



EMPRESA DE SERVICIOS PUBLICOS DE ACUEDUCTO,
ALCANTARILLADO Y ASEO DEL MUNICIPIO DE
PURIFICACIÓN TOLIMA
"PURIFICA" ESP.

PLAN DE COMUNICACIONES

Página | 1

PLAN DE COMUNICACIONES



CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCION	3
2. POLITICAS GENERALES	3
3. POLITICA INTEGRAL DE COMUNICACION	4
4. OBJETIVO GENERAL	6
5. OBJETIVOS ESPECIFICOS	6
6. BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACION	6
7. RESPONSABLES	7
8. TIPOS DE COMUNICACIÓN	7
9. GENERALIDADES	7
10. COMUNICACIÓN INTENA	8
10.1 MEDIOS ELECTRONICOS	8
10.2 MEDIOS ESCRITOS	8
10.3 BUZON DE QUEJAS Y SUGERENCIAS	9
11. COMUNICACIÓN EXTERNA	9
11.2 MEDIOS AUDIOVISUALES Y RADIALES	9



PLAN DE COMUNICACIONES

1. INTRODUCCION

La comunicación es un elemento estratégico para el desarrollo en las entidades y facilita el logro de la misión, la visión y objetivos corporativos de la entidad, además promueve el manejo positivo de la imagen institucional, consolida las relaciones con los usuarios y permite que la comunidad esté informada de manera permanente sobre las acciones de la empresa de servicios Públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo del municipio de Purificación Tolima PURIFICA E.S.P.

Informar a la opinión pública sobre la gestión que se realiza para darle cumplimiento al Plan de Acción y alcanzar las metas propuestas en todas las áreas involucradas en el funcionamiento de la empresa, con el fin de generar desarrollo, productividad, competitividad y mejores condiciones de la calidad de vida, es una labor primordial para la empresa PURIFICA E.S.P., que se debe adelantar, no solo para darle cumplimiento al principio de publicidad establecido por la ley 1437 de 2011 nuevo Código de Procedimiento Administrativo y de lo contencioso Administrativo, sino como una forma de garantizar la transparencia en la gestión.

La comunicación contribuye a promover la participación ciudadana y a construir consensos, permitiendo la circulación permanente de información.

2. POLITICA GENERAL

Con el propósito de garantizar el logro de los fines misionales de la Entidad; la comunicación en la empresa de servicios públicos tendrá un carácter estratégico y estará orientada a la construcción de identidad institucional como ente descentralizado del Municipio de Purificación Tolima, para el fortalecimiento en la interlocución y la transparencia en sus relaciones con el público interno y externo y así mismo crear confianza en la comunidad.

Teniendo en cuenta la importancia que tiene la comunicación interna y externa como herramienta para que la gestión sea más eficiente, efectiva y eficaz, la empresa de servicios públicos del municipio de Purificación Tolima – PURIFICA E.S.P., adopta los siguientes lineamientos:



PLAN DE COMUNICACIONES

- ✓ La comunicación será una estrategia prioritaria para la empresa de servicios públicos de Acueducto, Alcantarillado y Aseo del municipio de Purificación – PURIFICA E.S.P.
- ✓ Promoverá la participación, integración y convivencia en el marco de la cultura organizacional y fomentará el sentido de pertenencia.
- ✓ Fomentará el conocimiento de los servicios públicos ofrecidos por la empresa para los clientes y partes interesadas.
- ✓ Será asumida como un bien público y tendrá carácter estratégico para la entidad.
- ✓ Proyectará una imagen favorable para la empresa de servicios públicos PURIFICA E.S.P.
- ✓ Promoverá espacios de difusión de la retroalimentación.
- ✓ Generará estrategias comunicativas para garantizar la información de manera oportuna y eficaz a los usuarios y comunidad en general.
- ✓ La comunicación será el eje fundamental de la gestión del talento humano, al permitirle a los funcionarios integrarse en la dinámica del desarrollo de la entidad.

3. POLITICA INTEGRAL DE COMUNICACIÓN

Contar con una comunicación interna, ágil, fluida, eficiente, efectiva, que permita informar de manera clara las metas, objetivos, progresos, éxitos y fracasos de la Entidad, donde se fomente el compromiso, el sentido de pertenencia y se den a conocer los programas y decisiones relacionadas con la gestión del talento humano.

La comunicación externa está orientada a rendir cuentas de manera permanente a la opinión pública sobre las acciones, gestiones, inversiones, programas y proyectos que adelanta la empresa, a través de estrategias de alto impacto social en medios de comunicación idóneos y de alta credibilidad.

Poner en conocimiento de los usuarios y la comunidad (comunicación externa) y los miembros de la empresa (comunicación interna) los programas que se realizan y la forma de acceder o realizar sus consultas.

En virtud del principio de transparencia, la actividad administrativa es del dominio público, por consiguiente, toda persona puede conocer las actuaciones de la entidad, salvo reserva legal (Ley 57 de 1985).



