	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>08-07-2021</b>	<b>B</b>	
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>I(62)</b>	

## RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>Ediani Sujej Acosta Nieto</b>		
<b>FACULTAD</b>	<b>Facultad de Educación Artes y Humanidades</b>		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>Programa de Comunicación Social</b>		
<b>DIRECTOR</b>	<b>Elvis Fernando Ríos Pacheco</b>		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>Plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, a través de las plataformas digitales.</b>		
<b>TITULO EN INGLES</b>	<b>Internal communication plan for strengthening from the image of the Aguachica public services company, through digital platforms.</b>		
<b>RESUMEN</b>			
<p>Con el propósito de mejorar los procesos comunicativos de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, se diseñó una estrategia que tiene como objetivo fortalecer la imagen y las comunicaciones internas y externas de la organización, se inició la estrategia con un diagnóstico situacional, utilizando la encuesta como método de recolección de información para saber sobre el conocimiento que tiene la comunidad con respecto al flujo de información y canales de comunicación utilizados por la empresa.</p>			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
<p>With the purpose of improving the communicative processes of the aguachica public services company, a strategy was designed that has the objective to strengthen the image and internal and external communications of the organization, the strategy was started with a situational diagnosis, using the survey as a method for collecting information to know about the knowledge of the community regarding the flow of information and communication channels used by the company.</p>			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	<b>Estrategia comunicativa, Fortalecimiento, Plataformas digitales, Comunicación interna y externa.</b>		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLES</b>	<b>Communication strategy, Strengthening, Digital platforms, Internal and external communication.</b>		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS: 59</b>	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES:</b>	<b>CD-ROM: 1</b>



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DE LA  
EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE AGUACHICA, A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS  
DIGITALES.

AUTOR

EDIANI SUJEY ACOSTA NIETO

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías para Optar el título de Comunicadora Social

DIRECTOR

ELVIS FERNANDO RIOS PACHECO

COMUNICADOR SOCIAL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OCAÑA COLOMBIA

AGOSTO 2021

## Índice

Capítulo 1. Plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, a través de las plataformas digitales.....	1
1.1 Descripción de la entidad: Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P. ....	1
1.1.1 Misión.....	2
1.1.2 Visión.....	2
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	3
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	4
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. ....	5
1.1 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada. ....	5
1.2.1 Planteamiento del problema. ....	9
1.2 Objetivos de la Pasantía.....	10
1.3 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma .....	11
Capítulo 2. Enfoques referenciales .....	12
2.1 Enfoque conceptual. ....	12
2.1.1 Comunicación.....	12
2.1.2 Estrategia .....	12
2.1.3 Comunicación externa. ....	13
2.1.4 Comunicación Interna.....	14
2.2 Enfoque Legal.....	14
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	16
3.1 Presentación de Resultados. ....	16
3.1.1 Objetivo 1. ....	16
3.1.1.2 Actividad 2. Seccionar la muestra según el número de usuarios con el que cuenta la empresa .....	17
3.1.1.3 Actividad 3. Realizar el sondeo a los usuarios externos.....	19
3.1.1.4 Actividad 4: Tabulación y análisis de los resultados.....	20
3.1.2 Objetivo 2: Diseñar las acciones comunicacionales para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. ....	31
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	48
Capítulo 5. Conclusiones .....	49
Capítulo 6. Recomendaciones .....	50
Referencias .....	51

## Lista de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Ficha técnica de la entrevista semiestructurada aplicada a los jefes de área. ....	6
<b>Tabla 2.</b> Matriz DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P.....	8
<b>Tabla 3.</b> Descripción de las actividades a desarrollar en la misma. ....	11
<b>Tabla 4.</b> Plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. ....	36

## Tabla de Figuras

<b>Figura 1</b> Organigrama de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. ....	4
<b>Figura 2</b> Realización del sondeo. ....	19
<b>Figura 3.</b> Conocimiento de la comunidad sobre los servicios que presta la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. ....	21
<b>Figura 4.</b> Conocimiento de la comunidad sobre las plataformas digitales que utiliza la empresa para la difusión de información. ....	22
<b>Figura 5.</b> Conocimiento de la red social más conocida por la comunidad de Aguachica. ....	23
<b>Figura 6.</b> Conocimiento de la comunidad ante la ubicación actual de la empresa. ....	24
<b>Figura 7.</b> Conocimiento de la página web ante la comunidad. ....	25
<b>Figura 8.</b> Como identifican actualmente los usuarios a la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. ....	26
<b>Figura 9.</b> Importancia de las redes sociales a la hora de publicar información de interés. ....	27
<b>Figura 10.</b> Importancia de nuestras publicaciones en las redes sociales de la empresa. ....	28
<b>Figura 11.</b> Conocimiento de la comunidad sobre algún medio de comunicación directo con la empresa. ....	29
<b>Figura 12.</b> Medios de comunicación directo, más conocido por los usuarios. ....	30
<b>Figura 13.</b> Perfil página web Institucional. Fuente: Pasante. ....	31
<b>Figura 14.</b> Perfil de la red social Facebook. Fuente: Pasante. ....	32
<b>Figura 15.</b> Perfil de la red social Instagram. Fuente: Pasante. ....	32
<b>Figura 16.</b> Perfil de la red social Twitter. Fuente: Pasante. ....	33
<b>Figura 17.</b> Alianzas con periódicos locales. Fuente: Pasante. ....	33
<b>Figura 18.</b> Capture de publicaciones de noticias en las redes sociales de la ESPA. ....	40
<b>Figura 19.</b> Acompañamiento fotográfico a eventos de la empresa o que participe la empresa. ....	41
<b>Figura 20.</b> Pieza gráfica, invitación rendición de cuentas. ....	41
<b>Figura 21.</b> Pieza gráfica, nueva línea de atención para reporte de daños, fugas y demás. ....	42
<b>Figura 22.</b> Volantes de participación ambiental. ....	42
<b>Figura 23.</b> Comunicados a la opinión pública. ....	43

<b>Figura 24.</b> Vídeos institucionales e informativos.....	43
<b>Figura 25.</b> Pieza gráfica informativa.....	44
<b>Figura 26.</b> Alianzas con demás medios del municipio.....	44
<b>Figura 27.</b> Pieza grafica buen uso del alcantarillado. ....	45
<b>Figura 28.</b> Pieza grafica la importancia del medidor en casa.....	45
<b>Figura 29.</b> Pieza grafica toma de lectura.....	46
<b>Figura 30.</b> Día Mundial del agua .....	46
<b>Figura 31.</b> Actividades de clima organizacional con el código de integridad.....	47
<b>Figura 32.</b> Sembratón en articulación a otras entidades.....	47

## Resumen

Con el fin mejorar los de procesos de comunicación interna y externa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica se elaboró un plan de comunicación interno que tiene como objetivo fortalecer la imagen de la empresa y así crear posicionamiento en los habitantes de Aguachica, Cesar.

Por lo tanto, se implementó el plan de comunicación con un diagnóstico comunicacional, utilizando la entrevista semiestructurada, como método de recolección de información para saber sobre el conocimiento que tiene la comunidad aguachiquense con respecto a los servicios que presta la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, y que tan posicionada está ante los usuarios suscritos en la base de datos de la ESPA.

Se dio cumplimiento a los objetivos y actividades planteadas a lo largo del trabajo, alcanzando un buen resultado y logrando así la creación de las plataformas digitales como: Facebook, Instagram y Twitter, facilitando la manera de interactuar directamente con los usuarios a través de diferentes espacios comunicativos y con el aprovechamiento de los distintos medios de comunicación con los que cuenta la Empresa.

## Introducción

Cada vez aumenta el número de empresas que emplean la comunicación interna y externa como estrategia para dar a conocer sus servicios y/o productos en los diferentes mercados, además la comunicación interna es la clave para el posicionamiento de marcas, pues en estos momentos empresas que son conocidas mundialmente lo han logrado gracias al aprovechamiento de la innovación tecnológica en cuanto a medios alternativos y masivos de comunicación, para llegar a cada uno de sus clientes.

Debido a lo anterior, la implementación de este plan de comunicación interno ayudará a difundir información eficaz, clara y concisa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica teniendo en cuenta los objetivos específicos dando cumplimiento a cada uno de estos para así posicionar la ESPA, por medio de un diagnóstico situacional para recolectar la información necesaria y el alcance que puede tener la empresa ante los usuarios suscritos actualmente.

Teniendo en cuenta esas acciones comunicacionales se puede partir a desarrollar esa estrategia de comunicación interna, para así conocer a la empresa, como una entidad pública transparente que trabaja y presta sus servicios para el beneficio de la calidad de vida de sus usuarios, siempre teniendo como prioridad la responsabilidad social empresarial sin dejar atrás sus responsabilidades como empresa prestadora de servicios públicos única en el Municipio de Aguachica Cesar.



## **Capítulo 1. Plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, a través de las plataformas digitales.**

### **1.1 Descripción de la entidad: Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P.**

La prestación del servicio de Acueducto y Alcantarillado en el Municipio data desde mediados del Siglo XX, a través del INSFOPAL donde se efectuaba la prestación del servicio de manera incipiente, no obstante el servicio pasa a ser prestado por el Departamento del Cesar mediante la empresa EMPOCESAR, centralizando el servicio, no obstante a finales de los 80's y mediados de los 90's, se liquida el INSFOPAL y se crea en 1990 EMPRESA DE OBRAS SANITARIAS DE AGUACHICA "EMPOAGUACHICA" como establecimiento público descentralizado del orden municipal, a raíz del cambio de la norma debido a la promulgación de la Ley 142 de 1997 y para el año 1998 en el mes de marzo se transforma EMPOAGUACHICA pasando de Establecimiento Público a Empresa Industrial y Comercial del Estado. (ESPA,2017).

Haciendo esta transformación fuera de fecha permitida por la Ley 286 de 1996 y creándose la empresa de servicios públicos de Aguachica E.S.P y hasta hoy aún continúa como tal, no obstante haber presentado una iniciativa del ejecutivo municipal mediante proyecto de acuerdo para lograr su transformación como empresa oficial por acciones, sin encontrar respuesta positiva de parte de del Concejo Municipal, para que quede enmarcada dentro de las normas legales vigentes. (ESPA, 2017).

La empresa de servicios públicos de Aguachica de Acueducto y Alcantarillado de Aguachica E.S.P., es una entidad adscrita a la Administración Municipal que presta servicios públicos de Acueducto y alcantarillado a la población de la zona urbana del Municipio de Aguachica, esta empresa se transforma según Acuerdo No. 0006 de 1998 en Empresa Industrial y Comercial del Estado, de una forma extemporánea debido a que el plazo que había dado el legislador a través del artículo 2 de la ley 286 de 1996, era hasta el 04 de enero de 1998. Hoy en día solo es permitida la constitución de empresas por acciones para la prestación de los servicios públicos a que se refiere el artículo 17 de la ley 142 de 1994. (ESPA, 2017).

Es así como se determinó dentro de algunas alternativas de solución jurídica que el municipio optara por constituirse como una Sociedad por acciones Simplificadas S.A.S. Esta subespecie asociativa, creada mediante la ley 1258 de 2008, se ha convertido en una opción asociativa de reveladoras ventajas para los empresarios del país y encajan dentro de la primera exigencia hecha por la ley de 142 de 1994, para la constitución de E.S.P de Aguachica. (ESPA, 2017).

