a 'Empresa' section with a rating of 4.3 stars. Below that, there is a 'Consejos para páginas' section with three tips: '¿Tienes amigos a los que les puede gustar tu página?', 'Recibe más mensajes', and 'Crea un nombre de usuario para tu página que sea fácil de recordar'. The left sidebar shows the company name and a list of navigation options: 'Inicio', 'Publicaciones', 'Opiniones', 'Vídeos', 'Fotos', 'Información', 'Comunidad', and 'Grupos'. At the bottom, there is a section for 'Esta semana' with statistics: '1864 Alcance de la publicación', '1719 Interacciones con publicaciones', and '10 de 10 Índice de respuesta'.

Fuente: Pasante

Fuente: A5. Estadísticas Fan page ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice B. Cuenta de Twitter ESPO S.A. “E.S.P”

Inicio Momentos Notificaciones Mensajes

Buscar en Twitter

ESPO S.A.
 Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”
 Carrera 33 No. 7A - 11 Barrio La Primavera
 Sede Administrativa: 5511317 - 5512010

Tweets 375 Siguiendo 172 Seguidores 258 Me gusta 171 Listas 0 Momentos 1

ESPO
 @EspoOcana
 ESPO S.A. E.S.P. presta los servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado y aseo a la

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

ESPO @EspoOcana · 26 nov.
 La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A “E.S.P”, participó en la celebración del día Nacional del comunal a partir de las 10: 00 de la mañana, esto con el fin de que las asociaciones de juntas disfrutaran de un gran evento. ESPO S.A apoya la comunidad.

Tu actividad de Tweets
 Tus Tweets consiguieron **1.732 impresiones** durante los últimos **28 días**
[Mira tus Tweets destacados](#)


Fuente: Pasante

Apéndice C. Buzón de sugerencia ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice C1. Formato de sugerencia ESPO S.A. “E.S.P”

	GESTIÓN COMERCIAL	GC.AC.F11	
	ATENCIÓN AL CLIENTE	VERSIÓN 1	FECHA 07 de Septiembre de 2017
SUGERENCIAS Y/O COMENTARIOS		Página 1 de 1	

FECHA: _____
 HORA: _____
 Con el fin de brindar un mejor servicio y atención a nuestros usuarios se pone a su disposición el siguiente formato para poder atender y solucionar cualquier comentario y/o sugerencia que tenga usted acerca de los diferentes servicios así como el personal que le atiende.
PARA QUE TU QUEJA O SUGERENCIA SEA ATENDIDA POR FAVOR LLENA TODOS LOS DATOS SOLICITADOS:
 NOMBRE DEL USUARIO: _____
 CODIGO DE USUARIO: _____
 TELEFONO Y/O CELULAR: _____
 CORREO: _____
 ELECTRONICO: _____

FAVOR EXPONER BREVEMENTE SU COMENTARIO:

DEPOSITALO EN EL BUZON. GRACIAS

Fuente: Pasante

Apéndice D. Volante Publicitario ESPO S.A. “E.S.P”

CÓDIGO NACIONAL DE POLICÍA Y CONVIVENCIA
Multas referente a nuestros servicios

Multa tipo 3	Multas tipo 4
16 salarios mínimos legales diarios vigentes aproximadamente	32 salarios mínimos legales diarios vigentes aproximadamente
 <p>Modificar o alterar redes de servicios público</p>	 <p>Arrojar basuras o escombros en alcantarillados</p>
 Vigilada por: SSP	 <p>Arrojar basuras en espacios públicos</p>
	 <p>Arrojar basuras o contaminar las fuentes de agua</p>

Fuente: Pasante

Apéndice D1. Material POP, ESPO S.A. “E.S.P”

DIA DE LOS NIÑOS

La Empresa de Servicios Públicos de Ocaña ESPO S.A. “E.S.P”
Te invita este **31** de Octubre a celebrar el tradicional día de los niños.

VEN Y DISFRUTA DE UNA TARDE DIFERENTE LLENA DE:

PAYASOS, PINTUCARITAS, GLOBOFLEXIA
SALTARIN, RIFAS Y REGALOS

CON EL APOYO DE: 

LUGAR: INSTALACIONES DE ESPO S.A **HORA: 2:30 P.M**


ESPO
Vigilada por: SSP

Fuente: Pasante

Apéndice E. Guión spot radial de ESPO S.A. “E.S.P

GUIÓN: SPOT DE RADIO ESPO

VERSIÓN: CAPAÑA RESPONSABILIDAD SOCIAL

DURACIÓN: 30”

ENTRA MUSICA DE FONDO.

LOC. 1. En ESPO S.A “E.S.P” generamos obras con carácter social, trabajando siempre en beneficio de la comunidad, por eso apoyamos la educación, la cultura y el deporte, inculcándolos en nuestras futuras generaciones como caminos para lograr una sociedad más equitativa

GINGLE ESPO.

Fuente: Pasante

Apéndice E1. Guión spot radial de ESPO S.A. “E.S.P

GUIÓN: SPOT DE RADIO ESPO

VERSIÓN: CAPAÑA RESPONSABILIDAD SOCIAL

DURACIÓN: 30”

ENTRA MUSICA DE FONDO.

LOC. 1. ¡Alto! Si lo tiras contaminas, no arrojes basuras a las calles, llévala contigo hasta depositarla en las canecas de ESPO S.A. mantener limpia nuestra ciudad es compromiso de todos. Una ciudad limpia y saludable es un lugar más agradable.

GINGLE ESPO.

Fuente: Pasante

**Apéndice F. Charla uso y ahorro eficiente del agua estudiantes de la Esperanza,
ESPO_S.A. “E.S.P”**



Fuente: Pasante

**Apéndice F1. Capacitación cuidado del agua y manejo de residuos sólidos, ESPO S.A.
“E.S.P”**





Fuente: Pasante

Apéndice F2. Charla comunidad la Madera, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice G. Apoyo semana de la discapacidad, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice H. Apoyo a estudiantes de la UFPSO, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice I. Barrido adicional en parques principales, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice J. Caminata ecológica a la tupia, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice K. Celebración día del niño, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice L. Donación tanque a la escuela Nuestra Señora de Torcoroma, ESPO S.A.

“E.S.P”

Fuente: Pasante

Apéndice M. Embellecimiento paisajístico de parques, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice N. Entrevista medios de comunicación, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice O. Divulgación de acciones de responsabilidad, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante

Apéndice P. Socialización de resultados pasantía, ESPO S.A. “E.S.P”



Fuente: Pasante