

| | | | | |
|---|---|---------------------|-------------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 08-07-2021 | B |
| Dependencia | Aprobado | Pág. | | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | i(110) | | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | | | |
|--|---|----------------|---------|
| AUTORES | Hilaris Camila Cogollo Vega | | |
| FACULTAD | Educación, Artes Y Humanidades | | |
| PLAN DE ESTUDIOS | Comunicación Social | | |
| DIRECTOR | Msc. Carlos Adrián Jesús Sánchez García | | |
| TÍTULO DE LA TESIS | Diseño E Implementación De Estrategia Comunicativa Para El Fortalecimiento De La Imagen Corporativa De La Empresa De Servicios Públicos Aaa De La Jagua S.A “E.S.P” | | |
| TITULO EN INGLES | Design and Implementation of Communication Strategy to Strengthen the Corporate Image of the Public Services Company Aaa De La Jagua S.A “E.S.P” | | |
| RESUMEN (70 palabras) | | | |
| El presente proyecto evidencia el propósito de fortalecer los canales de comunicación externa de la empresa aaa de la jagua de Ibirico, a través de una estrategia comunicativa. La propuesta muestra la creación y diseño de una estrategia mediante el dinamismo, la actualización y la mejora continua de los contenidos creados tengan un mayor reconocimiento y credibilidad en la comunidad, logrando obtener más beneficios y mayor interacción con los usuarios. | | | |
| RESUMEN EN INGLES | | | |
| This project demonstrates the purpose of strengthening the external communication channels of the company aaa de la jagua de Ibirico, through a communication strategy. The proposal shows the creation and design of a strategy through dynamism, updating and continuous improvement of the content created to have greater recognition and credibility in the community, achieving more benefits and greater interaction with users. | | | |
| PALABRAS CLAVES | Comunicación Externa, reconocimiento, dinamismo, credibilidad en la comunidad. | | |
| PALABRAS CLAVES EN INGLES | External communication, recognition, dynamism, credibility in the community. | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| PÁGINAS: 110 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: | CD-ROM: |

Diseño e implementación de estrategia comunicativa para el fortalecimiento de la imagen corporativa de la empresa de servicios públicos AAA de La Jagua S.A “E.S.P”

Hilaris Camila Cogollo Vega

Facultad De Educación, Artes Y Humanidades, Universidad Francisco De Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Msc. Carlos Adrián Jesús Sánchez García

24 marzo de 2022

Dedicatoria

A Dios por su sabiduría y fuerza para obtener uno de los logros más importantes de mi vida, a mis padres, gracias de sobremanera por su amor y sacrificios todos estos años, a mis hermanos, sin duda, mil gracias a ustedes por su cariño, compañía y apoyo moral, a mis tías, gracias por confiar en mis capacidades y por sentirse orgullosas de cada cosa que he logrado, aunque sea pequeña. Gracias a ustedes que, sin duda, han sido mi principal motivación para llegar hasta aquí.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por su infinita misericordia, por bendecirme con vida y salud a lo largo del camino. Gracias Padre por ser mi fuerza y aliento en la felicidad y dificultad.

Me agradezco a mí, por seguir fuerte durante este proceso, porque, aunque quise desfallecer muchas veces siempre tuve a mi lado ángeles terrenales que me brindaban palabras de aliento y fuerza para continuar.

Le agradezco a mis padres Fidel y Cruz Elena por enseñarme a ser responsable y por la confianza que depositaron en mí, por ser mis principales motivadores y los dueños de todas las cosas buenas que he logrado hasta hoy. Gracias por los valores, consejos y principios que me han inculcado.

Agradezco enormemente a la vida y al universo por haberme puesto en el lugar correcto, mi casa de estudios Universidad Francisco de Paula Santander, Ocaña, a mis docentes de la Escuela de Comunicación Social, gracias por haber compartido su invaluable conocimiento a lo largo de mi preparación, gracias por enseñarme crecer como persona y profesional. Con mucho cariño, envío un abrazo a mi tutor de mi proyecto de pasantía Carlos Adrián Sánchez García, quien, con mucha paciencia y dedicación, me ha guiado para obtener excelentes resultados.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Capítulo 1. Diseñar Una Estrategia Comunicativa Para Fortalecer Los Canales De Comunicación Externa De La Empresa De Servicios Públicos Aaa De La Jagua S.A. E.S.P. | 11 |
| 1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA..... | 11 |
| 1.1.1 Misión..... | 12 |
| 1.1.2 Visión..... | 12 |
| 1.1.3 Objetivos De La Empresa..... | 13 |
| 1.1.4 Descripción De La Estructura Organizacional..... | 14 |
| 1.1.5 Descripción De La Dependencia Asignada..... | 15 |
| 1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA..... | 17 |
| 1.2.1 Planteamiento Del Problema..... | 18 |
| 1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA..... | 19 |
| 1.3.1 General..... | 19 |
| 1.3.2 Específicos..... | 19 |
| 1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA..... | 20 |
| Capítulo 2.Enfoque Referencial | 21 |
| 2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL..... | 21 |
| 2.1.1 Imagen Corporativa..... | 21 |
| 2.2 MARCO LEGAL..... | 23 |
| Capítulo 3.Informe De Cumplimiento Del Trabajo | 26 |
| 3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS..... | 26 |
| 3.1.1 Objetivo 1. Realizar Un Diagnóstico De La Comunicación Externa De La Empresa De Servicios Públicos Aaa De La Jagua S.A E.S.P. | 26 |
| 3.1.2 Objetivo 2. Desarrollar Actividades Que Promuevan La Imagen E Identidad Institucional De La Empresa De Servicios Públicos Aaa De La Jagua..... | 40 |
| Capítulo 4.Diagnóstico Final | 79 |
| Capítulo 5.Conclusiones | 81 |
| Capítulo 6.Recomendaciones | 83 |
| Referencias | 85 |
| Apéndice | 87 |

Lista de figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1 Estructura organizacional de AAA de La Jagua S.A. “E.S.P”. | 15 |
| Figura 2 Montaje y diseño de la encuesta virtual. | 27 |
| Figura 3 91 respuestas que corresponden al tamaño de la muestra escogida para la Realización de la encuesta. | 28 |
| Figura 4 Análisis de las encuestas realizadas a los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P | 29 |
| Figura 5 1. ¿Reconoce usted la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio? | 30 |
| Figura 6 2. ¿Cree usted que la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua presta un buen servicio? | 31 |
| Figura 7 3. Identifica usted a la Empresa de Servicios Públicos de la Jagua cómo: | 32 |
| Figura 8 4. ¿Conoce usted alguna forma de comunicación directa con la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua para reportar daños en alcantarillado o acueducto? | 33 |
| Figura 9 5. ¿Reconoce fácilmente el logo de la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico? | 34 |
| Figura 10 6. ¿Por cuál medio se entera de la información institucional que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico? | 35 |
| Figura 11 7. ¿Cuál de los canales de atención ha utilizado para colocar una petición, queja o reclamo? | 36 |
| Figura 12 8. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada u ofrecida por parte de los colaboradores de la empresa? | 37 |
| Figura 13 9. ¿Para usted la información institucional o mensajes institucionales que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico? | 38 |
| Figura 14 10. ¿La Empresa AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P le explica a usted la causa de las suspensiones del servicio de agua potable? | 39 |
| Figura 15 Diseño de fondo de pantalla para redes sociales y equipos de la empresa | 44 |
| Figura 16 Fondo de pantalla en computadores de la empresa | 45 |
| Figura 17 Portada de fan page en Facebook | 45 |
| Figura 18 Diseño de arte para factura mes de octubre de acueducto y alcantarillado | 46 |
| Figura 19 Diseño de pieza para informar a los usuarios sobre variaciones en el servicio de acueducto | 47 |
| Figura 20 Publicación en Instagram de nuestra sesión trabajo en equipo. | 48 |
| Figura 21 Publicación en Instagram de nuestra sesión informativa sobre el proceso de Captación y tratamiento del agua. | 49 |

| | | |
|-----------|--|----|
| Figura 22 | Publicación en Instagram de nuestra sesión ‘Flash verde’ | 50 |
| Figura 23 | Imagen donde se ven los spots publicitarios grabados y listos para usar en cada actividad. "Verde" | 51 |
| Figura 24 | Imagen del guion radial de los spots publicitarios | 52 |
| Figura 25 | Publicación en Facebook sobre charlas educativas de ‘Ahorro y Uso eficiente del agua’ | 53 |
| Figura 26 | Publicación en Facebook sobre charlas educativas de ‘Ahorro y Uso eficiente del agua’ | 53 |
| Figura 27 | Creación de publicidad para ‘AAA en tu barrio’ | 54 |
| Figura 28 | Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo | 55 |
| Figura 29 | Publicación de video en Facebook sobre fuerte creciente del rio Sororia | 56 |
| Figura 30 | Publicación en Facebook sobre fortalecimiento al programa ‘Gestión Social’ | 56 |
| Figura 31 | Acompañamiento y representación de la empresa en actividad lúdica recreativa | 57 |
| Figura 32 | Creación de publicidad para ‘AAA en tu barrio’ | 58 |
| Figura 33 | Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales | 59 |
| Figura 34 | Creación de publicidad para ‘AAA en tu barrio’ | 60 |
| Figura 35 | Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales | 63 |
| Figura 36 | Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo | 64 |
| Figura 37 | Diseño de arte para factura del mes de noviembre de acueducto y alcantarillado | 65 |
| Figura 38 | Diseño de flyer para historias de redes sociales | 66 |
| Figura 39 | Diseño de flyer para historias de redes sociales | 66 |
| Figura 40 | Diseño de flyer para historias de redes sociales | 67 |
| Figura 41 | Diseño de flyer animado para historias de redes sociales | 68 |
| Figura 42 | Diseño de flyer animado para historias de redes sociales | 69 |
| Figura 43 | Paga sin salir de casa, diseño para mitigar la propagación de la covid 19 | 70 |
| Figura 44 | Diseño sobre la importancia de las tapas de inspección de alcantarillado | 71 |
| Figura 45 | Diseño ‘Estar en línea con la AAA’ para redes sociales | 72 |
| Figura 46 | Diseño para historias de redes sociales | 73 |
| Figura 47 | Diseño actualización de puntos de pago | 74 |
| Figura 48 | Vista previa del inicio del sitio web | 75 |
| Figura 49 | Vista previa de la sesión últimas noticias en el sitio web | 76 |
| Figura 50 | Vista previa de la sesión noticias y el ítem ‘Bitácora’ en el sitio web | 76 |
| Figura 51 | Vista previa de la sesión videos en el sitio web | 77 |

Lista de cuadros

| | |
|---|----|
| Cuadro 1 Matriz DOFA – Análisis DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua S.A. “E.S.P” | 17 |
| Cuadro 2 Descripción de las actividades a desarrollar..... | 20 |
| Cuadro 3 Matriz De Actividades Para El Fortalecimiento De La Imagen Corporativa De La Empresa De Servicios Públicos AAA De La Jagua De Ibirico S.A E.S.P | 40 |
| Cuadro 4 Cronograma de actividades del proyecto de investigación | 87 |

Lista de apéndices

| | |
|--|-----|
| Apéndice A. Cronograma de actividades del proyecto de investigación..... | 87 |
| Apéndice B. Encuesta aplicada a la comunidad | 88 |
| Apéndice C. Guion para spots radiales acerca del conocimiento de la empresa, puntos de pago y buenas prácticas de acueducto y alcantarillado. | 90 |
| Apéndice D. Información a la comunidad. | 92 |
| Apéndice E. Publicidad en modalidad de perifoneo en diferentes sectores del municipio. | 93 |
| Apéndice F. Apoyo en entrega de facturas en urbanizaciones del municipio. | 94 |
| Apéndice G. Apoyo a AAA en tu barrio..... | 95 |
| Apéndice H. Creación de logo ‘Club defensores del agua’ | 96 |
| Apéndice I. Creación de portada para ‘Informe de gestión’ | 97 |
| Apéndice J. Creación de logo para ‘Gestión social’ | 98 |
| Apéndice K. Fotografía del logo para ‘Gestión social’ | 99 |
| Apéndice L. Diseño de invitaciones a cena navideña. | 100 |
| Apéndice M. Presentación de cena navideña..... | 101 |
| Apéndice N. Tarjeta de ‘feliz año nuevo’..... | 102 |
| Apéndice O. Apoyo a ‘lectura de micro medidores de acueducto’. | 103 |
| Apéndice P. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 1 a 3 | 104 |
| Apéndice Q. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 4 a 7..... | 105 |
| Apéndice R. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 8 a 11 | 106 |
| Apéndice S. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 12 a 15 | 107 |
| Apéndice T. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 16 a 17 | 108 |

Resumen

El presente proyecto evidencia el propósito de fortalecer los canales de comunicación externa de la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico, a través de una estrategia comunicativa. La propuesta muestra la creación y diseño de una estrategia mediante el dinamismo, la actualización y la mejora continua de los contenidos creados tengan un mayor reconocimiento y credibilidad en la comunidad, logrando obtener más beneficios y mayor interacción con los usuarios.

Introducción

La comunicación externa es fundamental para una empresa y su utilización ha tomado cada vez más fuerza en las organizaciones, siendo esta una gran oportunidad para llegar a más personas con sus servicios y productos. Para lograr el fortalecimiento de la comunicación externa en la Empresa AAA, se enfocó en una estrategia comunicativa que buscó posicionarla a nivel local.

Este documento muestra la ejecución de una estrategia de comunicación externa, que logró mejorar y fortalecer mediante el área de comunicaciones y los contenidos producidos por la misma a la empresa.

Desde el inicio podemos encontrar de manera general la descripción de la Empresa, seguido el diagnóstico tipo FODA al área asignada, planteamiento del problema, objetivos del proyecto, actividades y el cronograma referente al cumplimiento de la ejecución del proyecto. En el capítulo dos se sitúa el enfoque conceptual y el enfoque legal, teniendo como base las leyes a las que se acopló; en el tercer capítulo aparecen los resultados obtenidos debido al cumplimiento de las actividades trazadas dentro del plan de trabajo partiendo de un objetivo general y dos objetivos específicos.