**1.1.1 Misión.** “Somos una empresa prestadora de los servicios públicos domiciliarios de Acueducto y Alcantarillado, con procesos de calidad en el área urbana del municipio de Aguachica, buscando la satisfacción de nuestros clientes”. (ESPA 2021).

**1.1.2 Visión.** “Trabajamos para ser reconocidos en el departamento del Cesar como líderes en la prestación de los servicios públicos domiciliarios de Acueducto y Alcantarillado, con una cultura organizacional fundamentada en valores con un crecimiento tecnológico, socioeconómico y ambiental, hacia un desarrollo sostenible”. (ESPA 2021).

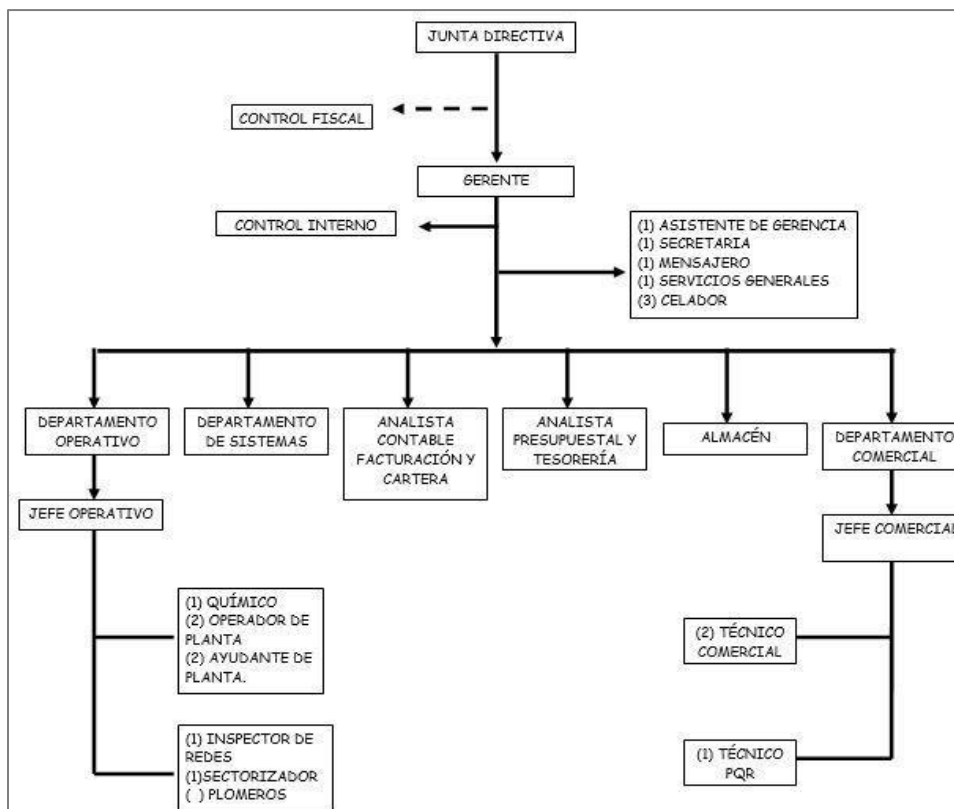
### ***1.1.3 Objetivos de la empresa.***

1. Organizar y prestar de forma eficiente y eficaz los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en la zona urbana del Municipio de Aguachica Cesar. (ESPA, 2017).
2. Construir, mantener y reparar oportunamente la infraestructura para la prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en la zona urbana del Municipio. (ESPA, 2017).
3. Desarrollar una cultura orientada al manejo, mejoramiento y protección del medio ambiente que garanticen la prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en la zona urbana del Municipio de Aguachica Cesar. (ESPA, 2017).
4. Promover el desarrollo del control social y la participación ciudadana en la prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en la zona urbana del Municipio de Aguachica Cesar. (ESPA, 2017).
5. Garantizar la rentabilidad económica y social requerida para la sostenibilidad de la empresa en el corto, mediano y largo plazo. (ESPA, 2017).
6. Establecer una cultura orientada al cliente, soportada con procesos organizacionales efectivos que respondan a las necesidades y oportunidades del mercado. (ESPA, 2017).

### 1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.

La estructura organizacional de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica cuenta con varios departamentos y áreas que son procesos de apoyo dentro de la organización para el fortalecimiento de la imagen, el modelo de la estructura organizativa es lineal funcional el cual permite una estructura central que maneja la ejecución, supervisión y control de cada área, las cuales están representadas de manera horizontal que aportan especialización y apoyo logístico, pero informan directamente a la dirección gerencial.

En la **Figura 1** se muestra el organigrama de la Empresa de Servicios públicos de Aguachica.



**Figura 1** Organigrama de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.  
Tomado de: <http://www.esp-aguachica-cesar.gov.co/>

### ***1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.***

En la dependencia asignada para trabajar en la Empresa de Servicios Públicos es en el departamento comercial, con el propósito de orientar, organizar, estipular políticas y acoger planes, programas y proyectos para aplicar la estructura tarifaria para el cobro de los servicios de agua potable y supervisar la producción oportuna de la facturación, las herramientas asignadas en el área de trabajo, contamos con una oficina en acompañamiento al jefe del área comercial.

### **1.1 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.**

Para la realización del diagnóstico se utilizó una metodología cualitativa, y como instrumentos de recolección de información, se desarrolló una entrevista semiestructurada al personal interno de la empresa y con más de 20 años de labor en la empresa, que nos permitan realizar un análisis a profundidad sobre la comunicación interna de la empresa.

Los entrevistados que fueron participes para la recolección de información son: jefe de área de la oficina de control interno, el cual lleva más de 25 años de labor en la empresa, y el representante legal.

A continuación se muestra cual fue el diseño de la entrevista semiestructurada que se realizó a los funcionarios:

**Tabla 1.** Ficha técnica de la entrevista semiestructurada aplicada a los jefes de área.

<b>Ficha técnica, entrevista a los funcionarios de la ESPA.</b>
<b>Nombre</b>
<b>Tiempo laborando en la empresa.</b>
<b>Preguntas</b>
1. ¿Conoce usted las redes sociales de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica?
2. ¿Conoce usted la dirección de la página web de la empresa de servicios públicos de Aguachica?
3. ¿Para usted es de vital importancia conocer a través de las plataformas digitales todas las actividades que realiza la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica?
4. ¿Cuáles son los medios de comunicación internos y externos con los que cuenta la ESPA?
5. ¿Cuál es el medio de comunicación que más utiliza la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica?

Tabla 1. Entrevista semiestructurada. Fuente: Pasante

En las entrevistas realizadas al jefe de área de control interno y representante legal, se encontró que la empresa tiene alianzas con los diferentes medios de comunicación tradicionales que existen en el municipio de Aguachica y que estas alianzas son de gran importancia ya que permiten una mayor difusión de la información a los usuarios.

Así mismo se logró identificar que la empresa no cuenta con los recursos necesarios para crear el departamento de comunicaciones de la misma empresa, sino que depende de los demás medios para la difusión de información, la empresa también tiene contacto directo con el equipo de Prensa y Comunicaciones de la Alcaldía Municipal, el cual atiende a las solicitudes cuando se necesita diseñar o hacer cualquier tipo de publicidad; sin embargo, con el equipo de comunicaciones no se encuentra estructurado un plan de trabajo mensual; ya que a medida que se van necesitando piezas

y/o herramientas comunicativas, se les solicitan y en el menor tiempo posible no se atiende está a esta necesidad.

Para los funcionarios las plataformas digitales y demás medios de comunicación son muy importantes, pues afirman que con ellos se pueden crear estrategias que enlacen y contengan toda la información necesaria, para que los usuarios se mantengan al tanto de los que sucede en la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. También comentan que es muy importante utilizarlas ya que la nueva normalidad y la gestión de redes sociales y de medios propios son las herramientas más utilizadas para reforzar la visibilidad y la reputación de las marcas desde que inicio la pandemia.

Actualmente la dependencia no cuenta con herramientas comunicativas tales como: carteleras informativas, programas de edición y diseño, equipos tecnológicos para la toma de fotografías y publicarlas a las distintas plataformas digitales u otro tipo de herramienta, que sirva de fuente para interactuar directamente con los usuarios y que permita el mejoramiento de la comunicación externa y mostrar todo lo que se hace desde las distintas áreas que tiene la Empresa.

Con este fin, se evidencio que las comunicaciones tienen ese papel importante en las organizaciones sobre el estado actual dentro de la empresa, es necesario para que el diseño de una estrategia comunicativa sea efectiva para el mejoramiento de la imagen y que sea posicionada ante la comunidad.

Dentro de toda empresa existen ciertas variables que inciden en el cumplimiento de los Objetivos y éxito de la misma. Es por ello que se deben considerar las Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA).

**Tabla 2.** *Matriz DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P.*

<p style="text-align: center;"><b>MATRIZ DOFA</b></p> <p style="text-align: center;"><b>INTERNO</b></p>	<p><b>Fortalezas (F)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El área cuenta con una profesional encargada.</li> <li>2. Dispone de la colaboración del área de operaciones para el conocimiento de las actividades a realizar en la ciudad.</li> <li>3. Vinculación con demás entidades para realización de ciertos eventos.</li> </ol>	<p><b>Debilidades (D)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No cuenta con las herramientas necesarias para realizar material, como editor de videos, cámara y micrófono.</li> <li>2. Falta de reconocimiento del nombre de la empresa a la comunidad.</li> <li>3. Apatía de los funcionarios de la empresa a replicar las actividades realizadas por la empresa.</li> <li>4. No hay departamento de comunicaciones.</li> </ol>
	<p><b>Oportunidades (O)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo de la actual Administración Municipal para el mejoramiento del servicio.</li> <li>2. Personal encargado para realizar campañas de responsabilidad social.</li> <li>3. No existe otra empresa en la ciudad que preste el mismo servicio.</li> </ol>	<p><b>Estrategias (FO)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Difundir constantemente información por los medios con los que cuenta la empresa sobre las actividades que se realizan y especificar de manera precisa el nombre de la Empresa.</li> </ol>
<p><b>Amenazas (A)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Insatisfacción de la comunidad por falta de agua permanente y potable.</li> <li>2. Lluvias fuertes que afectan los acueductos de determinados sitios.</li> <li>3. Retrasos en el pago del servicio por parte de los usuarios.</li> </ol>	<p><b>Estrategias (DA)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mejorar la atención al usuario y brindar más espacios para que los clientes puedan tener participación por medio de actividades lúdicas con las comunidades.</li> <li>2. Crear cultura de pago en los usuarios, para que cancelen su factura.</li> </ol>	<p><b>Estrategias (FA)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incentivar a la comunidad a tener medidas de preocupación con los alcantarillados, incentivando al cuidado de las fuentes hídricas, por medio de las plataformas digitales con los que cuenta la empresa.</li> </ol>



### **1.2.1 Planteamiento del problema.**

Debido a que la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, hace algunos años tenía por nombre EMPOAGUACHICA, se ha generado un desconocimiento ante la población sobre el nombre actual de la empresa que se denomina ESPA por sus siglas. A su vez el cambio de nombre ha llevado a que la comunidad no tenga claro quién es la empresa que está a cargo de las labores que se realizan en la ciudad para el mejoramiento de acueducto y alcantarillado.

Por otra parte, se han creado malos entendidos y comentarios pocos favorables para la empresa, a raíz de la falta de conocimiento entre la comunidad aguachiquense sobre las actividades y trabajos que día a día es realizado por los operarios y funcionarios de la empresa, que tratan de reparar y mejorar las condiciones en las que se encuentran diferentes acueductos, como también las nuevas instalaciones de alcantarillado y acueducto en los barrios y veredas recientes de la ciudad.

Asimismo, las innovaciones tecnológicas día a día se fortalecen y ayudan a mejorar las comunicaciones en empresas donde se trabaja con gran número de personas e información de interés público; en este sentido, la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, es una organización que actualmente no cuenta con canales de comunicación que permitan interactuar directamente con la ciudadanía, tampoco cuenta con un comunicador social constante que desarrolle estrategias comunicativas que permitan mejorar el desempeño del área, esto debido a la falta de interés y organización por parte de sus funcionarios.

De acuerdo a lo anterior, se debe aprovechar cada medio que permita que la comunidad tenga acceso a la información adecuada para que conozcan que la empresa desde la actual Administración Municipal hace inversiones significativas para mejorar la calidad de vida.

## **1.2 Objetivos de la Pasantía**

### **Objetivo General.**

Diseñar un plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica a través de las plataformas digitales.

### **1.2.1 Objetivos Específicos**

Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Diseñar las acciones comunicacionales para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Desarrollar y Ejecutar el plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**Tabla 3** Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos</b>
Diseñar un plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica a través de las plataformas digitales.	Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.	-Diseño del sondeo sobre el conocimiento del nombre de la empresa en la comunidad. -Seleccionar la muestra según el número de usuarios con el que cuenta la empresa. -Realizar el sondeo a los usuarios externos. -Tabulación y Análisis de los resultados.
	Diseñar las acciones comunicacionales para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.	-Identificar cuáles son los medios de comunicación con los que la empresa cuenta actualmente para el aprovechamiento de estos. -Seleccionar los canales de información para fortalecer el posicionamiento de la empresa. -Diseñar las acciones comunicativas.
	Desarrollar y Ejecutar el plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.	-Ejecutar las actividades del plan de comunicación interno para el fortalecimiento y posicionamiento de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Tabla 3. Actividades a desarrollar en las pasantías. Fuente: Pasante

## Capítulo 2. Enfoques referenciales

### 2.1 Enfoque conceptual.

**2.1.1 Comunicación.** La comunicación es el proceso por el cual se transmite un mensaje con alguna finalidad, sin embargo, hay mensajes que al momento de llegar a su destino, puede ser interpretado de diferentes maneras. (Cca, 2012).

Por lo tanto es muy importante tener en cuenta el qué, cómo, para qué, a quién y por qué canal para asegurar un mensaje eficaz con un proceso exitoso. (Cca, 2012).

La comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado. (Velasco & Nosnik, 1988)

**2.1.2 Estrategia.** Las estrategias siempre son necesarias para conseguir nuestras aspiraciones, pues en muchas ocasiones no se puede llegar a una meta sin tener un plan en mente, en el cual se establezcan objetivos que encaminen a lo que esperamos obtener. (Arroyo Carbonell, 2014).

Por otra parte Mintzberg (1994) sugiere varios conceptos sobre estrategias, pues afirma que hay estrategias pretendidas y estrategias realizadas, sin embargo, define que toda estrategia es un plan, posición y patrón que se utiliza en una organización para ayudar al cumplimiento de objetivos, y que algunas veces esta se emplea inconscientemente, pues bien existen personas que no pretenden la estrategia, pero la realizan, o por el contrario se puede pretender la estrategia y no realizarla.

Porter (1996) menciona que la esencia de la estrategia consiste en la elección de una posición muy específica, cuya plataforma se encuentra en el sistema de actividades especiales que una compañía desarrolla. Mediante la innovación y el mejoramiento continuo, resulta posible para esta escuela la integración cruzada por funciones o actividades.

**2.1.3 Comunicación externa.** Cualquier entidad u organización tiene la necesidad de relacionarse con el exterior, ya que necesita implementar una imagen corporativa, promover sus productos o servicios, transmitir mensajes que pueden favorecer o desfavorecer a la organización, por lo tanto, se debe tener en cuenta la manera en que son transmitidos los mensajes para llegar a nuestro objetivo. (Meza Martínez, 2018).

Entonces entendemos que la comunicación externa es esa interacción que tiene la toda empresa con el público externo (consumidores, grupos de interés, prensa). (Meza Martínez, 2018).

Existen diversas herramientas que ayudan a llevar a cabo una buena comunicación externa, pues todo está en las estrategias que escoja seguir cada organización para llegar a su público meta, seleccionando los medios correspondientes dependiendo del mensaje que desee transmitir. (Melchor, 2016).

Dando a conocer información de importancia sobre la empresa, y de alguna manera persuadir al público. (Melchor, 2016).

Kreps (2015) asegura que la comunicación externa es ese fluido de mensajes entre las organizaciones y sus entornos relevantes, la cual ayuda a brindar información para la persuasión de los servicios o productos en los individuos y grupos, influenciando sobre sus actividades.

**2.1.4 Comunicación Interna.** Dando a conocer información de importancia sobre la empresa, y de alguna manera persuadir al público. (Melchor, 2016) Kreps (2015) asegura que la comunicación externa es ese fluido de mensajes entre las organizaciones y sus entornos relevantes, la cual ayuda a brindar información para la persuasión de los servicios o productos en los individuos y grupos, influenciando sobre sus actividades.

La comunicación interna tiene como interés fundamental los procesos y subprocesos que se manejan en las diferentes áreas de la organización, por medio de los cuales se pretenden que los miembros de esta, trabajen encaminados hacia el cumplimiento de los objetivos estratégicos planteados por la empresa en el direccionamiento estratégico, teniendo siempre presente los medios que permiten que esto suceda.

## **2.2 Enfoque Legal.**

Una de las leyes y normativas que rigen el territorio Colombiano y que se deben tener en consideración para el proceso legal de las comunicaciones que se emitan y que todo comunicador social debe saber a la hora de expresar las opiniones, la encontramos plasmada en:

***Constitución Política de Colombia de 1991 Art. 20:*** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

**Ley 1712 de 2014 art. 1.** Objeto. El objeto de la presente ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

**Ley 962 de 2005 (anti trámites):** establece que “todos los organismos y entidades de la Administración Pública deberán tener a disposición del público, a través de medios impresos o electrónicos de que dispongan, o por medio telefónico o por correo, información actualizada sobre normas básicas que determinan su competencia, funciones y servicios que prestan; trámites y actuaciones para que el ciudadano adelante su labor de evaluación de la gestión pública y así intervenir en forma argumentada en los procesos de rendición de cuentas.” (Art. 8).

**Ley 1341 de 2009 Art. 3°.** Sociedad de la información y del conocimiento. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

### Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.

#### 3.1 Presentación de Resultados.

**3.1.1 Objetivo 1.** Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**3.1.1.1 Actividad 1.** Diseño de encuestas sobre el diagnóstico situacional para los usuarios externos.

#### **ENCUESTA REALIZADA CON EL OBJETIVO DE CONOCER LA IMPORTANCIA DE NUESTRAS REDES SOCIALES EN LA COMUNIDAD AGUACHIQUENSE, Y EL POSICIONAMIENTO QUE TENEMOS ANTE LA COMUNIDAD.**

1. ¿Reconoce usted la empresa de servicios públicos de Aguachica como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio de Aguachica?

- A. SI
- B. NO

2. ¿Conoce usted las redes sociales de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica?

- A. SI
- B. NO

3. Si la respuesta anterior fue "SÍ" ¿Cuáles de estas plataformas de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica conoce?

- A. Facebook
- B. Instagram
- C. Página Web
- D. Twitter

4. ¿Conoce usted donde está ubicada la empresa de servicios públicos de Aguachica?

- A. SI
- B. NO



5. ¿Conoce usted la dirección de la página web de la empresa de servicios públicos de Aguachica?
- A. SI
  - B. NO
6. ¿Cómo identifica usted la empresa de servicios públicos de Aguachica?
- A. EMPOAGUACHICA
  - B. ESPA
  - C. OTRO
7. ¿Las redes sociales de nuestra empresa brindan información de interés a la comunidad aguachiquense?
- A. SI
  - B. NO
8. ¿Para usted es de vital importancia conocer a través de las plataformas todas las actividades que realiza la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica?
- A. SI
  - B. NO
9. ¿Conoce usted algún medio de comunicación directa con la empresa para reportar daños en el acueducto y alcantarillado?
- A. NO
  - B. SI
10. Si su respuesta anterior fue "Sí" Indique cuál de estos medios de comunicación directa conoce por parte de la empresa de servicios públicos de Aguachica.
- A. FACEBOOK
  - B. NUMERO TELEFONICO
  - C. AMISTADES
  - D. RECIBO
  - E. OFICINAS

**3.1.1.2 Actividad 2. Seccionar la muestra según el número de usuarios con el que cuenta la empresa.**

Selección de la muestra para recolectar la información, La Empresa de Servicios Públicos de Aguachica cuenta con 25.000 usuarios, para la realización del diagnóstico

comunicacional a través de la encuesta, se hizo necesario realizar una muestra bajo la siguiente formula.

$$n = \frac{N Z^2 * (p*q)}{N-1 * (E^2) + (ZC)^2 * p * q}$$

Siendo

n= La muestra

N= Población

ZC= Nivel de confianza 95% = 1,96

p= Proporción de aceptación: 50 % = 0,5

q= Proporción de rechazo: 50%= 0,5

$$n = \frac{25.000 \times (1,96)^2 \times (0,5 \times 0,5)}{25.000 - 1 \times 0,052 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{25.000 \times 0,9604}{262,4975 + 0,9604}$$

$$n = \frac{24010}{63,4579}$$

$$n = 378$$

Para el desarrollo de esta fórmula, se tomó como número de la población a intervenir los 25.000 usuarios con los que cuenta la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, con un grado de confiabilidad igual a 95, como resultado se obtuvo la muestra equivalente a 378 personas a realizar el sondeo, mayores de 18 años de edad y que fueron escogidos aleatoriamente.

**3.1.1.3 Actividad 3. Realizar el sondeo a los usuarios externos.** Aplicación de encuestas a la comunidad Aguachiquense, sobre la percepción de las comunicaciones que maneja la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Como punto estratégico para la ejecución del sondeo se escogió de manera presencial aprovechando las visitas de socialización que se realizaban en cada barrio del Municipio, por parte de la oficina de Gestión Social los cuales se escogieron aleatoriamente, con distintos rangos de edad, estratificación y sexo como se puede evidenciar en la **Figura 2**.