Al finalizar, encontramos el diagnóstico final, conclusiones y recomendaciones realizadas por la autora del proyecto realizadas a la entidad, candidata a optar el título de comunicador social.

Capítulo 1. Diseñar una estrategia comunicativa para fortalecer los canales de comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A.

E.S.P.

1.1 Descripción breve de la empresa

“La Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo del municipio de La Jagua de Ibirico - Cesar S.A E.S. P – “AAA DE LA JAGUA DE IBIRICO S.A. E.S.P” atiende la prestación de los servicios públicos domiciliarios de acueducto y de alcantarillado en el municipio de la Jagua de Ibirico, Cesar, fue constituida el 27 de junio de 2014; posteriormente inicia su operación el 10 de noviembre del año en mención. La fundación de la misma se da gracias a la gestión de quien fuese el mandatario municipal en el periodo 2012-2015 Didier Lobo Chinchilla”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

“La AAA de La Jagua de Ibirico S.A. E.S.P es una empresa de sociedad anónima mixta deservicios públicos, constituida conforme a las disposiciones de la Ley 142 de 1994, en concordancia con el artículo 110 y s.s del Código de Comercio, es conformada por 13 acciones, donde el mayor accionista es el Municipio de La Jagua de Ibirico”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

“Actualmente la empresa AAA se encarga de prestar los servicios públicos domiciliarios, brindando un eficiente servicio de acueducto y alcantarillado a la comunidad, y su propiciar es contribuir de manera objetiva a que el preciado líquido llegue y sea accesible para todos, para así aportar a la mejora de la calidad de vida de los habitantes del municipio. La tarifa estimada está clasificada de acuerdo a las leyes que rigen a las empresas de servicios públicos, según dato

tomado en el año 2021 la clasificación es la siguiente: Acueducto: 11,822, Alcantarillado: 6,536”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014).

1.1.1 Misión

“Garantizar la prestación de los servicios públicos domiciliarios de Acueducto y Alcantarillado contribuyendo al mejoramiento de la sostenibilidad ambiental, económica, social y a la calidad de vida de la población del municipio de la Jagua de Ibirico, Cesar, con el cumplimiento de los estándares de calidad y eficiencia empresarial definidos para el sector y la normatividad ambiental vigente”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

1.1.2 Visión

“La empresa AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P. Se proyecta para el año 2025 ser una empresa competitiva en la prestación de los servicios públicos domiciliarios, mediante la implementación de procesos de mejoramiento continuo, logrando prestar el servicio al 100% del municipio de La Jagua de Ibirico incluyendo la cabecera municipal, y los corregimientos de La Victoria, La Palmita y Boquerón con óptimas condiciones en términos de calidad, continuidad y cobertura, satisfaciendo las necesidades humanas de la población con los mejores índices de gestión ambiental, administrativa, comercial y financiera, siendo solidarios con la comunidad y el medio ambiente; apuntándole a los valores, la ética y la justicia social”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

1.1.3 *Objetivos de la empresa*

Objetivo 1. Establecer las acciones necesarias que conduzcan a la satisfacción plena de las necesidades de los usuarios, contribuyendo a mejorar su calidad de vida.

Objetivo 2. Contribuir con la mejora del medio ambiente, realizando acciones que mitiguen la contaminación de suelos y los recursos hídricos.

Objetivo 3. Tener una guía principal para la toma de decisiones durante la vigencia 2021- 2023, que conduzca al desarrollo y fortalecimiento institucional, tanto en lo económico como en lo social.

Objetivo 4. Ejecutar actividades con la comunidad para el fomento del bienestar social.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

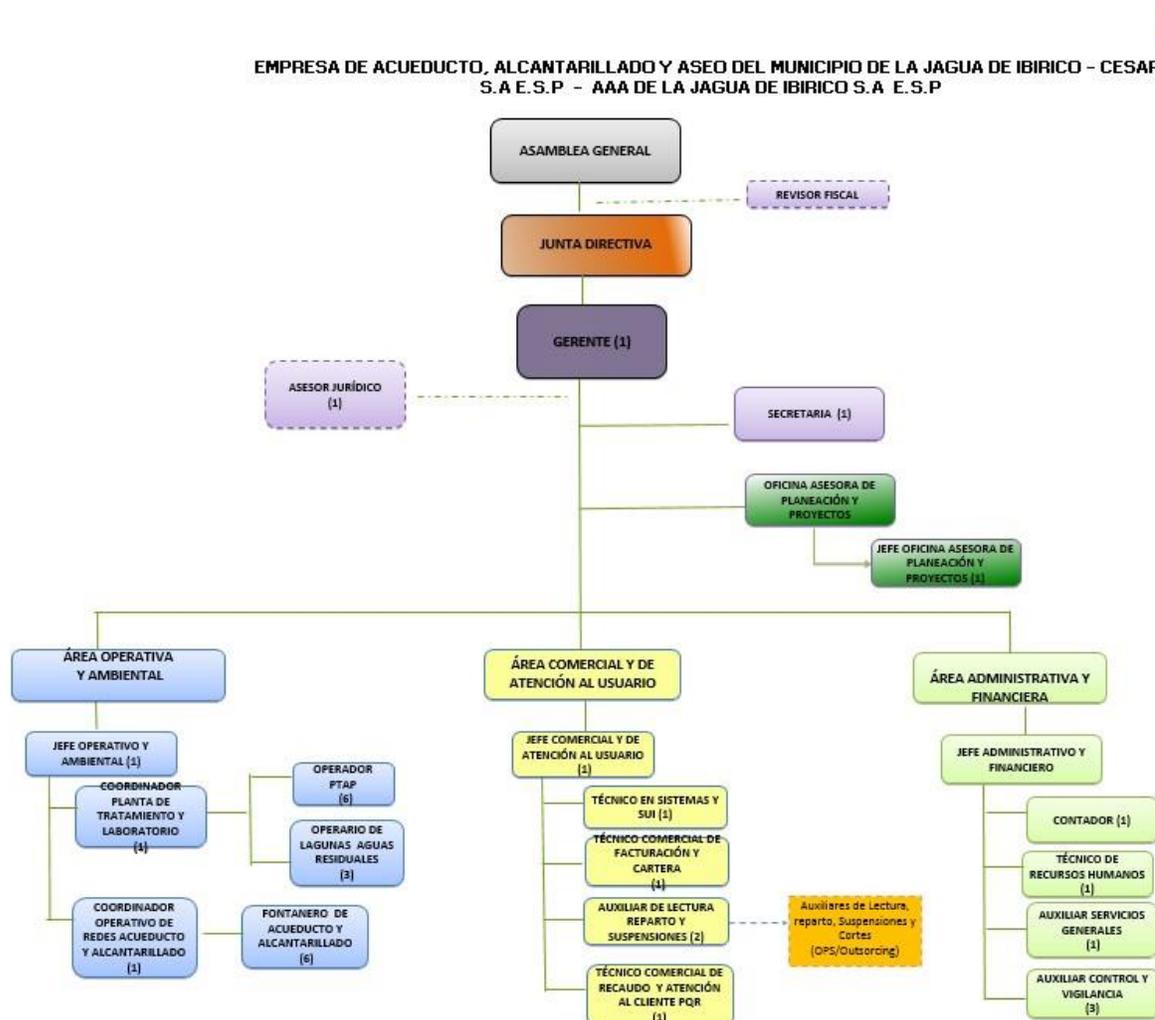
La estructura organizacional de la empresa se ve representada en un organigrama mixto que conserva los niveles jerárquicos distribuidos según la importancia de las dependencias.

Por otro lado, este tipo de organigrama reconoce el control y organización para prestar de manera eficiente los servicios domiciliarios, permitiendo que cada área y los empleados, tengan claro su rol e importancia dentro de la misma.

De esta forma ayudan a optimizar la prestación de los servicios de acueducto y alcantarillado en el municipio. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

Figura 1

Estructura organizacional de AAA de La Jagua S.A. "E.S.P".



Nota. Empresa de Acueducto, Alcantarillado y Aseo del Municipio de la Jagua de Ibirico- Cesar S.A.E.S.P Organigrama. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014)

1.1.5 Descripción de la dependencia asignada

La Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua no cuenta con un área de comunicaciones, ha contado con distintas plataformas institucionales para la creación y

divulgación de la información, sin embargo, presentan grandes falencias debido a que, no contratan al personal idóneo para llevar a cabo los procesos comunicativos.

Casado firma que “las empresas cada vez son más parecidas en cuanto a lo que ofrecen a sus públicos estratégicos. Lo que las hace realmente diferentes, son intangibles como su reputación corporativa, su marca, su compromiso con sus públicos, sus valores de identidad, y su cultura corporativa o forma de trabajar e interactuar con sus públicos (su verdad, credibilidad, ética y confianza)”. (Casado, 2011)

Al mismo tiempo, carece de personal capacitado para el manejo idóneo de herramientas de edición de videos y creación de piezas gráficas. Además, la Empresa no cuenta con herramientas ni equipos que se requieren para el total cumplimiento de las actividades en la misma.

Para la realización de este diagnóstico inicial, se utilizó la técnica de recolección de datos de observación directa, la cual permitió determinar lo siguiente:

La Empresa no cuenta con herramientas que permitan un mayor reconocimiento de la misma, se logró evidenciar desconocimiento y poca participación por parte de los empleados en las redes sociales. Existe la necesidad urgente de crear nuevos espacios para que la comunidad conozca las acciones diarias que se llevan a cabo en la empresa. Adicional a lo anterior, se ha percibido la necesidad de fortalecer el buen nombre de la empresa con los medios de comunicación locales, con el fin de generar recordación en los usuarios y para que se pueda poner en práctica el buen uso del patrimonio de la empresa.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Cuadro 1

Matriz DOFA – Análisis DOFA de la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua S.A.
“E.S.P”

| | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|--|
| FACTORES INTERNOS | Cuentan con medios de comunicación interna como carteleras, cartas y memorandos. Tienen acceso a internet y a un correo corporativo. Cuentan con plataformas sociales, conocidas como ‘redes sociales’, (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Página Web). Colaboradores con talento humano calificado. | Falta de herramientas audiovisuales. Apatía de los funcionarios al replicar las actividades realizadas por la empresa. Falta de reconocimiento del nombre de la empresa a la comunidad. No existe departamento de Comunicaciones. |
| FACTORES EXTERNOS | | |
| OPORTUNIDADES | F - O | D - O |
| Utilizan redes sociales como herramienta de comunicación y divulgación de información. Lograr un mayor reconocimiento y posicionamiento local de la Empresa. Creación de estrategias de comunicación externa Incentivar la confianza y el sentido de pertenencia de los empleados. | Aprovechar el compromiso que tienen los colaboradores con la empresa y crear contenidos audiovisuales sobre su labor en la empresa. | Renovar y mejorar el manejo de las redes sociales para posicionar la empresa Crear contenidos de mejor calidad con el fin de mostrar y preservar nuestro patrimonio, permitiendo que este sea conocido a nivel local. |
| AMENAZAS | F - A | D - A |
| Poca credibilidad Desconocimiento por parte de la comunidad de los avances desarrollados en la entidad Detrimiento de imagen corporativa Insatisfacción de la comunidad por falta de agua permanente y potable. No existe cultura de pago del servicio por parte de los usuarios. | Llevar a cabo procesos de comunicación de forma clara entre colaboradores para obtener como resultado la divulgación de contenidos llamativos. | Diseñar estrategias creativas, partiendo del buen manejo de los equipos y herramientas para crear buenos contenidos aud. |

Nota: La tabla muestra la matriz DOFA. Fuente: Pasante

1.2.1 Planteamiento del problema

“La empresa de servicios públicos AAA de La Jagua S.A. “E.S.P” tiene como objetivo prestar los servicios públicos de acueducto y alcantarillado al Municipio de La Jagua de Ibirico, contribuyendo de esta manera al mejoramiento continuo de la calidad de vida de sus usuarios, siendo la satisfacción de los clientes la variable más importante para la empresa”. (Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA), 2014). Por ello es de vital importancia diseñar una estrategia comunicativa para el posicionamiento de la empresa.

Las empresas cada vez son más parecidas en cuanto a lo que ofrecen a sus públicos. Lo que las hace realmente diferentes son intangibles como su reputación corporativa, su marca, su compromiso con sus públicos, sus valores de identidad, y su cultura corporativa o forma de trabajar e interactuar con sus públicos (su verdad, credibilidad, ética y confianza). (Casado, 2011, pág. P.5)

Desde el año 2014 cuando se llevó a cabo la creación de la AAA, se ha luchado por conservar una buena imagen ante la comunidad Jagüera, donde su función principal es la prestación de un buen servicio, obteniendo así reconocimiento a nivel local, no obstante, no se han implementado las estrategias necesarias, ni han contado con el personal idóneo para el diseño y desarrollo de las mismas, por lo que se hace necesario crear una estrategia comunicativa para fortalecer la comunicación externa para el posicionamiento de la empresa con el fin de mejorar la imagen y creencia de los usuarios.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General

Diseñar una estrategia comunicativa para fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A. E.S.P.

1.3.2 Específicos

Realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P.

Desarrollar actividades que promuevan la imagen e identidad institucional de la Empresa de servicios Públicos AAA de La Jagua.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Cuadro 2

Descripción de las actividades a desarrollar

| Objetivo general | Objetivos específicos | Actividades |
|--|--|---|
| Diseñar una estrategia comunicativa para fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua. | Realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P. | <p>Diseñar de encuestas.</p> <p>Seleccionar la muestra según el número de usuarios con el que cuenta la Empresa.</p> <p>Análisis de resultados</p> |
| | Desarrollar actividades que promuevan la imagen e identidad Institucional de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua. | <p>Diseño de herramientas comunicativas resultado del análisis de la estrategia.</p> <p>Crear contenidos digitales para redes sociales.</p> <p>Administrar y actualizar redes sociales y sitio web.</p> <p>Diseñar manual de imagen e identidad corporativa</p> |

Nota: La tabla muestra las actividades que se llevarán a cabo durante la ejecución del plan de trabajo. Fuente. Pasante.