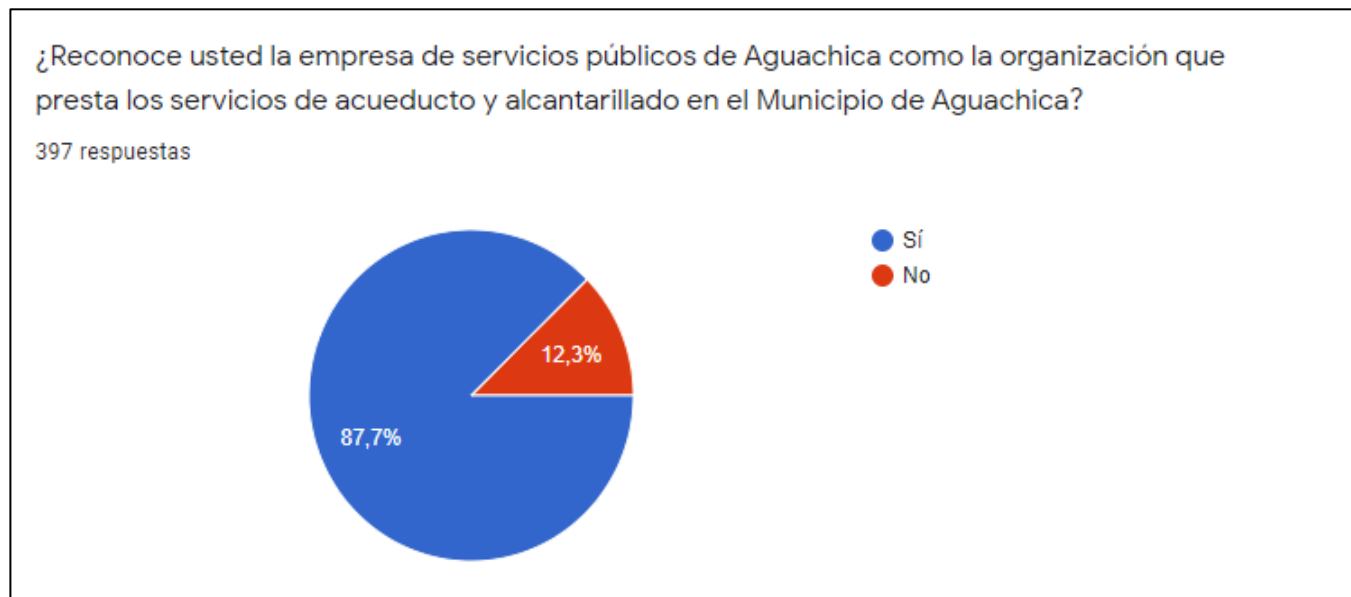


**Figura 2** Realización del sondeo. **Fuente:** Pasante 2021

#### **3.1.1.4 Actividad 4: Tabulación y análisis de los resultados.**

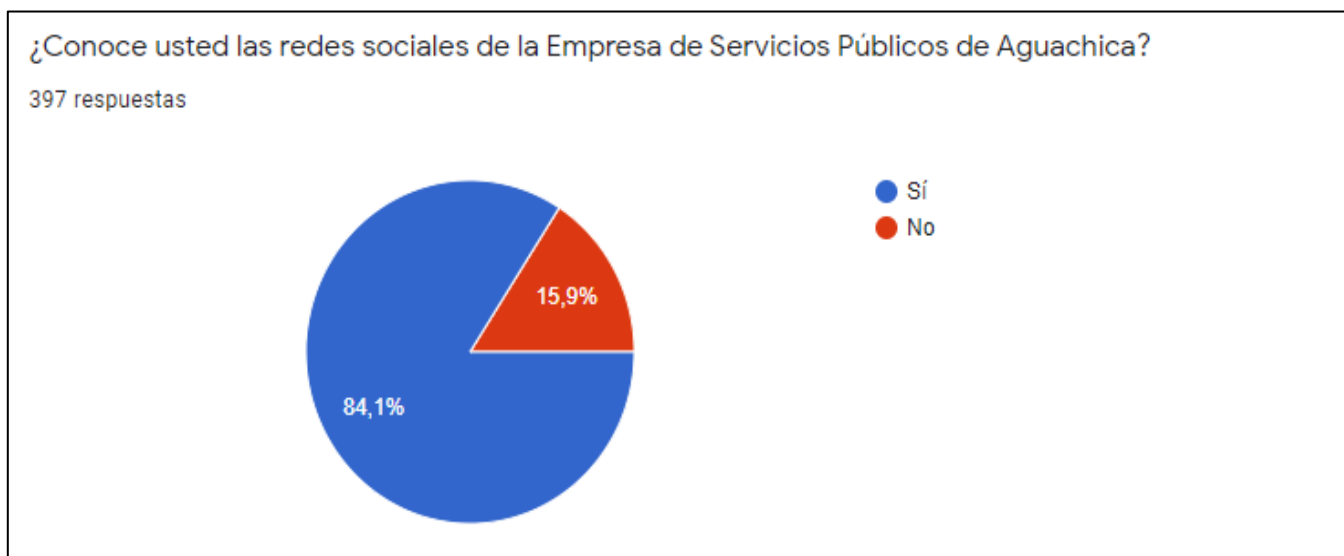
**Tabulación y análisis de los resultados obtenidos en la encuesta realizada con el objetivo de conocer la importancia de nuestras redes sociales en la comunidad aguachiquense, y el posicionamiento que tenemos ante la comunidad.**

Se aplicó la encuesta a 378 usuarios de los 25.000 mil registrados en la base de datos de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. La muestra fue hallada con la fórmula aplicada anteriormente en la actividad 2 del primer objetivo específico. Para obtener los resultados de la encuesta se realizó un análisis descriptivo en la cual las gráficas arrojan los resultados de acuerdo a cada pregunta y posteriormente se realiza la respectiva interpretación.



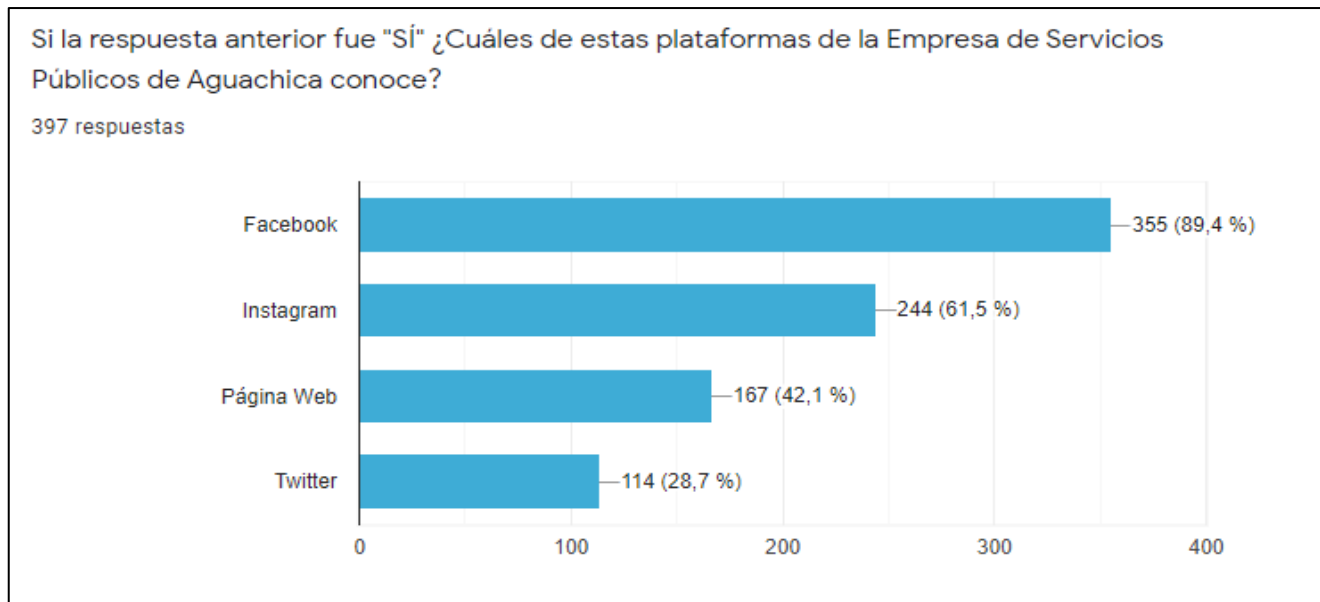
**Figura 3.** Conocimiento de la comunidad sobre los servicios que presta la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**Análisis:** la gráfica anterior permite evidenciar que una cantidad considerable de la comunidad encuestada tienen conocimiento sobre los servicios que presta la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica y saben que la empresa se encarga de brindar el servicio de acueducto a los diferentes domicilios que se encuentren matriculados y conocen que también es la que se encarga del funcionamiento del servicio de alcantarillado, este conocimiento se da debido a que la empresa es única en el municipio prestadora de estos dos servicios.



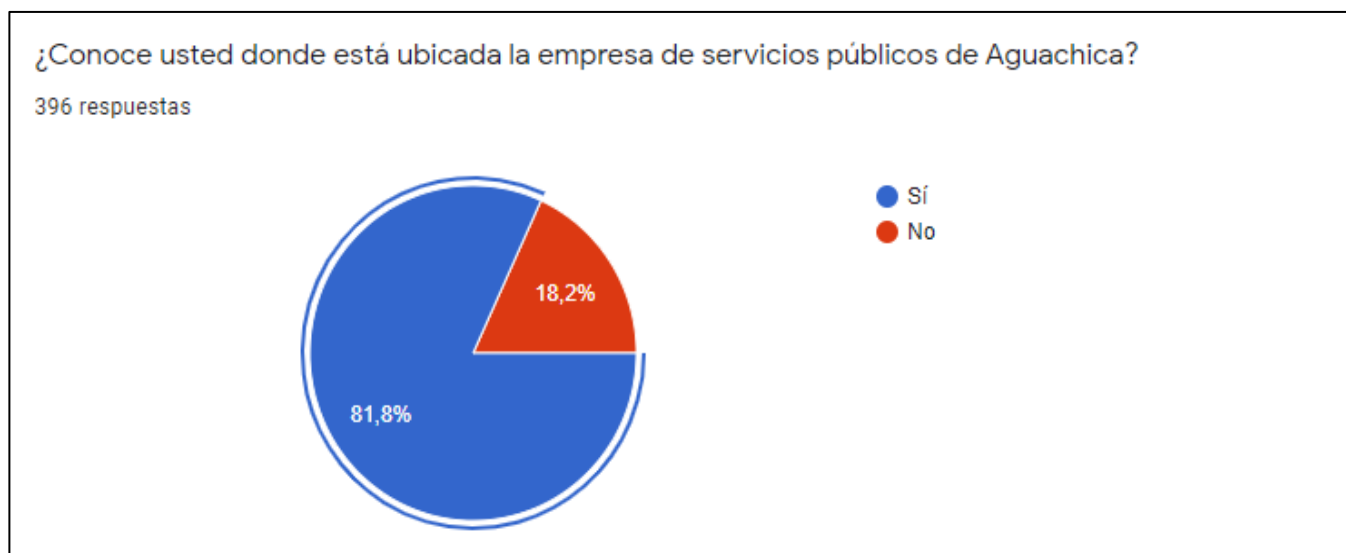
**Figura 4.** Conocimiento de la comunidad sobre las plataformas digitales que utiliza la empresa para la difusión de información.

**Análisis:** Aunque gran parte de la población tiene conocimiento sobre las redes sociales que tiene la empresa, teniendo en cuenta que estas llevan poco tiempo de ser creadas, han sido de gran importancia para la divulgación de información, la cual es de interés a cada uno de los usuarios pues están muy conectados con la empresa a través de los medios digitales y todo lo que se publica a través de estas, aunque es notable que cierto porcentaje de la comunidad encuestada no conoce aún las redes sociales y es importante continuar posicionándolas para mejorar la comunicación externa.



**Figura 5.** Conocimiento de la red social más conocida por la comunidad de Aguachica.

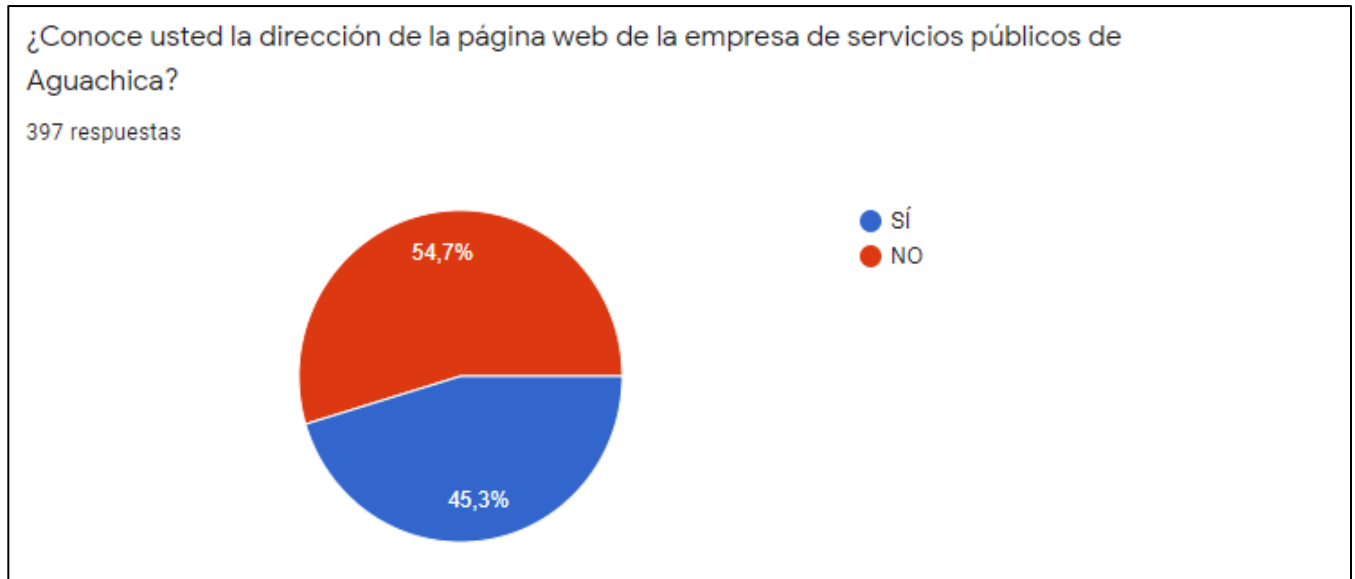
**Análisis:** La comunidad de Aguachica está altamente influenciada con la red social de Facebook, haciendo referencia como la más usada y conocida red que utilizan para enterarse de todo lo que la ESPA realiza y demás temas de interés sobre la empresa prestadora de los servicios de acueducto y alcantarillado, por su fácil acceso y sus amplias maneras y formas de comunicar, posicionándolas por encima de la Instagram, Página web y Twitter.



**Figura 6.** Conocimiento de la comunidad ante la ubicación actual de la empresa.

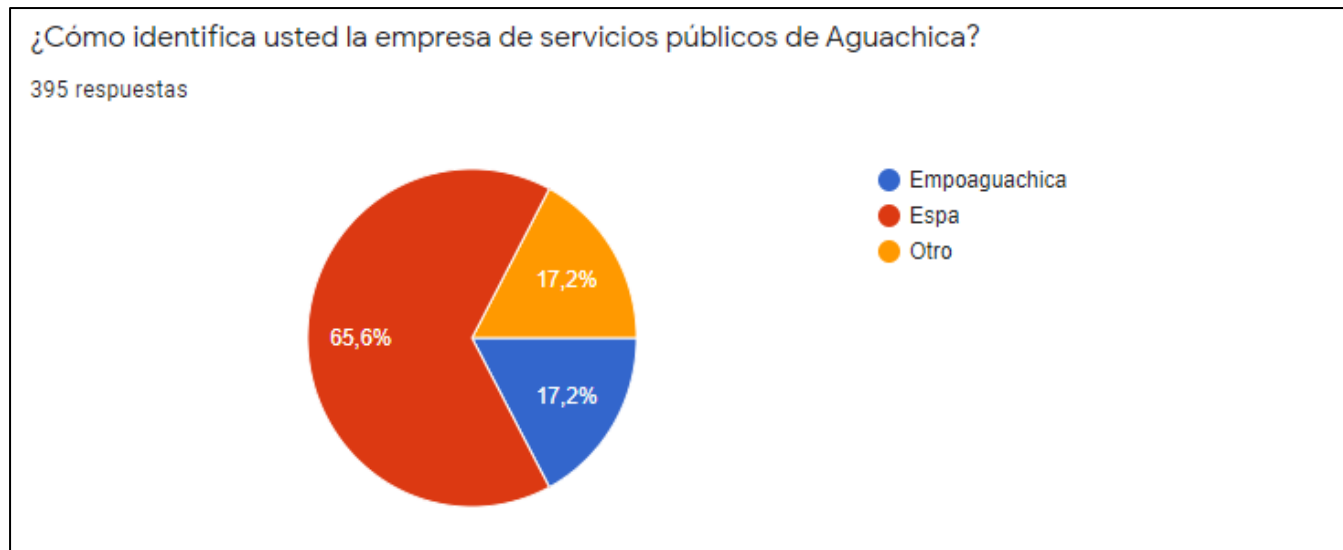
**Análisis:** Aunque gran parte de la población conoce y sabe las funciones que realiza la empresa, en relación con la gráfica anterior ante la dirección actual de la infraestructura, es notable que cierto porcentaje de la población conoce la ubicación actual de la empresa, y el otro porcentaje aún no tienen conocimiento de que la empresa hace unos años se trasladó de lugar, y esto genera confusión, pues no se ha brindado la información necesaria al usuario sobre el cambio de dirección.





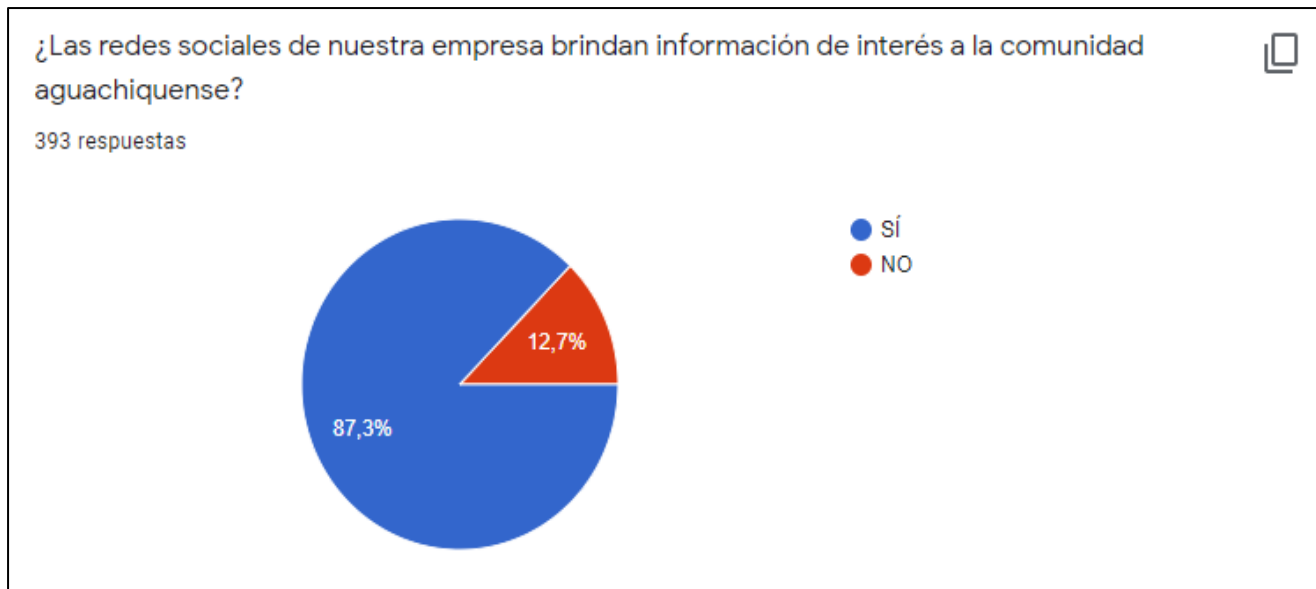
**Figura 7.** Conocimiento de la página web ante la comunidad.

**Análisis:** En cuanto a la página web de la Empresa, un porcentaje bastante significativo conoce la dirección de la página web y el ingreso a la página institucional, esto es de gran importancia para el reconocimiento y mejorar la imagen de la ESPA, puesto que la página web permite brindar información a profundidad de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, por otro lado un porcentaje de la comunidad encuestada no conoce la página web y también desconocen que por medio de este medio se pueden realizar pagos en línea y cancelar la factura sin salir de casa.



**Figura 8.** Como identifican actualmente los usuarios a la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**Análisis:** Hace poco la Empresa paso de ser Empoaguachica para ser Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P (ESPA), aunque existe un número significativo de personas que conocen el nombre actual de la empresa, pero no se puede ignorar que aún existe un número significativo de habitantes (sobre todo adultos) que manifiestan en reconocer a la empresa con una razón social distinta, demostrando que hay falencias en los procesos comunicativos externos o por el contrario, no se están realizando dichos procesos para el reconocimiento de la misma en la sociedad.



**Figura 9.** Importancia de las redes sociales a la hora de publicar información de interés.

**Análisis:** Desde las redes sociales se han realizado distintas publicaciones de interés general a la comunidad aguachiense para la prestación de un buen servicio, con un alto porcentaje arrojado en los resultados de la encuesta evidenciamos que nuestras redes sociales han sido desde su creación importantes para nuestros usuarios, dando a conocer día a día la ruta del agua, también los trabajos de distintas áreas para el mejoramiento del servicio, además de esto actividades sociales y ambientales que se realizan en convenio con demás entidades públicas y/o privadas del Municipio de Aguachica.