Capítulo 2. Enfoque referencial

Para el desarrollo del presente trabajo de grado, ejecutado en la modalidad de pasantía, es necesario dar a conocer algunos conceptos que sirvieron de argumento en el proceso y puesta en marcha del proyecto, los cuales poseen un valor importante y facilitarían la comprensión de los objetivos propuestos y ejecutados, por otra parte, encontramos un enfoque legal, en el cual se realizó una breve descripción del marco normativo vigente en Colombia, para el avance de las actividades realizadas.

2.1 Enfoque Conceptual

2.1.1 *Imagen Corporativa.*

“Es una apreciación mental que conforma cada individuo, formada por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de esos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo. Por lo tanto, cada persona puede tener una percepción diferente y única de la empresa, debido a los múltiples acercamientos que haya tenido con la organización”. (Flórez, 2012) (p. 29)

“La imagen corporativa es un activo que pertenece a una empresa, pero en realidad está en poder del público. La imagen está construida de acuerdo a un sistema o patrón cultural, o bien un sistema de creencias”. (Scheinsohn, Imgbiblio, 2003)(p. 14)

Durante la ejecución de este proyecto, se fortaleció la imagen corporativa como pilar fundamental para crear lazos y relaciones que permitieran vincular a todas las partes que la conforman como empresa (trabajadores, usuarios y operadores), brindándoles la posibilidad de mostrar todas las acciones que desarrollan dentro de la misma, estando abiertos a solicitudes,

peticiones, quejas y sugerencias, para luego usarlas como instrumento para potenciar la mejora de la imagen corporativa en la compañía.

Estrategia Comunicativa. “Es propiciar interacciones, dinámicas y evolutivas que esa situación genera con esos actores para tomar conciencia y lograr la participación de todos”. (Massoni, 2013). (Durán, Cisneros, Meléndez, & Leonor, 2016)(p.123)

En este sentido, autores como Scheinsohn (2009) Afirma que “la estrategia comunicativa como una vía para lograr la gobernabilidad y el desarrollo de la empresa, esta propuesta sistémica y relacional, se centra en la búsqueda del beneficio de la organización defendiéndose de los cambios del entorno” (p. 32). Teniendo en cuenta lo anterior, la estrategia comunicativa aplicada en este proyecto, se llevó a cabo la toma de decisiones en la comunicación externa, por el cual se desarrollaron actividades para llevar a cabo con éxito la mejora en la comunicación externa de la empresa.

Comunicación Externa. La comunicación externa según Saladrigas, (2006), “tiene como objetivo mejorar la imagen de marca y está vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupos de interés: consumidores, proveedores, accionistas y sociedad en general”. (p.1)

Por otra parte, “el objetivo de este tipo de comunicación externa es obtener información sobre aspectos estratégicos de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas, estado del mercado”. (Bartoli, 1992). (Girón, 2017)(p.1)

Identidad. La identidad en una empresa es el conjunto de características que identifican y diferencian a una compañía de otra. “Una imagen corporativa se determina en primer lugar por sus características visuales, el logotipo, los colores y la tipografía. Esta iconografía interviene

para que la empresa sea reconocida, ya que el mismo escudo hace a la misma empresa. El público construirá en su mente el reconocimiento de la marca haciéndolo única”. (Hefting, P. 1991, p. 19)

2.2 Marco legal

A continuación, se evidencia el enfoque que se realizó con el fin de establecer que leyes y artículos son compatibles al área de comunicaciones, buscando cobijarse a ellas y trabajarlas correctamente en el proceso de pasantía. Partiendo que la comunidad encuentra los medios de comunicación un enlace para valerse y hacerse escuchar frente a las dificultades que presenten.

Constitución Política de Colombia de 1991 Establece que 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. (Asamblea Nacional Constituyente, Constitución política de Colombia, 1991, Artículo 20)

Ley 1712 por la cual se expide “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”. (Congreso de la República de Colombia, 2014, Artículo 1)

Ley 962 lo cual “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, la siguiente información, debidamente actualizada: Normas básicas que determinan su competencia. Funciones de sus distintos órganos. Servicios que presta. Regulaciones, procedimientos y trámites a que están sujetas las actuaciones de los particulares frente al respectivo organismo o entidad, precisando de manera detallada los documentos que deben ser suministrados, así como las dependencias responsables y los términos en que estas deberán cumplir con las etapas previstas en cada caso. Localización de dependencias, horarios de trabajo y demás indicaciones que sean necesarias para que las personas puedan cumplir sus obligaciones o ejercer sus derechos ante ellos”. (Congreso de la República de Colombia, 2005)

otros servicios previstos en normas especiales de esta Ley". (Congreso de la República de Colombia, 1994, Artículo 1)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento del trabajo

El tercer capítulo acumula la información sobre los resultados del proceso de pasantía ejecutado en la AAA de La Jagua, aquí podrán encontrar las actividades ejecutadas con los parámetros y criterios que dan validez a cada objetivo propuesto en este documento

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Objetivo 1. Realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P.

Actividad 1. Diseño de una encuesta sobre el conocimiento del nombre de la empresa en la comunidad. Para el desarrollo del trabajo planteado en modalidad de pasantía se determinó la necesidad de emplear una encuesta que nos permitió identificar el conocimiento de los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P, para luego tener bases para la elaboración de una estrategia comunicativa que permita el fortalecimiento de la imagen corporativa de la compañía. Para desarrollar esta actividad, se diseñó una encuesta virtual dirigida a 91 usuarios, que permitiera conocer la opinión o el nivel de conocimiento y satisfacción que tienen sobre los servicios ofrecidos de la empresa. A través de esta encuesta también se pretendió conocer que debilidades o falencias divisaban los usuarios en la compañía.

La encuesta estuvo conformada por diez preguntas con varias opciones de respuesta y se ejecutó de forma virtual debido a que se realizaría con mayor facilidad por enlace en chats y grupos de la plataforma WhatsApp. Para ello, se tomó como público objetivo a usuarios de la Empresa.

Figura 2
Montaje y diseño de la encuesta virtual.

CONOCIMIENTO DEL NOMBRE DE LA EMPRESA
AAA DE LA JAGUA DE IBIRICO EN LA
COMUNIDAD

Descripción del formulario

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

1. ¿Reconoce usted la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio?

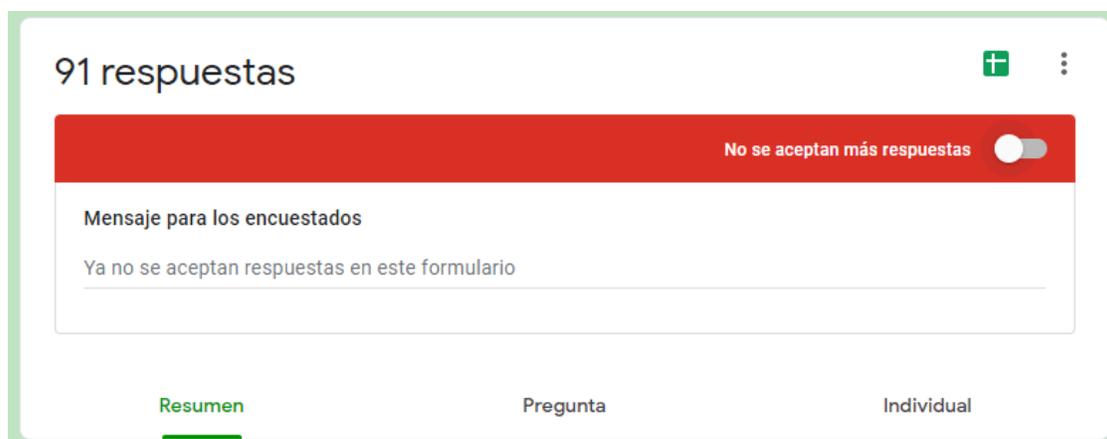
A. Sí

B. No

Nota. Montaje y diseño de la encuesta virtual. Fuente: Pasante

Figura 3

91 respuestas que corresponden al tamaño de la muestra escogida para la Realización de la encuesta.



Nota. 91 Respuestas que corresponden al tamaño de la muestra escogida para la Realización de la encuesta. Fuente: Pasante

Figura 4
Análisis de las encuestas realizadas a los usuarios



Nota. Análisis de las encuestas realizadas a los usuarios de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P. Fuente: Pasante

Actividad 2 y 3. Tabulación y análisis de las encuestas. “Encuesta sobre el conocimiento del nombre de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua de Ibirico en la comunidad”.

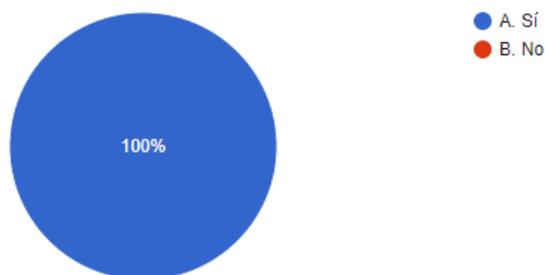
Se elaboró un cuestionario de 10 preguntas de selección múltiple con única respuesta, valorada según métodos estadísticos en la escala de Likert, con el fin de conocer la percepción de los usuarios acerca de la AAA de La Jagua. Para la aplicación de la técnica según los métodos estadísticos, con un nivel de confianza de un 95% y un margen de error del 5%, el tamaño de la

muestra es de 75. Por lo tanto, la población correspondiente a la investigación fue de 91 usuarios.

Figura 5

1. *¿Reconoce usted la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio?*

1. ¿Reconoce usted la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio?
91 respuestas



Nota. Resultado de la primera pregunta. Fuente: Pasante

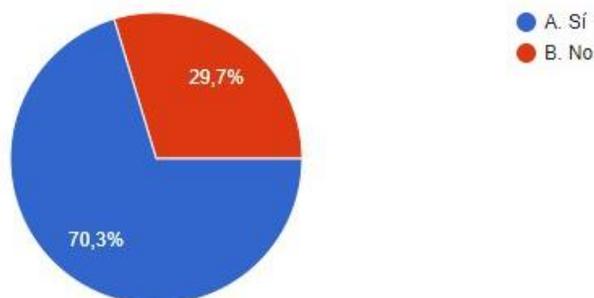
El primer resultado permitió determinar que la totalidad equivalente al 100% los encuestados reconoce a la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua, como la organización que presta los servicios domiciliarios de acueducto y alcantarillado en el municipio. Lo que nos permite inferir que hay un nivel de recordación importante.

Figura 6

2. ¿Cree usted que la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua presta un buen servicio?

2. ¿Cree usted que la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua presta un buen servicio?

91 respuestas

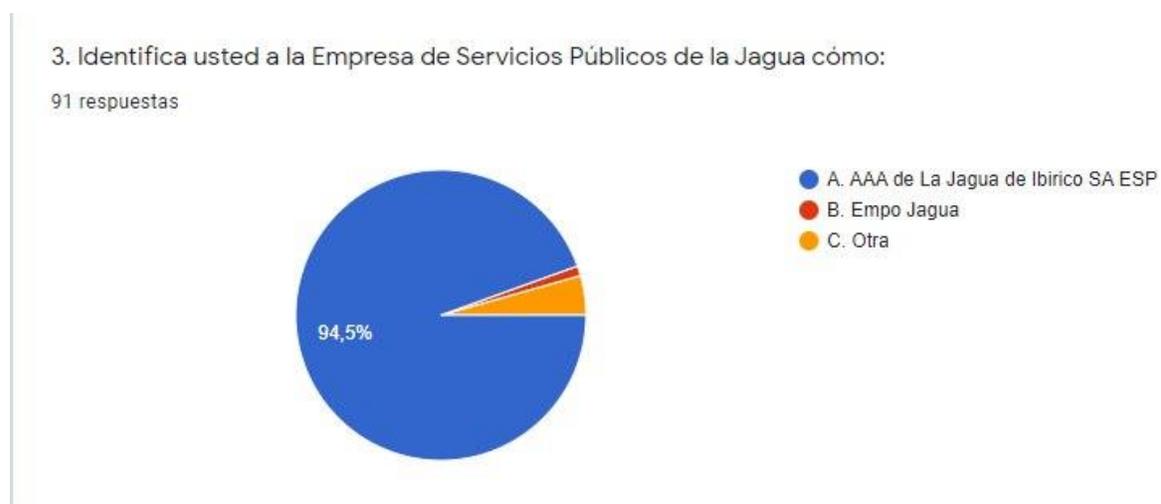


Nota. Resultado de la segunda pregunta. Fuente: Pasante

Con un punto favorable, se evidenció que el 70,3%, equivalente a 64 encuestados, manifestó que la Empresa, presta un buen servicio a la comunidad. Por otra parte, el 29,7% del personal manifestó que la entidad presta un mal servicio. Por tal razón, se puede inferir que los usuarios reconocen que la Empresa presta un buen servicio en el Municipio.

Figura 7

3. Identifica usted a la Empresa de Servicios Públicos de la Jagua cómo:



Nota. Resultado de la tercera pregunta. Fuente: Pasante

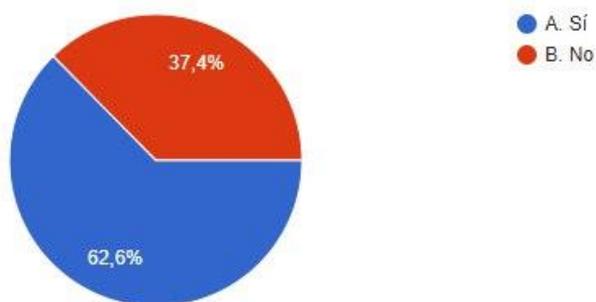
Con gran favorabilidad del 94,5%, equivalente a 86 usuarios encuestados, se evidenció que identifica a la Empresa AAA de La Jagua, como la entidad prestadora de los servicios de acueducto y alcantarillado en el municipio. Por otra parte, un 4,4% de los usuarios, manifestó que la identifica como otra, el 1,1% equivalente a 1 usuario, manifiesta que la identifica como Empo Jagua. De lo anterior, se puede inferir que la comunidad identifica a la AAA como entidad prestadora de servicios públicos domiciliarios.

Figura 8

4. *¿Conoce usted alguna forma de comunicación directa con la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua para reportar daños en alcantarillado o acueducto?*

4. ¿Conoce usted alguna forma de comunicación directa con la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua para reportar daños en alcantarillado o acueducto?

91 respuestas



Nota. Resultado de la cuarta pregunta. Fuente: Pasante

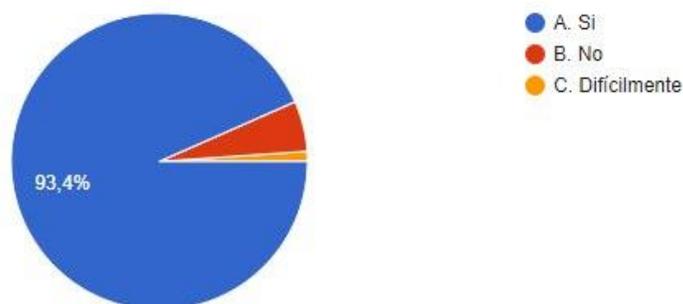
Teniendo en cuenta los resultados obtenidos de la pregunta el 62,6% de los usuarios encuestados, equivalente a 57 personas, manifiesta que conoce una forma de comunicación directa para reportar daños en la empresa de servicios públicos. Por otra parte, el 37,4% equivalente a 34 personas encuestadas, no conoce una forma de comunicación para reportar daños de acueducto y alcantarillado. Por tal razón, se buscarán alternativas comunicativas para que la comunidad conozca los diferentes canales de comunicación directa con los que cuenta la Empresa.

Figura 9

5. ¿Reconoce fácilmente el logo de la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?

5. ¿Reconoce fácilmente el logo de la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?

91 respuestas



Nota. Resultado de la quinta pregunta. Fuente: Pasante

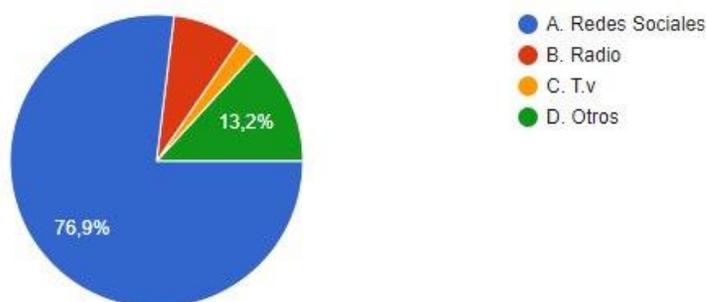
Es atractivo conocer a partir de la anterior grafica que más del 90% de los encuestados, el 93,4% para ser exactos reconoce fácilmente el logo con el que cuenta la empresa de servicios públicos AAA de La Jagua. Por otra parte, el 5,5% de los usuarios encuestados, equivalente a (5 encuestados), no reconoce fácilmente el logo de la entidad y el 1,1% equivalente a (1 encuestado) difícilmente reconoce el logo de la entidad prestadora de servicios públicos. A lo que se inferir, que el logo de la empresa es recordado y reconocido fácilmente por los usuarios. Lo que es favorecedor para la entidad, ya que genera recordación a simple vista.

Figura 10

6. ¿Por cuál medio se entera de la información institucional que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?

6. ¿Por cuál medio se entera de la información institucional que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico SA ESP?

91 respuestas



Nota. Resultado de la sexta pregunta. Fuente: Pasante

La pregunta 6 se planteo para identificar por qué medio de comunicación se entera de la información institucional emitida por AAA de La Jagua, con un 76,9% equivalente a (70 usuarios) manifiestan que reciben la información difundida por redes sociales, el 7,7% equivalente a (7 encuestados) afirman quereciben la información emitida por radio. El 13,2% manifiesta que recibe información emitida por otras plataformas o formas, en las cuales podemos agregar las visitas a los diferentes barrios, donde se exponen y se dan a conocer las acciones que está por realizar la entidad en la zona. El 2,2% hace referencia a (2 encuestados) y afirman que reciben la información emitida por tv. Lo que podemos concluir, es que el ejercicio que se viene realizando por parte de la pasante ha sido eficiente, debido a que la información emitida está llegando al público objetivo.

Figura 11

7. ¿Cuál de los canales de atención ha utilizado para colocar una petición, queja o reclamo?

7. ¿Cuál de los canales de atención ha utilizado para colocar una petición, queja o reclamo?

91 respuestas



Nota. Resultado de la séptima pregunta. Fuente: Pasante

Teniendo en cuenta los resultados arrojados por la encuesta, se analizó las cuatro opciones que tuvieron mayor votación dentro de la pregunta.

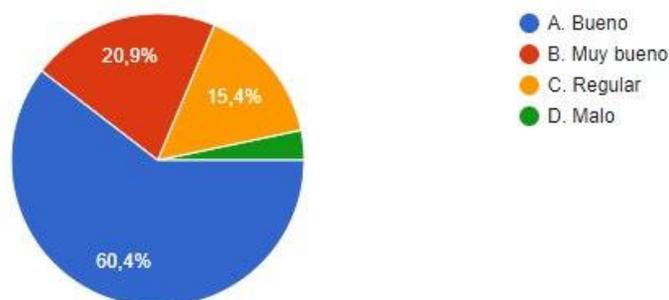
Al momento de consultarles a los usuarios por cual los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la compañía han utilizado para colocar una petición, queja o reclamo, se obtuvo que el 44% de los usuarios encuestados, equivalente (40 usuarios), no han utilizado ningún medio para colocar una petición, queja o reclamo. El 35,2% equivalente a (32 usuarios), han colocado queja o reclamo, directamente en la oficina de la AAA de la Jagua. Por otra parte, el 14,3% equivalente a (13 usuarios) las ha manifestado por teléfono. Por último, el 6,6% equivalente a (6 usuarios) las ha manifestado por redes sociales. Partiendo de los resultados obtenidos de esta pregunta, se hace necesario fortalecer los medios de acceso de la entidad, para que los usuarios y comunidad los conozcan y accedan fácilmente a ellos.

Figura 12

8. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada u ofrecida por parte de los colaboradores de la empresa?

8. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada u ofrecida por parte de los colaboradores de la Empresa?

91 respuestas



Nota. Resultado de la octava pregunta. Fuente: Pasante

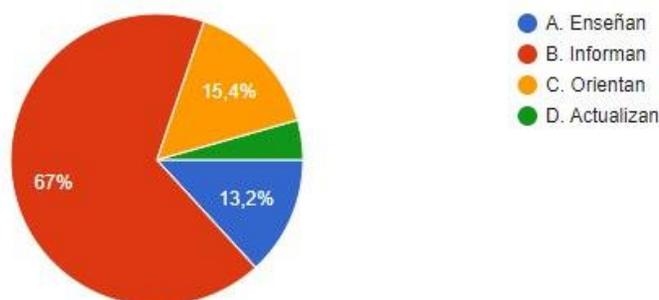
En cuanto a las respuestas recibidas por esta pregunta se evidenció que claramente la gran mayoría de usuarios se encuentran satisfechos con el servicio al cliente brindado por la empresa de servicios públicos. Con un 60,4% de los usuarios determinaron que la atención al cliente brindada por los colaboradores de la organización es buena. Con un porcentaje el 20,9% equivalente a 19 manifiesta que es muy bueno. Por otra parte, el 15,4% equivalente a 14 afirman que es regular. El 3,3% correspondiente a 3 usuarios manifestaron que es malo. Con punto a favor, los usuarios manifiestan que el servicio al cliente brindando por los colaboradores de la empresa es relativamente bueno.

Figura 13

9. ¿Para usted la información institucional o mensajes institucionales que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?

9. ¿Para usted la información institucional o mensajes institucionales que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico SA ESP?

91 respuestas



Nota. Resultado de la novena pregunta. Fuente: Pasante

Esta pregunta se diseñó con el fin de contrastar la visión de los encuestados frente al tipo de información que estos reciben mediante los diferentes canales de comunicación con los que cuenta AAA de La Jagua.

Con la aplicación de dicha encuesta se evidenció que la información de tipo informativa es la que más reciben los usuarios con un 67%, correspondiente a 61 usuarios que seleccionaron esta opción; Seguida de esta, se encuentra la información que orienta con un 15,4% (14 encuestados) es la segunda información que según los encuestados más reciben. Por otra parte, el 13,2% (12 usuarios), manifestó que la información que reciben los enseña. Para finalizar, podemos percibir que un 4,4%, correspondiente a 4 encuestados, seleccionaron que la información los actualiza.

Esto alude que la información emitida por los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la entidad, es interesante, ya que cumplen la función de informar, orientar, enseñar y

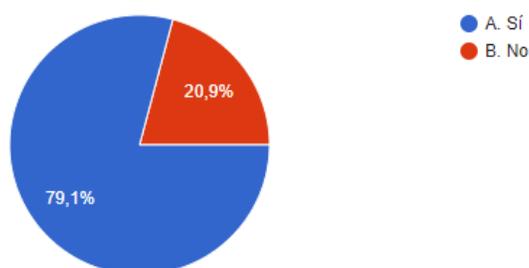
actualizar a los usuarios sobre las distintas acciones adelantadas por la empresa.

Figura 14

10. ¿La Empresa AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P le explica a usted la causa de las suspensiones del servicio de agua potable?

10. ¿La Empresa AAA de La Jagua de Ibirico SA ESP le explica a usted la causa de las suspensiones del servicio de agua potable?

91 respuestas



Nota. Resultado de la décima pregunta. Fuente: Pasante

De manera positiva se pudo evidenciar que el 79,1% equivalente 72 usuarios encuestados, afirman que la Empresa AAA de La Jagua, da a conocer a la comunidad en general las causas de las suspensiones del servicio de agua potable. El 20,9% equivalente a 19 usuarios manifestó que NO. Con punto favorable, se puede evidenciar que los usuarios se han mantenido informados por los distintos canales de comunicación al momento de informar sobre la suspensión del servicio de acueducto.

Gracias a los resultados obtenidos se logró evidenciar que existe la necesidad de fortalecer los canales de comunicación externa, incluyendo el uso herramientas tecnológicas para mejorar y posicionar a la compañía en el Municipio.

El uso de estas herramientas sería de gran ayuda e importancia para el área de comunicaciones debido a que se tendrían en cuenta las debilidades evidenciadas en el análisis de

la encuesta. Esta estrategia de comunicación serviría para resaltar la identidad de la empresa y las acciones adelantadas. Por ende, lo que se busca es mantener a nuestros usuarios y comunidad en general informados acerca de los avances, y también de hacerles llegar información pedagógica sobre las buenas prácticas con el acueducto y alcantarillado. Asimismo, fortalecer los distintos canales de comunicación.

3.1.2 Objetivo 2. Desarrollar actividades que promuevan la imagen e identidad institucional de la Empresa de servicios Públicos AAA de La Jagua.

Cuadro 3

Matriz De Actividades Para El Fortalecimiento De La Imagen Corporativa De La Empresa De Servicios Públicos AAA De La Jagua De Ibirico S.A E.S.P

| Objetivo específicos | Actividades |
|--|--|
| Objetivo 1. Realizar un diagnóstico de la comunicación externa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P | 1. Diseño de una encuesta sobre el conocimiento del nombre de la empresa en la comunidad |
| Objetivo 2. Desarrollar actividades que promuevan la imagen e identidad institucional de la Empresa de servicios Públicos AAA de La Jagua. | <p>1. Diseño de herramientas comunicativas</p> <p>Diseño de imagen de fondo de pantalla para equipos institucionales, redes sociales y sitio web de la entidad.</p> <p>Diseño y creación de arte para facturas de servicios públicos de acueducto y alcantarillado.</p> |

Diseño de piezas informativas.

Publicación en Instagram para la sesión ‘trabajo en equipo’.

Publicación en Instagram para la sesión ‘informativa’.

Publicación para la sesión ‘flash verde’.

Grabación de spots publicitarios

Apoyo y publicación en charlas sobre ‘Ahorro y uso eficiente del agua’.

Creación de publicidad actividad del área comercial.

Publicación de actividades realizadas por el equipo operativo de la empresa.

Apoyo en publicidad y fortalecimiento a la gestión social.

Representación de la entidad en actividades lúdicas y recreativas.

Publicación boletín informativo.

2. Crear contenidos para redes sociales

Creación de boletín informativo.

Publicación de actividades realizadas por la empresa.

Diseño de arte para factura del mes de noviembre de acueducto y alcantarillado.

Diseño de flyer para historias de redes sociales.

Diseño de flyer animado para historias de redes sociales

Diseño para mitigar la propagación del covid-19.

Diseño sobre importancia de las tapas de inspección de alcantarillado.

Diseño 'Estar en línea con la AAA' para redes sociales.

Diseño actualización de puntos de pago.

3. Actividad. Administrar y actualizar redes sociales y sitio web.

Vista previa del sitio web.

4. Actividad. Diseñar manual de imagen e identidad corporativa.

Fuente: Pasante

Actividad 1. Diseño de herramientas comunicativas. Para el desarrollo del segundo objetivo, fue necesario diseñar actividades que promuevan la imagen e identidad institucional de la Empresa, se crearon piezas gráficas, fotográficas, podcasts y videos para mostrar a los usuarios y comunidad en general, los procesos que se adelantan desde las distintas áreas de la compañía, en el cual se muestran los avances y acciones realizadas por la entidad prestadora de Servicios Públicos.

Teniendo en cuenta el público al cual iba dirigido y lo que se quería dar a conocer, se realizaron contenidos en diferentes formatos. Estos fueron creados con la finalidad de mejorar en nuestros usuarios la percepción que tienen de la Empresa.

En cada publicación realizada se mostró avances y campañas realizadas por la entidad. También encontramos sesiones como ‘Nuestro equipo de trabajo’, en la cual resalta el trabajo en equipo de la empresa y las funciones de sus trabajadores.