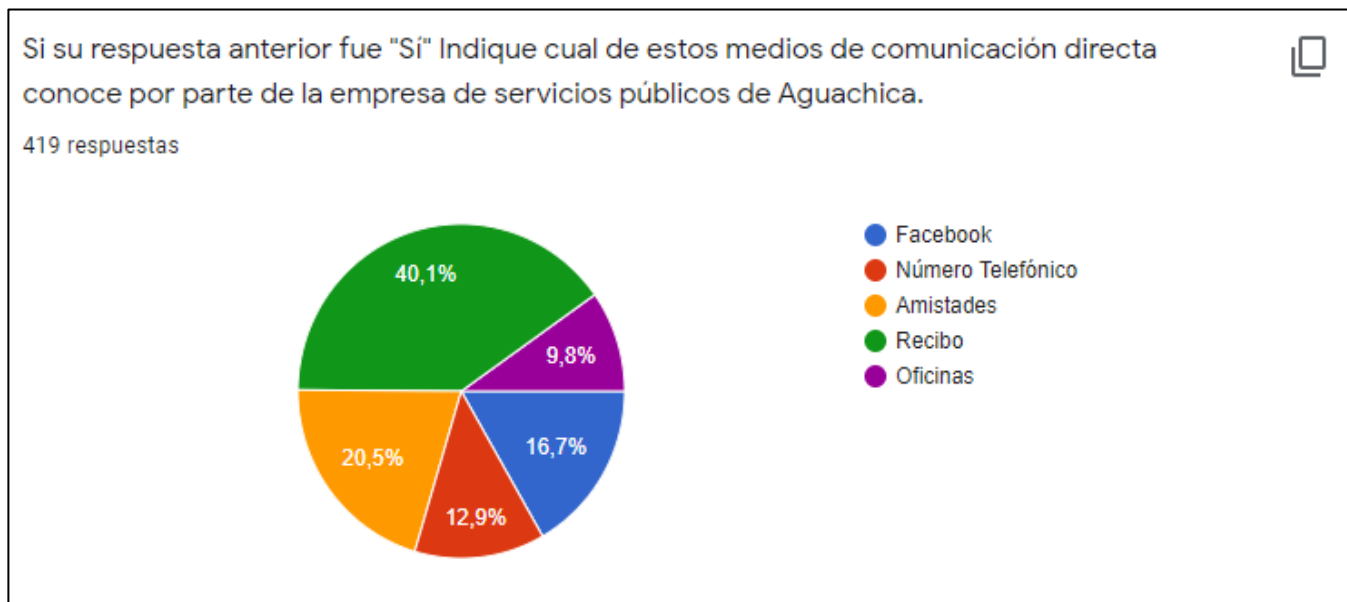
**Figura 10.** Importancia de nuestras publicaciones en las redes sociales de la empresa.

**Análisis:** Con un alto porcentaje de respuesta de respuesta por parte de los usuarios, es de vital importancia dar a conocer todos los trabajos que se realizan desde el interior de la empresa, para que así los usuarios que nos sigan a través de las distintas redes sociales, se enteren del día a día en la ESPA, y de cómo se va mejorando el servicio de acueducto en cuanto a continuidad gracias a cada trabajo operativo, creando posicionamiento y credibilidad para el mejoramiento de la imagen en la población del Municipio de Aguachica.



**Figura 11.** Conocimiento de la comunidad sobre algún medio de comunicación directo con la empresa.

**Análisis:** Este es uno de los conocimientos que más tienen claros los usuarios y se pudo evidenciar gracias al sondeo, pues podemos ver que la mayoría de las personas con un alto porcentaje de respuesta tienen una idea clara de que existe un medio de comunicación directo al cual se pueden comunicar para reportar cualquier clase de daños que se presente en el servicio de acueducto o alcantarillado. Aunque muchas veces los usuarios deciden llamar a las emisoras locales u otros medios a presentar las quejas con malos comentarios sobre la empresa, sin antes haberlos reportado, evidenciando así una falencia por parte de la empresa a la hora de estar pendiente sobre las quejas, reclamos y sugerencias que tienen los usuarios.



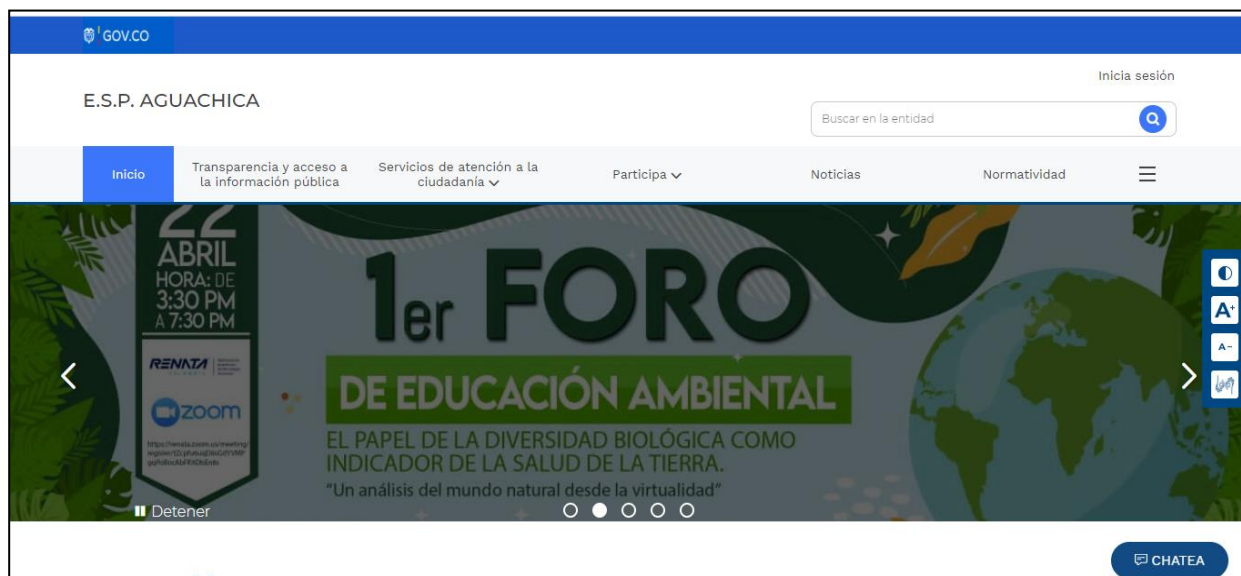
**Figura 12.** Medios de comunicación directo, más conocido por los usuarios.

**Análisis:** La mayoría de las personas que conocen algún medio para comunicarse con la empresa para reportar cualquier daño en el servicio de acueducto y alcantarillado, el medio de comunicación directo con un alto porcentaje de respuestas es el recibo, puesto que se planteó la idea de agregar las líneas de atención y hacer el proceso de comunicación externo más fácil, y ágil a la hora de reportar cualquier daño, los encuestados tenían la opción de seleccionar más de un canal de comunicación directo por el cual les gustaría recibir toda la información que la ESPA desee difundir. Se puede notar que la mayor parte de la población encuestada prefiere informarse a través de los medios de comunicación de más fácil y rápido acceso en la actualidad, como son el recibo, amistades y número telefónico con mayor cantidad de selección como lo muestra la **Figura 12.**

**3.1.2 Objetivo 2:** Diseñar las acciones comunicacionales para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**3.1.2.1 Actividad 1.** Identificar cuáles son los medios de comunicación con los que la empresa cuenta actualmente para el aprovechamiento de estos.

Conocer los canales que la empresa utiliza para transmitir los mensajes e información tanto para el conocimiento de su imagen corporativa (misión, visión, valores corporativos, razón social, logo, servicios). Como para difundir las labores que se realizan y a las cuales la comunidad debe tener conocimiento como lo es la Página Web, Pagina de Facebook la cual cuenta con 1078 seguidores, Instagram con 1005 seguidores y Twitter con 264 seguidores, convenios con emisoras, y con el canal local Mega Red mi TV canal 20, quién se encarga de cubrir eventos para transmitirlos en el canal y sus diferentes plataformas digitales.



**Figura 13.** Perfil página web Institucional. Fuente: Pasante.



Figura 14. Perfil de la red social Facebook. Fuente: Pasante



Figura 15. Perfil de la red social Instagram. Fuente: Pasante





Figura 16. Perfil de la red social Twitter. Fuente: Pasante

En últimas, los periódicos locales mencionan los trabajos e intervenciones realizadas por la empresa, reflejando el sentido de pertenencia de la misma por la ciudad y por su bienestar, un ejemplo de ello se muestra en la **Figura 17** en el que se hace referencia a actividades de limpieza a cargo de la empresa, la ampliación de la cobertura de redes de acueducto y alcantarillado a la comunidad e información general de la misma.



Figura 17. Alianzas con periódicos locales. Fuente: Pasante.

**3.1.2.2 Actividad 2.** Seleccionar los canales de información para fortalecer el posicionamiento de la empresa.

Después de haber identificado los medios de información con los que cuenta la empresa actualmente y según el análisis y tabulación de las preguntas, se seleccionó como medio más importante de comunicación los medios digitales como: Facebook, Instagram, Twitter y Página web Institucional.

Las redes sociales son una revolución comunicativa que le ha permitido al ser humano configurarse de una manera en la que puede tener su propia identidad digital. En esta confluyen deseos, emociones, sentimientos, expectativas, y potencian el acercamiento a otras personas u organizaciones con intereses en común desde cualquier lugar del mundo. (Grupo Bancolombia)

En 2020, un año marcado por la pandemia por el Covid-19 y por los distintos cambios que esto supuso en la vida de las personas como el teletrabajo, la educación virtual, las restricciones de movilidad y de hacer vida social como de costumbre, se evidenció un notable crecimiento en el uso de las redes sociales, es ahí cuando el rol del comunicador social hace énfasis en la importancia de implementar las redes sociales en tiempo de pandemia y su importancia para el crecimiento de las organizaciones y lo útil que pueden llegar a ser para la divulgación de productos y/o servicios sin dejar de posicionar su marca.

**3.1.2.3. Actividad 3.** Seleccionar los canales de información para fortalecer el posicionamiento de la empresa.

Las estrategias de comunicación son un tipo de herramienta de negocio que ayuda a la organización a alinear sus objetivos generales con un plan de marketing enfocado en la consecución de un conjunto de resultados. El diseño de las estrategias de comunicación debe permitir ayudar a la organización a definir, elaborar y lanzar sus mensajes, por cualquier medio y hacia todo tipo de interlocutores de manera efectiva. (EAE business school).

Las estrategias de comunicación están diseñadas para ayudar a la empresa a comunicarse de manera efectiva y cumplir con los objetivos centrales del servicio. Es muy importante que la estrategia de comunicación de una empresa se ajuste a los planes de prensa, relaciones públicas, estrategias web y planes de marketing. (EAE business school).

**Tabla 4.** Plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica E.S.P. a través de las plataformas digitales.	
<b>Planteamiento del Problema</b>	<p>La Empresa de Servicios Públicos de Aguachica es una dependencia de la Alcaldía Municipal, que actualmente no cuenta con los canales de comunicación internos que permitan interactuar directamente con la ciudadanía, como tampoco, un plan de medios donde se transmita información constante a la comunidad de Aguachica, estas falencias dentro de la dependencia se presenta debido a que no cuentan con el personal idóneo para realizar este tipo de funciones en la misma y que permita mejorar el desempeño del área. De allí nace la necesidad de diseñar una estrategia comunicativa para fortalecer los procesos comunicativos, mejorar el flujo de la información a la ciudadanía y darle más visibilidad a las actividades que se desarrollan desde esta área organizacional.</p>
<b>Objetivo General</b>	<p>Diseñar un plan de comunicación interno para el fortalecimiento de la imagen de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica a través de las plataformas digitales.</p>
<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un diagnóstico situacional de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.</li> <li>• Diseñar las acciones comunicacionales para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.</li> <li>• Desarrollar y Ejecutar el plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.</li> </ul>
<b>Justificación</b>	<p>La ejecución de este plan de comunicación es de gran importancia para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, permitirá fortalecer y brindar diferentes soluciones en los procesos comunicativos de la dependencia, dando a conocer las diferentes actividades que desde allí se realizan a través de la divulgación de las mismas por los diferentes medios de comunicación, mitigando de esta manera la falta de interacción con la comunidad y mejorando los flujos de información.</p>

<i>Actividades Generales</i>	<b>Actividades Específicas</b>	<b>Público Meta</b>	<b>Canales y Medio</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Indicadores</b>
	Creación e instalación de carteleras comunicativas.	Usuarios y funcionarios de la empresa.	Físico y/o alternativo.	PQRS de manera virtual por nuestra página web.	Cartelera informativa instalada.
<b><i>Actividades de comunicación Interna</i></b>	Acompañamiento fotográfico a eventos de la empresa.	Usuarios y funcionarios de la empresa.	Físico y medios digitales.	Evidencia de eventos realizados por la empresa.	2 eventos a la semana.
	Publicación de Redacción de comunicados de prensa.	Usuarios que nos Medios de comunicación, usuarios y funcionarios de la empresa.	Internet, Digital, Internet	Actividades Informar a la comunidad por medio de los comunicados.	Publicar todos los 1 o 2 comunicados a la semana.
	Spots radiales	Comunidad Aguachiquense	Radio Tradicional	Mensajes de sensibilización y cultura de pago.	3 spots radiales para difundir todos los días.
	Elaborar piezas gráficas para los distintos eventos de la empresa.	Usuarios que nos siguen en las plataformas digitales.	Internet, Digital	Mensajes alusivos a la actividad por desarrollarse.	6 piezas gráficas realizadas a la semana.