Encontramos otra sesión informativa donde revelamos datos importantes de la empresa, tales como el proceso, captación y tratamiento del agua. Por otra parte, encontramos la sesión de ‘Flash verde’ programa informativo con la finalidad de dar a conocer las acciones que se realizan dentro de la empresa.

La pasante encargada del área y entre sus funciones estaban la de realizar el montaje, diseño y producción del arte de las facturas de acueducto y alcantarillado, donde inicialmente

debe buscar los temas, tomar las fotos correspondientes, poner en juego su creatividad y crear el arte del mes correspondiente, realizar el montaje, enviarlo y repetir el proceso cada veinte días.

Teniendo en cuenta mis habilidades de diseño gráfico, redacción, administración de redes sociales, creación y edición de audios, videos y fotografía, habilidades con las que cuenta la autora pasante del proyecto, el paso por esta entidad fue de aprendizaje para el realizador.

Figura 15

Diseño de fondo de pantalla para redes sociales y equipos de la empresa



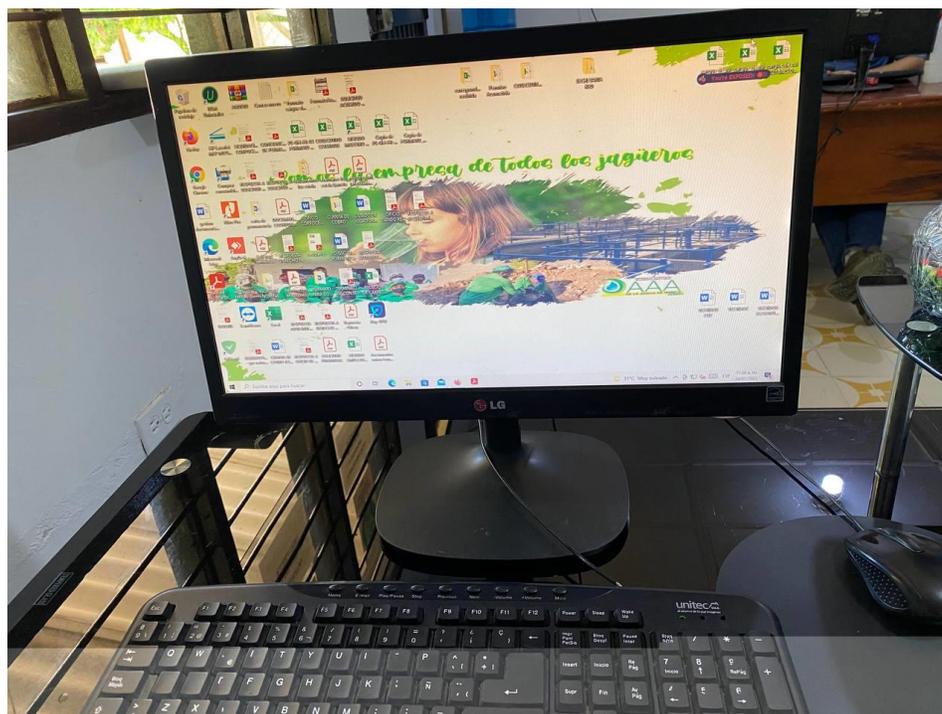
Nota. Diseño de fondo de pantalla para redes sociales y equipos de la empresa. Fuente: Pasante

Figura 17
Portada de fan page en Facebook



Nota. Portada de fan page en Facebook. Fuente: Pasante

Figura 16
Fondo de pantalla en computadores de la empresa



Nota. Fondo de pantalla en computadores de la empresa. Fuente: Pasante

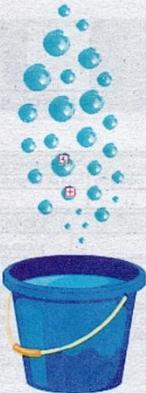
Figura 18
Diseño de arte para factura

PRACTICA EL AHORRO Y USO EFICIENTE DEL AGUA
EL AGUA ES VIDA, AHORRARLA ES TAREA DE TODOS

¡CADA GOTA CUENTA!



ALMACENA AGUAS LLUVIA



¡RECUERDA APROVECHAR LA TEMPORADA DE LLUVIAS PARA MITIGAR EL DESABASTECIMIENTO!

PUNTO DE ATENCIÓN
PAGO EN OFICINA
CALLE 5 No. 989 BARRIO CENTRO



Banco Agrario de Colombia
Carrera 4 No. 6 -07: 5769124/015
IP 5521- 5522 - 5523 - 5524

Super GIROS
Cajeros Automáticos

Lunes a Viernes de
7:00 am - 12:00m
2: 00 pm - 5:00 pm
E-mail: aadelajagua@hotmail.com

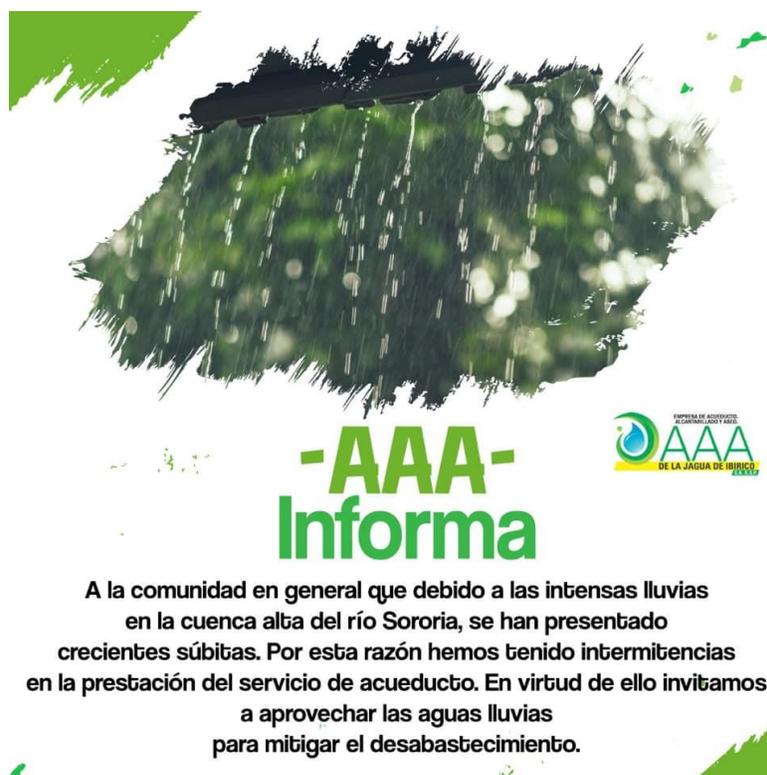
CANCELA TU FACTURA
Evita la Suspensión del Servicio. Cuidar el AGUA es Responsabilidad de todos!

Aviso Importante:
Esta Factura prestará mérito ejecutivo de acuerdo con las normas de Derecho Civil y Comercial. Ley 142 de 1994 Artículo 130.
(Modificado por el art. 18 de la Ley 689 de 2001)

1. Peticiones, Quejas y Reclamos.
2. Reporte de daños
3. Sugerencias
4. Denuncias de fraude
5. Consultas

Nota. Diseño de arte para factura mes de octubre de acueducto y alcantarillado. Fuente: Pasante

Figura 19
Diseño de pieza para informativa



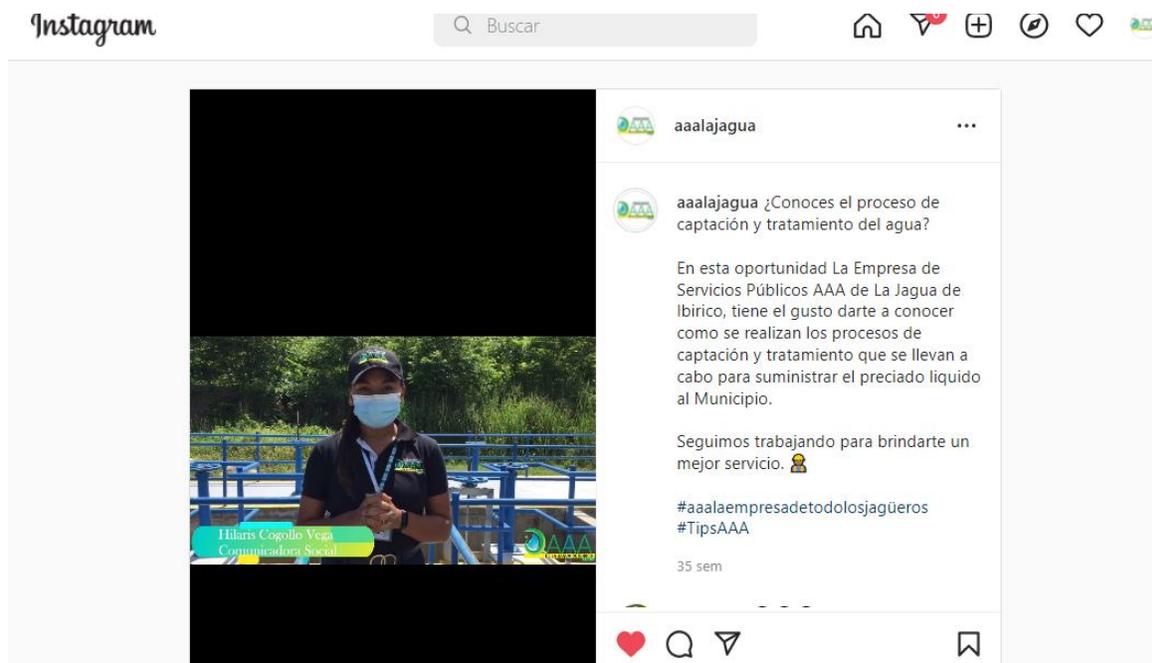
Nota. Diseño de pieza para informar a los usuarios sobre variaciones en el servicio de acueducto. Fuente: Pasante.

Figura 20
Publicación en Instagram



Nota. Publicación en Instagram de nuestra sesión 'trabajo en equipo'. Fuente: Pasante.

Figura 21
Publicación en Instagram de nuestra sesión informativa



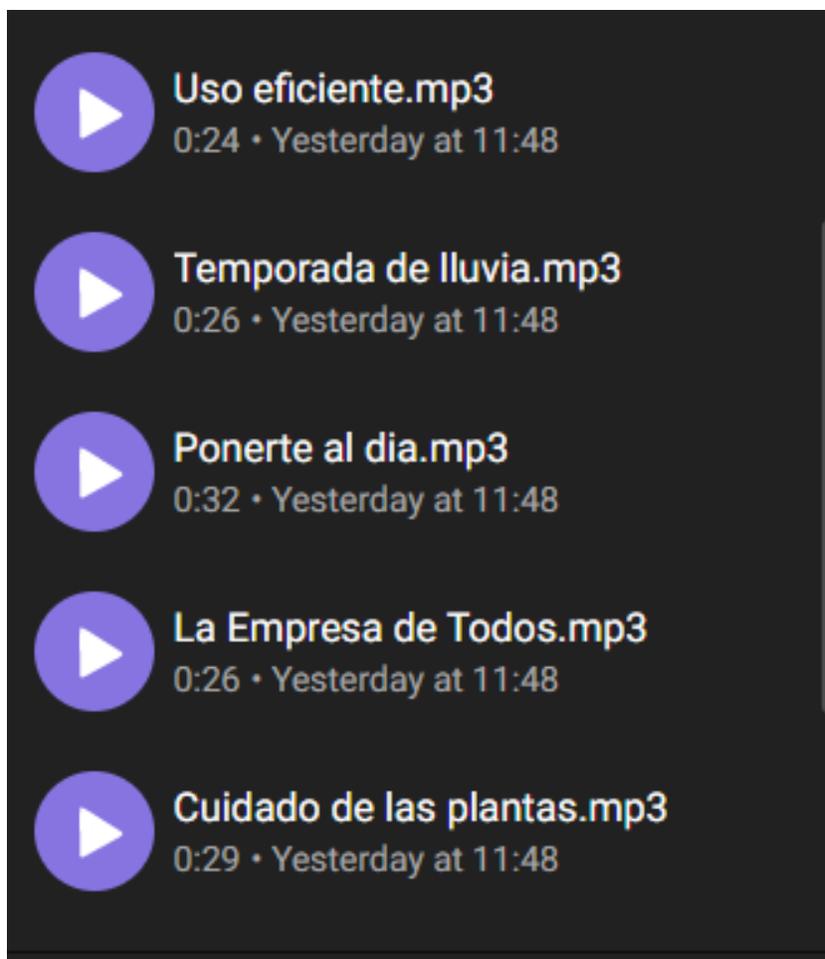
Nota. Publicación en Instagram de nuestra sesión informativa sobre el proceso de Captación y tratamiento del agua. Fuente: Pasante.