	Edición y publicación de videos institucionales e informativos	Usuarios que nos siguen en las plataformas digitales y comunidad en general.	Audiovisual  Audiovisual	Servicios y actividades que realiza cada área de la empresa.	3 vídeos publicados a la semana.
<b><i>Actividades de clima organizacional</i></b>	Diseñar imágenes y enviar a los funcionarios internos, sobre la importancia de la aplicación del código de integridad en la empresa.	Funcionarios internos de la empresa.  Funcionarios internos de la empresa.	Físico alternativo  Físico alternativo  Físico alternativo	Actividades alusivas al valor del mes, aplicando el código de integridad empresarial.	2 piezas graficas a la semana indicando el valor a trabajar.

Fuente: Pasante

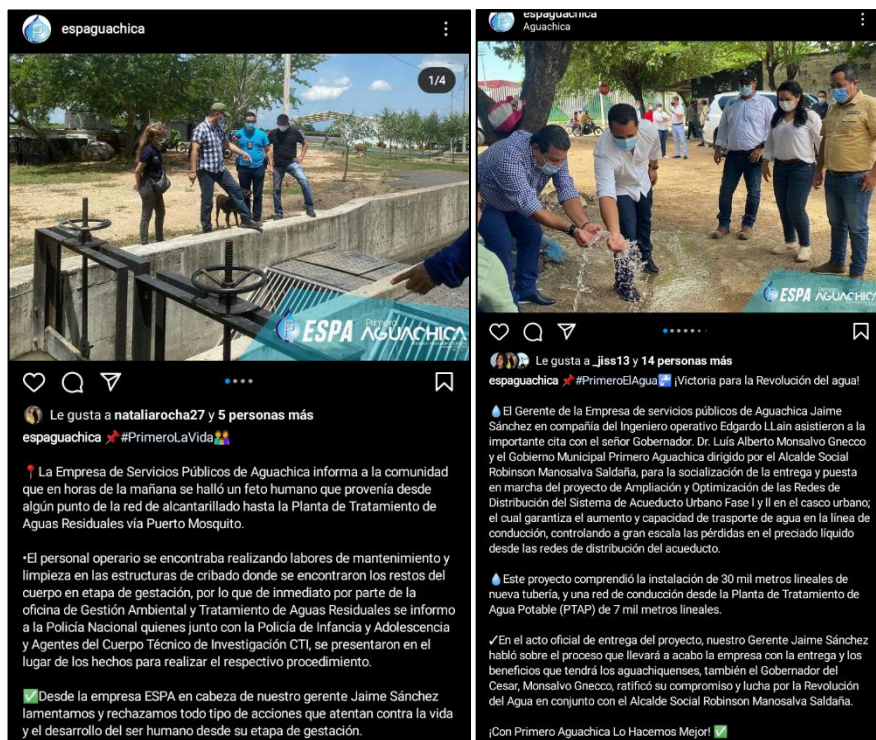
**3.1.3 Objetivo 3.** Desarrollar y Ejecutar el plan de comunicación interno para la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

**3.1.3.1 Actividad 1.** Ejecutar las actividades del plan de comunicación interno para el fortalecimiento y posicionamiento de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica.

Es de gran importancia que la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, diseñe e implemente estrategias comunicativas por medio de un plan de comunicación interno que permitan fortalecer la imagen institucional para interactuar y dar a conocer a la comunidad las diferentes actividades que se ejecutan.

Por tal razón, nace la idea de implementar estrategias como carteleras informativas que ayudan a fortalecer la comunicación interna de la empresa, estratégicamente ubicadas en el auditorio de la empresa y la parte de atención al usuario, ya que estos espacios son los más frecuentados por los usuarios y funcionarios de la empresa, de igual manera buscando fortalecer la comunicación externa se realizó registro fotográficos, piezas publicitarias, spot radiales, producción de material audiovisual para publicar a través de las diferentes redes sociales de la Empresa de Servicios Públicos y así dar a conocer las actividades desarrolladas durante el primer semestre del año 2021, creando espacios de interacción donde las personas puedan conocer la información que desde ahí se produce, para retroalimentar y compartir opiniones en tiempo real e interactuar con otras personas volviendo la información universal y llegando a públicos con necesidades diferentes.

A continuación se muestra el desarrollo de la estrategia de comunicación.



**Figura 18.** Capture de publicaciones de noticias en las redes sociales. **Fuente:** Pasante





Figura 19. Acompañamiento fotográfico a eventos de la empresa. Fuente: Pasante



Figura 20. Pieza gráfica, invitación rendición de cuentas. Fuente: Pasante

**ESPA**

**Horarios de atención al usuario**

*Fugas, rebosamiento y/o obstrucción de alcantarillado*

24/7

Urgencias

Línea de información del área operativa

**HORARIOS DEL SERVICIO DE ACUEDUCTO**  
LUNES a VIERNES  
7:00 A.M. 12:00 P.M.  
2:00 P.M. 5:00 P.M.

**3233605158**

espaguachica

espaguachica 📍 La Empresa de Servicios Públicos de Aguachica activa la nueva línea del área operativa donde se le dará respuesta a los usuarios como: horario del servicio de acueducto y para reporte de daños, fugas, rebosamiento y/o obstrucción de alcantarillado.

✓ Cabe resaltar que el horario de atención es de lunes a viernes de 7:00AM a 12:00 del medio día y de 2:00 PM a 5:00PM.

Línea telefónica 📞 🏠 323-360-5158

18 sem

ecocircular21 Hola 😊

Les gusta a ediany\_acosta y 5 personas más

23 DE MARZO

**Figura 21.** Pieza gráfica, nueva línea de atención para reporte de daños, fugas y demás. **Fuente:** Pasante.

**Día Internacional de la Madre Tierra**

22 DE ABRIL

**ESPA**  
Empresa de Servicios Públicos de Aguachica

*"El papel de la diversidad biológica como indicador de la tierra"*

**LA ESPA SIEMBRA VIDA**

Lugar: El bosque del agüil

primero AGUACHICA

espaguachica Aguachica, Cesar

espaguachica 📍 #PrimeroElAgua ¡Somos una empresa con Responsabilidad Social y Ambiental!

🌱 La Empresa de Servicios Públicos de Aguachica conmemora el día Internacional de la Madre Tierra, realizando una jornada de limpieza, embellecimiento y siembra de árboles de distintas especies en nuestra reserva hídrica El Bosque del Agüil, enfocada en la preservación de este gran ecosistema.

🚧 Esta actividad se llevará a cabo bajo los protocolos de Bioseguridad.

#RobinsonManosalvaAlcaldeSocial  
#JaimeSanchezGerente

Les gusta a ediany\_acosta y 3 personas más

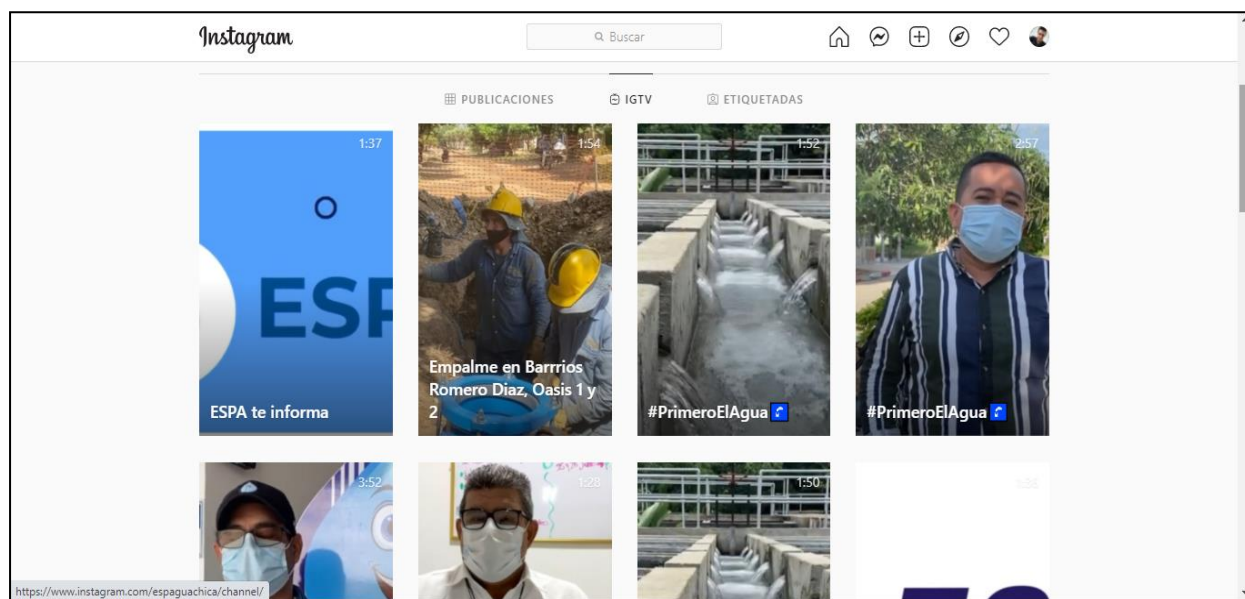
19 DE ABRIL

Agrega un comentario... Publicar

**Figura 22.** Volantes de participación ambiental. Fuente: Pasante



**Figura 23.** Comunicados a la opinión pública. **Fuente:** Pasante



**Figura 24.** Vídeos institucionales e informativos. **Fuente:** Pasante

**ESPA**  
**COMUNICADO A LA OPINIÓN PÚBLICA**

La Empresa de Servicios Públicos de Aguachica informa a la comunidad que **debido a trabajos de empalme** que tienen como fin **mejorar la presión del servicio** del (sector **OASIS 1 y 2**) el día de ayer en las horas de la tarde se presentó turbidez en el servicio del agua potable.

Hasta la presente el servicio **ya se encuentra activo y en actas condiciones para el consumo**, se le recuerda a la comunidad que el servicio para ese sector estará hasta **mañana en las horas de la tarde**.

Estamos trabajando arduamente para mitigar estos inconveniente, agradecemos a todos los usuarios por su comprensión.

f @ @ESP Aguachica < www.esp-aguachica-cesar.gov.co

espaguachica  
#comunicadoalaopiniónpública  
Información para la comunidad aguachiquense

¡Trabajamos para garantizar un servicio de acueducto y alcantarillado eficiente, con calidad para los Aguachiquenses!

#ESPAsomostodos  
#JaimeSanchezGerente

3 Me gusta  
HACE 5 DÍAS

Agrega un comentario... Publicar

**Figura 25.** Pieza gráfica informativa. **Fuente:** Pasante

Watch Inicio Directo Programas Videos guardados Tu lista

Busca videos

Mito Canal 20  
22 de julio a las 19:40 · Siguiendo

La empresa de servicios públicos de Aguachica adelantó la construcción de un nuevo manhole en una de...  
Ver más

Más relevantes

Majo Sanchez  
Me gusta · Responder · 2 d

Patricia Salazar

ESPA CONSTRUYÓ NUEVO MANHOLE EN EL ROMERO DÍAZ


**Figura 26.** Alianzas con demás medios del municipio. **Fuente:** Pasante

## BUEN USO DEL ALCANTARILLADO

### ¡6 Consejos Para Cuidar El Alcantarillado !

El alcantarillado está formado por redes de tuberías situadas en el subsuelo y su única parte visible son las tapas de las alcantarillas. Es por eso que el cuidado del alcantarillado es primordial para mantener la salud tanto de las tuberías como de la vida en general.

- Recoge los cabellos que hayan caído al peinarte para que no entren por el desagüe.
- Evita arrojar en el inodoro toallas de papel, compresas, o algodones. De esta manera evitaras obstruir la tubería.
- Denuncia el robo de tapas de alcantarillado que pone en peligro tu seguridad en la calle.
- Asegúrate que todos los sumideros de la casa disponen de una rejilla que evite el paso de residuos al desagüe.
- No arrojes desperdicios, grasas, residuos sólidos o sobras de comida por el desagüe del fregadero.
- Los hosteleros deben reciclar el aceite sobrante y nunca eliminarlo por los desagües. Es recomendable verter la grasa en recipientes y llevarla a un punto limpio

#PrimerolaAgua 

**Figura 27.** Pieza grafica buen uso del alcantarillado. **Fuente:** Pasante

## La importancia de un medidor en casa

 #PrimerolaAgua

-  Los medidores permiten conocer detalladamente la cantidad de líquido que se está utilizando.
-  La facturación será de acuerdo al consumo, es decir, no hay tarifa fija.
-  Nos permite llevar un mejor control del consumo.
-  Contribuimos con el cuidado, ahorro y uso eficiente del agua.
-  Damos cumplimiento a la Ley 142 de 1994 art. 146

**Figura 28.** Pieza grafica la importancia del medidor en casa. **Fuente:** Pasante



**Figura 29.** Pieza grafica toma de lectura. **Fuente:** Pasante



**Figura 30.** Día Mundial del agua. **Fuente:** Pasante

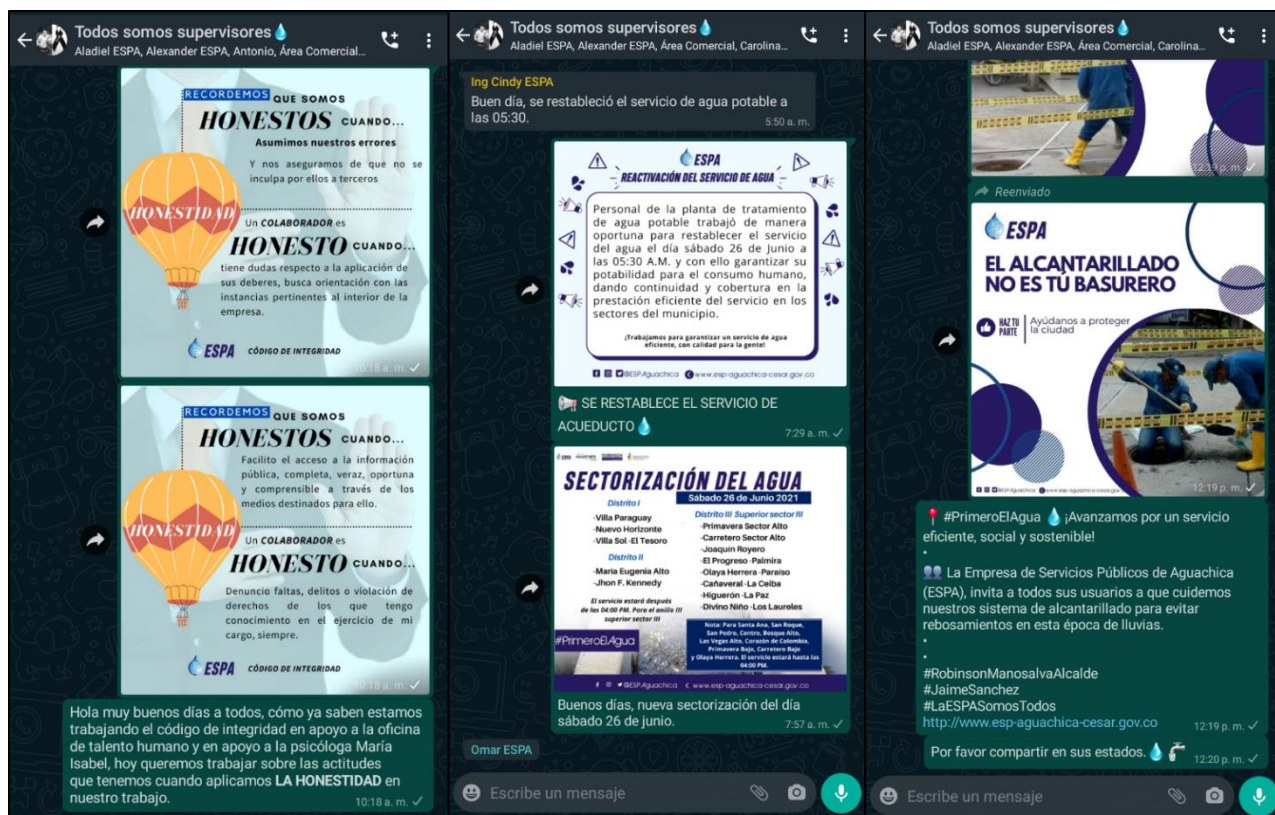


Figura 31. Actividades de clima organizacional con el código de integridad. Fuente: Pasante



Figura 32. Sembratón en articulación a otras entidades. Fuente: Pasante

#### **Capítulo 4. Diagnóstico final**

Durante el tiempo de las pasantías, se aprovecharon todos los medios de comunicación y las plataformas digitales, para difundir información de los trabajos y actividades realizadas por la empresa, debido a que anteriormente se utilizaban estos medios pero no lo suficiente.

Además se realizaron volantes, afiches, imágenes, videos y cuñas radiales propias de la empresa que ayudaban a alimentar las diferentes plataformas digitales y medios de prensa, por los cuales se envían mensajes sobre la empresa generando recordación en los usuarios, a su vez creando posicionamiento en el municipio mostrando el nombre actual de la empresa.

Todas las actividades realizadas durante la estancia en la empresa, fueron enmarcadas en mejorar la imagen y el reconocimiento de la empresa ante la comunidad de Aguachica, brindando espacios de participación ciudadana y Responsabilidad Social Empresarial y Ambiental.



## Capítulo 5. Conclusiones

Como resultado del desarrollo de las pasantías en la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica realizando el diseño de la estrategia de comunicación para el posicionamiento y su mejoramiento de la imagen, se obtuvieron las siguientes conclusiones:

El sondeo realizado para el diagnóstico situacional de la comunicación externa de la empresa, nos ayudó a evidenciar los parámetros que debe mejorar y trabajar fuertemente la Empresa de Servicios Públicos para dar a conocer datos puntuales de la empresa, lo cuales son de gran importancia con el fin de consolidarse ante la comunidad y crear una buena imagen en los usuarios.

Se elaboró el plan de comunicación interno, permitiendo establecer los procesos a llevar a cabo en cuanto a la divulgación de información de la empresa y las relaciones públicas, lo cual es primordial para el reconocimiento de la empresa, es decir, aparecer constantemente en los medios masivos y alternativos de comunicación para crear recordación en sus usuarios y las publicaciones constantes en las plataformas digitales.

Se llevó a cabo una serie de actividades que corresponden al trabajo de un comunicador social organizacional, encaminadas al mejoramiento de la comunicación interna y externa de la empresa, siendo eficaz, eficiente y recursivo a la hora de implementar dichas actividades.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Con el fin de continuar con la implementación del plan de comunicación interno es recomendable contar con una persona que se encuentra capacitada y esté con la mejor disposición para realizar cada una de las actividades establecidas en el documento.

Se recomienda que la persona encargada de ejecutar la estrategia, mantengan una buena comunicación con las demás áreas que conforman la empresa, así mismo, debe estar informado de todo lo que ocurra o se comente de la empresa.

Por último, para llevar a cabo todo lo plasmado en la estrategia de comunicación de la Empresa de Servicios Públicos de Aguachica, es necesario que se constituya la oficina como tal de Gestión Social y Comunicaciones, con el objetivo de destinar suficientes recursos para cumplir con las estrategias establecidas allí, así contar con las herramientas que ayuden a la recordación de la marca en los usuarios.

## Referencias

Arroyo Carbonell, A. (2014). Sueños, objetivos y metas. Recuperado el 15 de 12 de 2018, de <http://blog.lasleyesdelexito.com/diferencias-entre-suenos-objetivos-y-metas/>.

Cca. (2012). Redacción y análisis de la información. Recuperado el 16 de 12 de 2018, de [http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/principal\\_com.htm](http://www.cca.org.mx/lideres/cursos/redaccion/comunicacion/principal_com.htm).

ESPA. (2017). Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. Obtenido de <http://www.espaguachica.cesar.gov.co/es/acerca-de-la-entidad/estructura-organizacional>.

Facebook. (2018). Empresa de Servicios Públicos de Aguachica. Obtenido de [https://www.facebook.com/pg/Empresa-De-Servicios-P%C3%BAblicos-De-Aguachica1085917118089488/videos/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/pg/Empresa-De-Servicios-P%C3%BAblicos-De-Aguachica1085917118089488/videos/?ref=page_internal).

Kreps, G. (2015). Tecnología de la comunicación y la salud: el advenimiento de las aplicaciones de salud en línea. California.

Melchor, M. (2016). 8 pasos para establecer una comunicación externa eficaz. Recuperado el 16 de 12 de 2018, de <https://www.mariamelchor.com/blog/8-pasos-para-establecer-unacomunicacion-externa-eficaz>.

Meza Martinez, J. (2018). La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo. Recuperado el 16 de 12 de 2018, de <https://blog.grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-laempresa-conecta-mundo/>

Mintzberg, H. (1994). The Rise and Fall of Strategic Planning: Reconceiving the Roles for Planning, Plans. Montreal.

Velasco, M. d., & Nosnik, A. (1988). Comunicación organizacional práctica, México.

<https://retos-directivos.eae.es/ejemplos-de-empresas-con-buenas-estrategias-de-comunicacion/#:~:text=Las%20estrategias%20de%20comunicaci%C3%B3n%20est%C3%A1n,web%20y%20planes%20de%20marketing.>