Figura 22
Publicación en Instagram



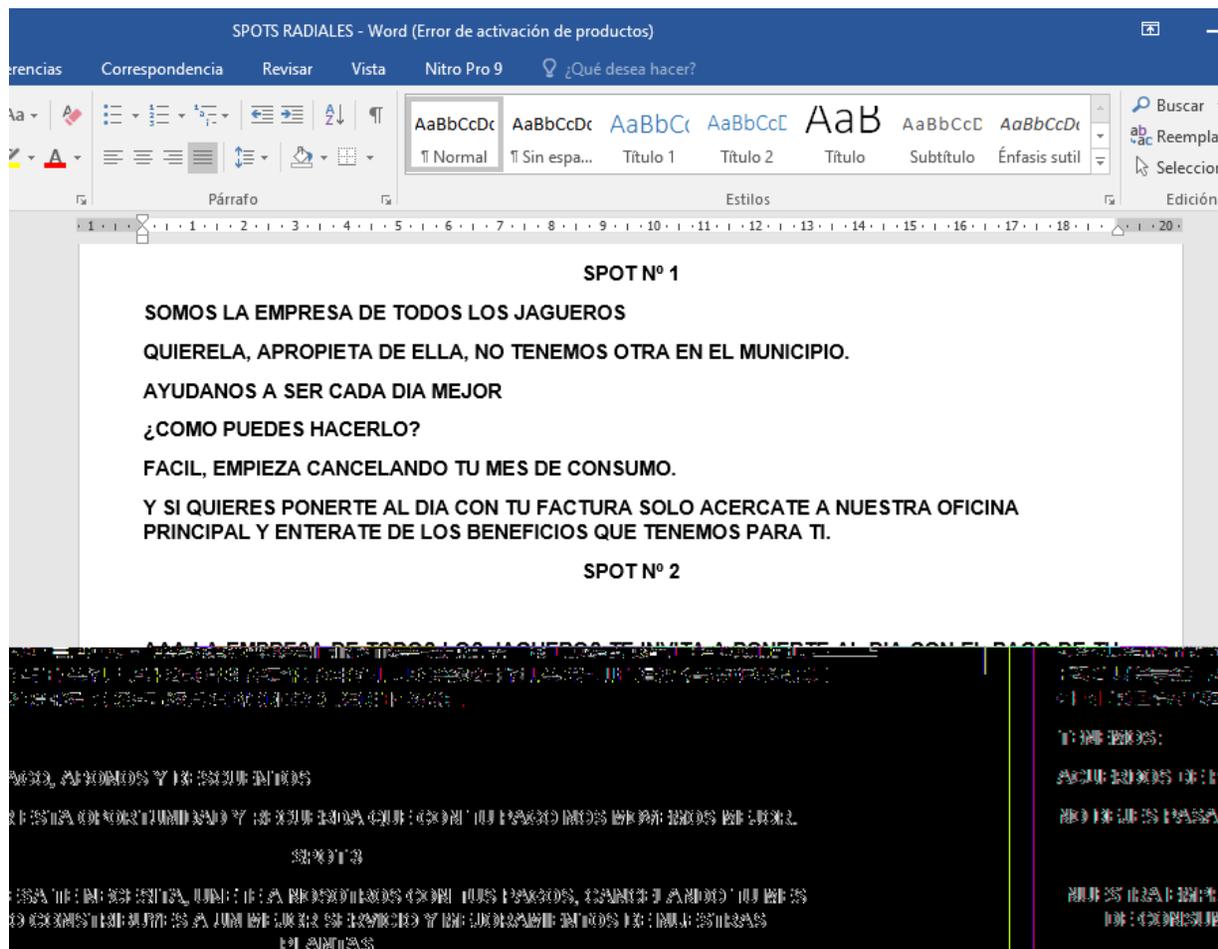
Nota. Publicación en Instagram de nuestra sesión 'Flash verde'. Fuente: Pasante.

Figura 23
Imagen donde se ven los spots publicitarios



Nota. Imagen donde se ven los spots publicitarios grabados y listos para usar en cada actividad. Fuente: Pasante.

Figura 24
 Imagen del guion radial de los spots publicitarios.



Nota. Imagen del guion radial de los spots publicitarios. Fuente: Pasante.

Figura 25
Publicación en Facebook sobre charlas educativas



Nota. Publicación en Facebook sobre charlas educativas de ‘Ahorro y Uso eficiente del agua’. Fuente: Pasante.

Figura 26
Publicación en Facebook sobre charlas educativas



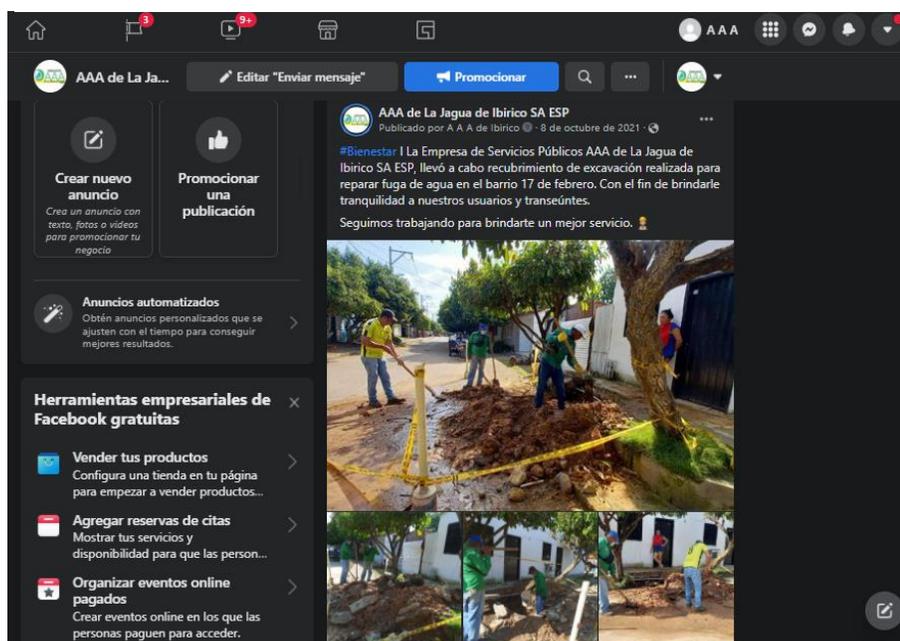
Nota. Publicación en Facebook sobre charlas educativas de ‘Ahorro y Uso eficiente del agua’. Fuente: Pasante

Figura 27
Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'



Nota. Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'. Fuente: Pasante.

Figura 28
Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo.



Nota. Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo. Fuente: Pasante.

Figura 29

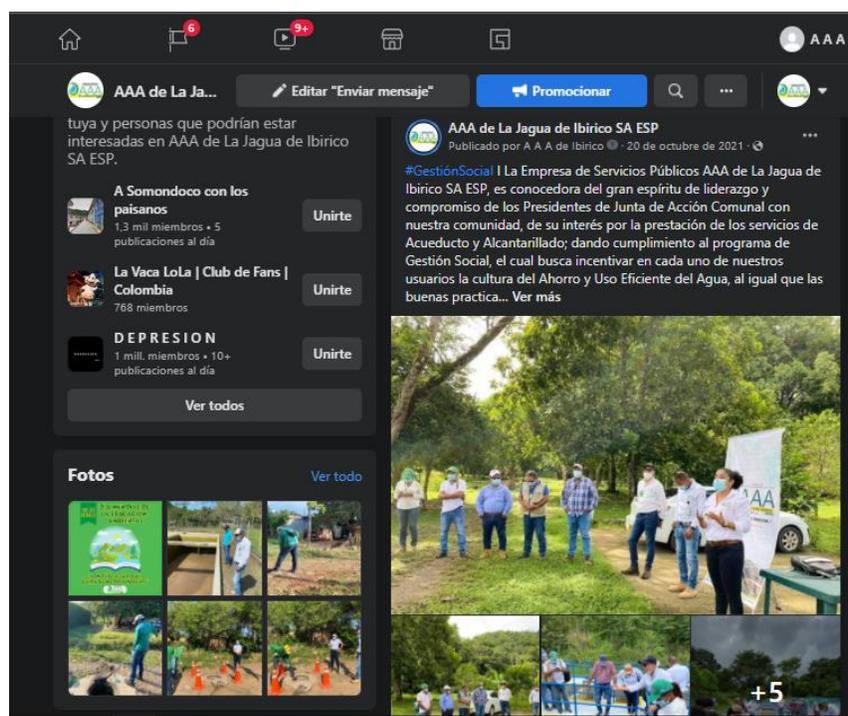
Publicación de video en Facebook sobre fuerte creciente del rio Sororia.



Nota. Publicación de video en Facebook sobre fuerte creciente del rio Sororia. Fuente: Pasante.

Figura 30

Publicación en Facebook sobre fortalecimiento al programa 'Gestión Social'



Nota. Publicación en Facebook sobre fortalecimiento al programa 'Gestión Social'. Fuente: Pasante

Figura 31
Acompañamiento y representación de la empresa en actividad lúdica recreativa



Nota. Acompañamiento y representación de la empresa en actividad lúdica recreativa. Fuente: Pasante.

Figura 32
Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'



Nota. Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'. Fuente: Pasante.

Figura 33
Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales.



Nota. Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales. Fuente: Pasante

Figura 34
 Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'



Nota. Creación de publicidad para 'AAA en tu barrio'. Fuente: Pasante

Actividad 2. Crear contenidos para redes sociales. Con el fin de mejorar la percepción de nuestros usuarios, se vio la necesidad crear estrategias comunicativas que fortalecieran y alimentaran constantemente las redes sociales de la Empresa, con el objetivo de mejorar la apreciación que tenían los usuarios de la entidad y lograr mayor posicionamiento de la misma. Esta estrategia de difusión permitió mostrar a la empresa de servicios públicos comprometida desde el eje económico hasta el social, incluyendo el lema 'siempre al servicio de la comunidad', debido a que en el ejercicio se informaba, enseñaba y persuadía a la comunidad.

Es importante dar a conocer los alcances que se lograron dejar, gracias a las publicaciones realizadas y también al compromiso de los empleados, al momento de recibir los enlaces para posteriormente dar ‘me gusta y compartir’. Esta estrategia fue utilizada para promover y fortalecer la comunicación interna para posteriormente posicionarnos de manera externa, para así, llegar a más personas y que les llegue la información sobre los avances y procesos que realizamos.

Figura. Evidencia de los alcances



Nota. Publicación en Facebook donde se evidencia el poco alcance de la publicación.

Fuente: Pasante

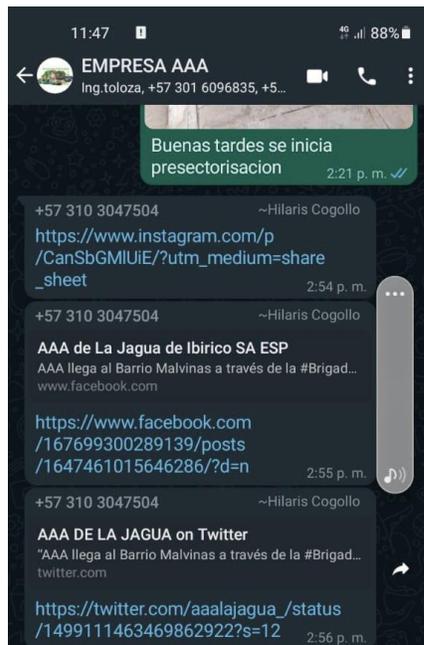
Figura. Evidencia de los alcances



Nota: Publicación en Facebook donde se evidencia el gran alcance de la publicación.

Fuente: Pasante

Figura. Evidencia de los enlaces



Nota. Enlaces compartidos por grupo de WhatsApp. Fuente: Pasante

Figura 35

Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales



Nota. Creación y difusión de boletín informativo en redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 36

Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo.

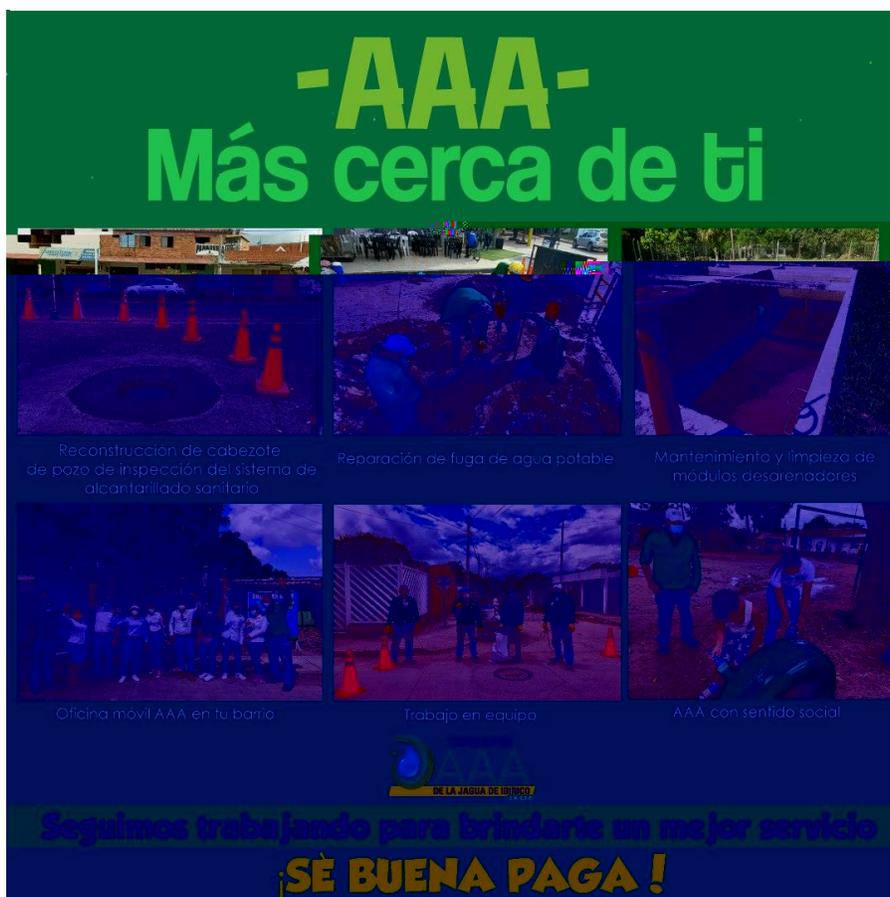


Nota. Publicación en Facebook de acción adelantada por equipo operativo. Fuente:

Pasante.

Figura 37

Diseño de arte para factura del mes de noviembre de acueducto y alcantarillado.



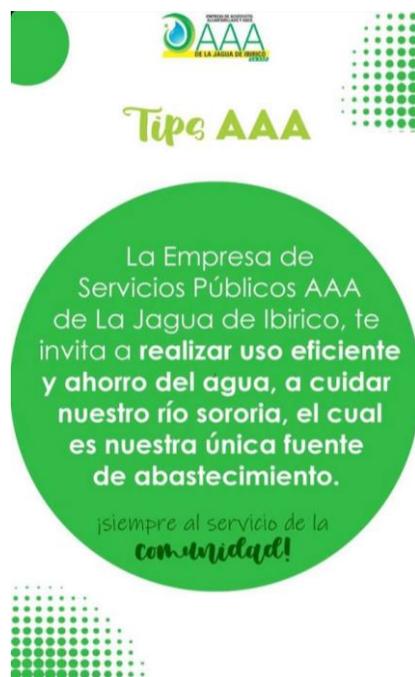
Nota. Diseño de arte para factura del mes de noviembre de acueducto y alcantarillado.
Fuente: Pasante

Figura 39
Diseño de flyer para historias de redes sociales.



Nota. Diseño de flyer para historias de redes sociales. Fuente: Pasante

Figura 38
Diseño de flyer para historias de redes sociales



Nota. Diseño de flyer para historias de redes sociales. Fuente: Pasante

Figura 40
Diseño de flyer para historias de redes sociales.



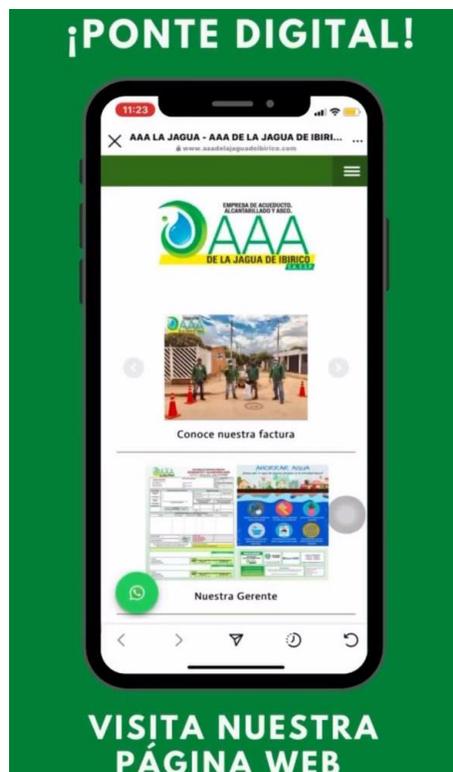
Nota. Diseño de flyer para historias de redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 41
Diseño de flyer animado para historias de redes sociales



Nota. Diseño de flyer animado para historias de redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 42
Diseño de flyer animado para historias de redes sociales



Nota. Diseño de flyer animado para historias de redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 43

Paga sin salir de casa, diseño para mitigar la propagación de la covid 19



Nota. Paga sin salir de casa, diseño para mitigar la propagación de la covid 19. Fuente: Pasante.

Figura 44

Diseño sobre la importancia de las tapas de inspección de alcantarillado



Nota. Diseño sobre la importancia de las tapas de inspección de alcantarillado. Fuente: Pasante.

Figura 45
Diseño 'Estar en línea con la AAA' para redes sociales

**Estar en línea con la AAA
es muy fácil**

EMPRESA DE ACUEDUCTO,
ALCANTARILLADO Y ASEO
AAA
DE LA JAGUA DE IBIRICO
ESTADO DE YAGAJAY

Recuerda que puedes:

- Solucionar tus dudas y hacer tus trámites desde WhatsApp Agregando nuestro número: 3103709936
- Chatear para hacer tus consultas a través de nuestra fan page en Facebook
- Agiliza y radica tus PQRS en nuestra oficina principal o movil

The advertisement features a central image of a woman with glasses and curly hair, smiling while using a tablet. To her left, three circular icons illustrate different service channels: a smartphone with a WhatsApp icon, a laptop with hands typing, and a person at a service counter. The background is a mix of white and green geometric shapes.

Nota. Diseño 'Estar en línea con la AAA' para redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 46
Diseño para historias de redes sociales



Nota. Diseño para historias de redes sociales. Fuente: Pasante.

Figura 47
Diseño actualización de puntos de pago

Nota. Diseño actualización de puntos de pago. Fuente: Pasante.



**-AAA-
Informa**

La Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P, informa a sus usuarios, que a partir de la fecha los puntos autorizados para cancelar la factura de acueducto y alcantarillado son:
Banco Agrario, la Oficina Principal AAA de La Jagua y Transferencias vía Banco Bogotá.

 Banco Agrario de Colombia
 
 Banco de Bogotá
N. 599103470

¡SÉ BUENA PAGA!

Actividad 3. Administrar y actualizar redes sociales y sitio web. Con el objetivo de brindar información oportuna de calidad a nuestros usuarios y comunidad en general, se evidencio la necesidad de reestructurar, crear y ofrecer información de calidad, diseñados por la pasante en Comunicación social, de acuerdo a las habilidades adquiridas durante el proceso de formación. Con la facilidad de sacarle provecho al área asignada, como única profesional en el ámbito y en la entidad, se fortaleció cada uno de los medios con los que cuenta la Empresa de

Servicios Públicos AAA de la Jagua.

Cabe resaltar que fue un desafío enorme del cual se puede estar orgulloso, a pesar de que la empresa ya contaba con estas herramientas tecnológicas, no se les brindaba el manejo ni el dinamismo correcto. Para la actualización del sitio web de la empresa, se realizó ajuste proporcional de 80% el cual incluyó, actualización de información y fotos, se mejoró la estética, se diseñó en el inicio tipo diapositivas para que le diera más dinamismo al sitio web, se creó y ubicó el área de noticias por medio de un ítem llamado ‘bitácora’ que recopila toda la información importante emitida durante las últimas semanas, creé la pestaña de videos.

A continuación, se muestran los avances y cambios realizados en el sitio web de la compañía.

Figura 48

Vista previa del inicio del sitio web



Nota. Vista previa del inicio del sitio web. Fuente: Pasante.

Figura 49
Vista previa de la sesión últimas noticias en el sitio web.



Nota. Vista previa de la sesión últimas noticias en el sitio web. Fuente: Pasante

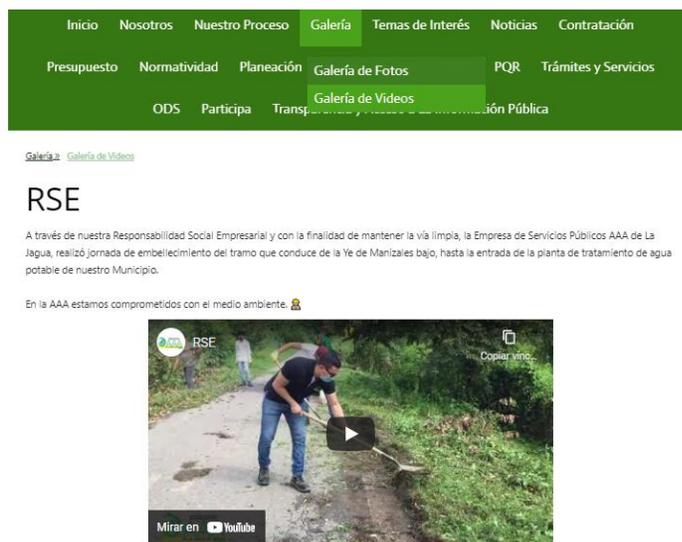
Figura 50
Vista previa de la sesión noticias y el ítem 'Bitácora' en el sitio web.



Nota. Vista previa de la sesión noticias y el ítem 'Bitácora' en el sitio web. Fuente:

Pasante.

Figura 51
Vista previa de la sesión videos en el sitio web.



Nota. Vista previa de la sesión videos en el sitio web. Fuente: Pasante.

Actividad 3. Diseñar manual de imagen e identidad corporativa. Para el fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios AAA de La Jagua de Ibirico, se implementó el diseño manual de identidad corporativa ver (Apéndice P), con objetivo de mejorar la imagen de la empresa, debido a que no contaban con un instrumento para el uso correcto de sus elementos visuales, dejando en evidencia el no uso de una identidad propia que ayude al reconocimiento de la empresa entre los consumidores, debido a esto se ejecuta esta propuesta para ayudar a sustituir esta necesidad.

Debido a esta falla, surge el compromiso de diseñar y crear un manual de imagen e identidad corporativa, con el objetivo de mejorar su identidad e imagen de manera interna y externa, respondiendo una buena representación y así un posicionamiento en el mercado. A

continuación, evidenciamos los elementos que componen la identidad e imagen de la Empresa de AAA de La Jagua.

Capítulo 4. Diagnóstico final

El trabajo realizado en modalidad de pasantía durante el segundo semestre de 2021, se fortaleció enormemente el área de comunicaciones, debido a que en la entidad no se contaba con el apoyo de un profesional en el área para la creación de todas las actividades desarrolladas en la misma. Con la llegada del profesional capacitado el cual tuvo como finalidad fortalecer la comunicación externa de La Empresa de Servicios Públicos AAA, se logró mayor actividad y rendimiento. Esta, se vio potenciada y alimentada constantemente gracias a las actividades plasmadas dentro de la estrategia de comunicación que desarrolló la autora del proyecto.

Luego de realizar un análisis a profundidad de mi labor y de las actividades que venía desarrollando en la empresa AAA de La Jagua, es importante resaltar el fortalecimiento de los contenidos creados y difundidos para las redes sociales de la misma.

Se pudo constatar de manera directa y constante el aumento de seguidores y la gran aceptación del contenido emitido. Considero que mis aportes y conocimientos fueron el pilar más importante para llevar a cabo de manera satisfactoria el desarrollo de mis pasantías. Ya que, gracias a esto, pude poner en práctica la estrategia de comunicación externa para generar confianza en la comunidad, gracias a nuestras publicaciones.

Cabe resaltar que antes de mi llegada, no había personal capacitado y comprometido en difundir contenido de calidad, que informara y orientara a la comunidad sobre las acciones que se adelantaban en la misma.

Gracias a la intervención de este proyecto, y mediante la aplicación de encuestas, se demostró la importancia del área de comunicaciones en la compañía, obteniendo así la posibilidad de incorporar un pasante más a esta oficina, para que crezca la producción de contenido y su vez la calidad de este mismo.

Por otra parte, la encuesta aplicada para conocer el nivel de conocimiento y satisfacción que sentían los usuarios acerca de la calidad de los productos que emitía la empresa di paso a dinamizar por medio de piezas gráficas, podcasts y el uso de WhatsApp, para hacer más ligera la información y llegar a más usuarios.

En definitiva, las actividades desarrolladas durante el proyecto evidenciaron el mejoramiento de las comunicaciones externas de la AAA de La Jagua. Se obtuvieron observaciones, comentarios y recomendaciones frente al proceso desarrollado por parte de la jefe, compañeros de área administrativa, y demás colaboradores de la empresa.

Por último, quedó en la empresa el manual de imagen e identidad corporativa sirva para fortalecer, beneficiar y poner en practica la imagen de la empresa en las comunicaciones internas y externas. Generando recordación en los procesos emitidos por la entidad.

Capítulo 5. Conclusiones

La estrategia llevada a cabo en la AAA de La Jagua, debido al diagnóstico inicial propuesto en las actividades del primer objetivo específico, permite hallar el conocimiento que tienen los usuarios acerca de la empresa. Mediante la aplicación de encuestas, su posterior tabulación y análisis, descubrimos las debilidades que se debían fortalecer para dinamizar y mejorar el uso de los canales de comunicación externa que se encontraban dentro de la empresa, aumentando el flujo comunicacional y a su vez la producción de contenido.

Uno de los alcances más importantes que tuvo la realización del proyecto fue el fortalecimiento de la comunicación externa, debido a que antes se realizaba el ejercicio, pero la comunicación no llegaba de forma correcta al público objetivo. Esto, le brindo al Área de Comunicaciones mayor demanda y destrezas al momento de realizar su trabajo y asimismo establecer una comunicación asertiva y pedagógica para llegar a sus usuarios.

El cumplimiento de las actividades del segundo objetivo específico permite direccionar la estrategia y el cumplimiento de esta, debido al enfoque que se le dio a cada una de estas actividades. Esta busca la mejora en la creación del contenido para las redes sociales, posteriormente buscando la organización y reestructuración de la página web, donde también se manejó todo el tema de la identidad corporativa de la empresa, incluyendo las ilustraciones y fotografías de nuestros empleados. Hallando de esta forma el afianzamiento de la imagen e identidad de la empresa.

Cabe destacar, que es de vital importancia involucrar a los miembros de la empresa tanto la parte administrativa como los operadores, para que comunidad jagüera conozca todos los procedimientos que se llevan para brindarles un servicio eficiente y de calidad, ya que de esta forma ayudará a fortalecer la importancia que emiten los diferentes contenidos audiovisuales.

Por otra parte, durante el proceso contribuimos al crecimiento de la empresa, conociendo los procesos y lo importante que es fortalecer el ser humano y valorar el ser.

De esta manera, concluimos que cada uno de los logros alcanzados son el resultado de un fuerte trabajo durante de la pasantía, en el que día a día la autora del proyecto mostró su compromiso por brindarle buenos resultados a la empresa, en la que notoriamente, se permitió mejorar eficientemente las comunicaciones externas de la AAA de La Jagua.

Capítulo 6. Recomendaciones

Con el fin de seguir en mejora constante, crecimiento y en vanguardia con respecto a la comunicación externa en la AAA de La Jagua, se recomienda implementar el área de comunicaciones y dotarla del talento humano y la capacidad técnica necesaria para que cumpla con las funciones de manera efectiva, eficaz y eficiente.

Por otra parte, se implementaron estrategias radiales que sirvieran como espacio para escuchar e interactuar con la comunidad de manera directa. Asimismo, utilizar estos espacios con enfoque pedagógico para brindar a los usuarios conocimiento sobre el buen uso de las redes de acueducto y alcantarillado, así como también información general de la empresa.

Por último, se considera necesario dotar el área de herramientas tecnológicas para mejorar la calidad de los contenidos creados por el profesional en el área y que a su vez permita generar recordación y el posicionamiento de la empresa a nivel local y regional.

Avalar el uso de las normas definidas dentro del manual de imagen e identidad corporativa, con el objetivo de mantener el uso correcto de su imagen e identidad y así favorecer los procesos de recordación y posicionamiento de la Empresa AAA de La Jagua. Fomentar dentro de la empresa, la imagen e identidad corporativa por medio del uso correcto de sus elementos visuales y conceptuales, para conservar y fortalecer la cultura organizacional dentro de la entidad suministrar algunos de los elementos (suvenires, tarjetas, mockups, entre otros) del manual de imagen e identidad corporativa de la AAA de La Jagua, a los consumidores, clientes y

proveedores que manipulen su imagen e identidad corporativa. Una vez establecido y ejecutado dicho manual se debe comenzar a realizar las impresiones de las documentaciones y actas principales para llevar a cabo correspondencias internas y externas, así como la identificación del personal a través de los uniformes (como se viene ejerciendo). Se recomienda seguir realizando estrategias comunicativas que sigan reforzando las comunicaciones internas y externas de la Empresa AAA de La Jagua, esto con el objetivo de posicionar la imagen corporativa y cumplir con los objetivos que persigue la misma.

Referencias

- Congreso de Colombia. (08 de julio de 2005). *Ley 962*. Obtenido de Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.:
- http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0962_2005.html
- Congreso de la República de Colombia. (06 de Marzo de 2014). *Ley 1712*. Obtenido de por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.:
- <http://suin.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1687091>
- Constitucion Politica de Colombia . (13 de 06 de 1991). *Preámbulo el Pueblo de Colombia*. Obtenido de <https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/Constitucion-Politica-Colombia-1991.pdf>
- Durán, P., Cisneros, N., Meléndez, V., & Leonor, M. (2016). *Comunicación Estratégica: construcción comunicacional de la estrategia corporativa en organizaciones sociales*. Obtenido de <https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/814/Comunicacion%20Estrategica.%20construccion%20comunicacional%20de%20la%20estrategia%20corporativa%20en%20organizaciones%20sociales.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Empresa De Acueducto, Alcantarillado y Aseo (AAA). (2014). *Jimdo*. Obtenido de Jimdo: <https://www.aaadelajaguadeibirico.com/>
- Flórez Hurtado, L. A. (2012). *Identidad e imagen corporativa: experiencia investigativa de*

- sistematización de experiencias en infomedios ltda.* Obtenido de
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3693/Florezluz2012.pdf?sequence=1>
- Girón, P. F. (Enero de 2017). “*La influencia de la imagen corporativa en el posicionamiento de la marca Cake Studio de la ciudad de Ambato*”. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25025/1/TESIS%20PABLO%20GIRON.pdf>
- Hefting, P. (1991). *La Influencia De La Imagen Corporativa En El Posicionamiento De La Marca Cake Studio De La Ciudad De Ambato*. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/25025/1/TESIS%20PABLO%20GIRON.pdf>
- Massoni, S. (2013). *Estrategia Comunicativa*. Obtenido de
<https://repository.usergioarboleda.edu.co/bitstream/handle/11232/814/Comunicacion%20Estrategica.%20construccion%20comunicacional%20de%20la%20estrategia%20corporativa%20en%20organizaciones%20sociales.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Scheinsohn , D. (2003). *Imagen Corporativa*. Obtenido de
<http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/tc048670.pdf>

Apéndice

Apéndice A. Cronograma de actividades del proyecto de investigación

Cuadro 4

Cronograma de actividades del proyecto de investigación

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Actividades | Meses (semanas) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|---|-----------------|----|----|----|---------|----|----|----|-----------|----|----|----|-----------|----|----|----|---|---|---|
| | | | Septiembre | | | | Octubre | | | | Noviembre | | | | Diciembre | | | | | | |
| | | | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | S1 | S2 | S3 | S4 | | | |
| Diseñar una estrategia comunicativa para fortalecer la imagen corporativa de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua. | Realizar un diagnóstico de la comunicación externa Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua S.A E.S.P. | Seleccionar muestra | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | Diseñar encuestas | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| | | Análisis de resultados | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | |
| | Diseño de herramientas comunicativas | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | |
| | Crear contenidos digitales para redes sociales. | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |
| | Desarrollar actividades que promuevan la imagen e identidad Institucional de la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua. | Administrar y actualizar redes sociales y sitio web | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |

Nota: La tabla muestra el cronograma de actividades. Fuente: Pasante

Apéndice B. Encuesta aplicada a la comunidad

1. ¿Reconoce usted la Empresa de Servicios Públicos de AAA de La Jagua como la organización que presta los servicios de acueducto y alcantarillado en el Municipio?
 - A. SI
 - B. NO

2. ¿Cree usted que la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua presta un buen servicio?
 - A. SI
 - B. NO

3. Identifica usted a la Empresa de Servicios Públicos de la Jagua cómo:
 - A. AAA de La Jagua
 - B. Empo Jagua
 - C. Otra...

4. ¿Conoce usted alguna forma de comunicación directa con la Empresa de Servicios Públicos AAA de La Jagua para reportar daños en alcantarillado o acueducto?
 - A. SI...
 - B. NO

5. ¿Reconoce fácilmente el logo de la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?
 - A. Si
 - B. No
 - C. Dificilmente

6. ¿Por cuál medio se entera de la información institucional que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?
 - A. Redes sociales
 - B. T.v
 - C. Radio
 - D. Otros

7. ¿Cuál de los canales de atención ha utilizado para colocar una petición, queja o reclamo?
- A. Redes sociales
 - B. Número telefónico
 - C. Directamente en la Empresa AAA de La Jagua
 - D. No he utilizado ningún medio
8. ¿Cómo califica la atención al cliente brindada u ofrecida por parte de los colaboradores de la empresa?
- A. Bueno
 - B. Muy bueno
 - C. Regular
 - D. Malo
9. ¿Para usted la información institucional o mensajes institucionales que transmite la Empresa AAA de La Jagua de Ibirico?
- A. Enseñan
 - B. Informan
 - C. Orientan
 - D. Actualizan
10. ¿La Empresa AAA de La Jagua de Ibirico SA ESP le explica a usted la causa de las suspensiones del servicio de agua potable?
- A. Si
 - B. No

Apéndice C. Guion para spots radiales acerca del conocimiento de la empresa, puntos de pago y buenas prácticas de acueducto y alcantarillado.

GUION SPOTS

Entra (música de fondo)

-Somos la empresa de todos los jagüeros, quiérela, aprópiate de ella, no tenemos otra en el municipio.

-Ayúdanos a ser cada día mejor

- ¿cómo puedes hacerlo?

- ¡Fácil!, empieza cancelando tu mes de consumo.

-Y si quieres ponerte al día con tu factura solo acércate a nuestra oficina principal y entérate de los beneficios que tenemos para ti.

Sale (música de fondo)

Entra (música de fondo)

-AAA la empresa de todos los jagüeros, te invita a ponerte al día con el pago de tu factura, acércate a nuestra oficina principal ubicada en la calle 5 n° 9- 89 barrio centro y aprovecha todas las comodidades de pago.

-Tenemos:

-Acuerdos de pago, abonos y descuentos

-No dejes pasar esta oportunidad y recuerda que con tu pago nos movemos mejor.

Sale (música de fondo)

Entra (música de fondo)

-Nuestra empresa te necesita, únete a nosotros con tus pagos, cancelando tu mes de consumo contribuyes a un mejor servicio y mejoramientos de nuestras plantas.

Sale (música de fondo)

Entra (música de fondo)

-En temporada de lluvia te invitamos a recolectar el preciado recurso hídrico producto de las precipitaciones como medida contingente de abastecimiento y ahorro del agua.

Sale (música de fondo)

Entra (música de fondo)

-La empresa de servicios públicos AAA de La Jagua de Ibirico te invita a hacer ahorro y uso eficiente del agua y a cuidar nuestro Rio Sororia el cual es nuestra única fuente de abastecimiento recordemos que el agua es vida.

Sale (música de fondo)

Apéndice D. Información a la comunidad.

Extendimos nuestro horario de atención

**DESDE EL 22 DE NOVIEMBRE
HASTA EL 15 DE DICIEMBRE**

De lunes a viernes de
7:00 a.m a 12:30 p.m -
2:00 p.m a 5:30 p.m

¡COMUNICATE CON NOSOTROS!

COMUNICATE CON NOSOTROS:
Línea de atención
3103709936

 @aaa.lajagua

 @aaa.lajagua

 @aaalajagua_





Apéndice E. Publicidad en modalidad de perifoneo en diferentes sectores del municipio.



Apéndice F. Apoyo en entrega de facturas en urbanizaciones del municipio.



Apéndice G. Apoyo a AAA en tu barrio.



Apéndice H. Creación de logo ‘Club defensores del agua’



Apéndice I. Creación de portada para 'Informe de gestión'



Apéndice J. Creación de logo para 'Gestión social'



Gestión Social



Apéndice K. Fotografía del logo para 'Gestión social'



Apéndice L. Diseño de invitaciones a cena navideña.



Apéndice M. Presentación de cena navideña.



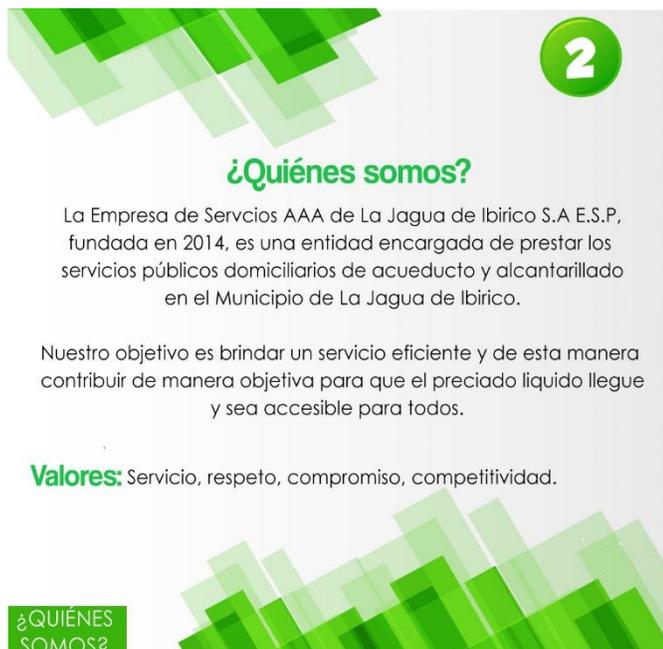
Apéndice N. Tarjeta de 'feliz año nuevo'.



Apéndice O. Apoyo a 'lectura de micro medidores de acueducto'.



Apéndice P. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 1 a 3



Apéndice Q. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 4 a 7

4

Visión

La empresa AAA de La Jagua de Ibirico S.A E.S.P. Se proyecta para el año 2025 ser una empresa competitiva en la prestación de los servicios públicos domiciliarios, mediante la implementación de procesos de mejoramiento continuo, logrando prestar el servicio al 100% del municipio de La Jagua de Ibirico incluyendo la cabecera municipal, y los corregimientos de La Victoria, La Palmita y Boquerón con óptimas condiciones en términos de calidad, continuidad y cobertura, satisfaciendo las necesidades humanas de la población con los mejores índices de gestión ambiental, administrativa, comercial y financiera, siendo solidarios con la comunidad y el medio ambiente; apuntándole a los valores, la ética y la justicia social.

VISIÓN

5

Índice

1. Introducción
2. Quiénes somos
3. Misión
4. Visión
5. Índice
6. Logotipo
7. Colores corporativos
8. Planimetría del logo - Justificación
9. Estilos del logo
10. Fuentes tipográficas
11. Usos correctos

Piezas gráficas

12. Tarjetas de presentación
13. Mockup tarjeta
14. Hoja membrete
15. Carpeta
16. Camisas Caballero - Dama
17. Souvenirs

ÍNDICE

6

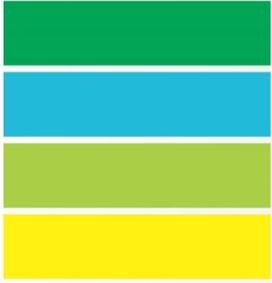
LOGOTIPO



LOGOTIPO

7

COLORES



| | |
|--------|--|
| C: 0 | |
| M: 0 | |
| Y: 166 | |
| K: 85 | |
| | |
| C: 0 | |
| M: 33 | |
| Y: 186 | |
| K: 217 | |
| | |
| C: 0 | |
| M: 170 | |
| Y: 206 | |
| K: 70 | |
| | |
| C: 0 | |
| M: 255 | |
| Y: 241 | |
| K: 18 | |

COLORES

Apéndice R. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 8 a 11

8

Planimetría del logo - Justificación

El área de reserva mínima determina el espacio necesario alrededor del logo y genera una visual limpia. Ningún elemento, imagen o texto debe sobrepasar este límite para evitar la contaminación visual del logo. Se recomienda un área de reserva alrededor del logo equivalente a 2x, siendo 1x la medida del módulo de la cuadrícula.



PLANIMETRÍA DEL LOGO

9

ESTILOS DEL LOGO

Para la aplicación correcta de los colores de la marca se deben tener en cuenta los valores asignados en CMYK y RGB. Por consiguiente, para su aplicación no varía su color en las diferentes aplicaciones.



ESTILOS DEL LOGO

10

FUENTES TIPOGRÁFICAS

El uso de la fuente institucional ICBF VAG Rounded es especialmente indicada para una amplia gama de comunicaciones visuales. Las fuentes complementarias son Zurych, Desyrel Regular y la Asap Regular las cuales transmiten un tono fresco, serenidad y solidaridad en la composición del manual.

Modo de uso

Utilizar la fuente institucional VAG Rounded y Asap Regular para todas las comunicaciones digitales e impresas siempre que sea posible. La fuente Desyrel Regular se usa en frases con contenido institucional.

Fuente institucional

ARIAL
ARIAL

Fuente complementaria

Century gothic

Fuente complementaria

CoolveticaRg-Regular

Grobold

FUENTES TIPOGRÁFICAS

11

USO CORRECTO

En las aplicaciones del logo se debe tener en cuenta que no está permitido la utilización de la marca dentro de recuadros. Tampoco está permitida su utilización en colores sólidos, ni en escala de grises.



USO CORRECTO

Apéndice S. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 12 a 15



Apéndice T. Manual de Imagen e Identidad Corporativa pág. 16 a 17