En virtud del principio de publicidad, las autoridades darán a conocer al público y a los interesados, en forma sistemática y permanente, sin que medie petición alguna, sus actos, contratos y resoluciones, mediante las comunicaciones, notificaciones y publicaciones que ordene la ley, incluyendo el empleo de tecnologías que permitan difundir de manera masiva tal información de conformidad con lo dispuesto en este Código. Cuando el interesado deba asumir el costo de la publicación, ésta no podrá exceder en ningún caso el valor de la misma (Ley 1437 de 2011), sedará cabal cumplimiento a:

PRINCIPIO DE PUBLICIDAD: En la empresa todos los actos de las autoridades y de los funcionarios serán públicos, al igual que los documentos elaborados, producidos o conservados en su poder, de modo que cualquier persona tiene el derecho de conocerlos y divulgarlos, facilitando la participación activa de los ciudadanos en los actos administrativos.

PRINCIPIO DE TRANSPARENCIA EN LA EVALUACION DE LA GESTION: Todas las reuniones con los funcionarios de la empresa y del sector privado que tengan relación con el desempeño de su cargo, se desarrollarán bajo el principio de transparencia.

Acatar el estatuto anticorrupción a que se refiere la ley 1474 de 2011, en su artículo 10 **PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD**, que establece:

- Los recursos que destinen las entidades públicas y las empresas y sociedades con participación mayoritaria del Estado del orden nacional y territorial, en la divulgación de los programas y políticas que realicen, a través de publicidad oficial o de cualquier otro medio o mecanismo similar que implique utilización de dineros del Estado, deben buscar el cumplimiento de la finalidad de la respectiva entidad y garantizar el derecho a la información de los ciudadanos. En esta publicidad oficial se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medios de comunicación, de manera tal que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos.
- Los contratos que se celebren para la realización de las actividades descritas en el inciso anterior, deben obedecer a criterios preestablecidos de efectividad, transparencia y objetividad.
- Se prohíbe el uso de publicidad oficial, o de cualquier otro mecanismo de divulgación de programas y políticas oficiales, para la promoción de servidores públicos, partidos políticos o candidatos, o que



PLAN DE COMUNICACIONES

hagan uso de su voz, imagen, nombre, símbolo, logo o cualquier otro elemento identificable que pudiese inducir a confusión.

- Parágrafo 3. Las entidades del orden nacional y territorial a que se refiere esta disposición están obligadas a publicar periódicamente en su página de internet toda la información relativa al presupuesto, planificación y gastos en las actividades descritas en el inciso primero de este artículo.

Las estrategias deben apuntar a posicionar y lograr el reconocimiento de la gestión entre la opinión pública, alcanzando un alto nivel de credibilidad.

4. OBJETIVO GENERAL

Asegurar la eficacia, eficiencia y efectividad de la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo del municipio de Purificación Tolima PURIFICA ESP, a nivel municipal, regional y Nacional.

5. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Generar un clima informativo, adecuado y responsable.
- Hacer uso adecuado de los medios de comunicación tecnológicos, masivos y alternativos.
- Diseñar estrategias comunicativas de alto impacto que lleguen a la opinión pública de manera oportuna y adecuada.
- Promover el compromiso de los funcionarios de la entidad para el logro de la misión, visión y objetivos institucionales.
- Posicionar la empresa de servicios públicos de Purificación Tolima – PURIFICA E.S.P. a través de los diferentes medios de comunicación. (Radio, Televisión, Internet, Redes Sociales).

6. BENEFICIOS DEL PLAN DE COMUNICACIÓN

Algunas de las mejoras que se pueden percibir al implementar éste plan de comunicación son:

- Proporciona el marco general para las acciones de comunicación dentro de la empresa.



PLAN DE COMUNICACIONES

- Incrementa el valor de la comunicación dentro de la empresa de servicios públicos PURIFICA E.S.P.
- Motiva retroalimentaciones que repercutan en el diseño y ejecución del sistema y la estrategia de comunicación.
- Permite el monitoreo, el control y la evaluación.
- Permite crear mecanismos para generar impacto en la comunicación.
- Crea estrategias para fortalecer la comunicación interna y externa.

7. RESPONSABLES

La formulación, coordinación y actualizaciones del plan de comunicación estará a cargo de los dueños de cada proceso o jefes de área de la entidad Y de la empresa de servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo del municipio de Purificación Tolima – PURIFICA E.S.P., en cabeza del representante legal.

8. TIPOS DE COMUNICACIÓN

8.1 INTERNA: Está conformado por los funcionarios adscritos a la Empresa de servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo del municipio de Purificación Tolima – PURIFICA E.S.P.

8.2 EXTERNA: Lo conforman la comunidad, los medios de comunicación, alcaldías, gremios, entidades descentralizadas del orden nacional y territorial, entes de control, y demás que no estén incluidas en la comunicación interna.

9. GENERALIDADES

- ✓ Se debe hacer un seguimiento anual, al plan de comunicación con el fin de verificar su conformidad y el cumplimiento de su alcance. Los mecanismos para hacerlo serán definidos por el Jefe Administrativo y de personal quien es el dueño del procedimiento Comunicaciones.
- ✓ El plan se actualizará cuando se identifique la necesidad. El líder del proceso de comunicación, una vez hecho el seguimiento o atendiendo las recomendaciones por parte de la Alta Dirección, definirá si es o no necesario realizar ajustes.
- ✓ Aplicar anualmente la encuesta para medir el impacto de la comunicación al interior de la entidad.



- ✓ Medir la percepción que tiene la opinión pública sobre la gestión y los programas de la Empresa de Servicios Públicos PURIFICA E.S.P., a través de la página web de la empresa, como un mecanismo para medir el impacto de las estrategias comunicativas.

10. COMUNICACIÓN INTERNA

Herramienta fundamental para el diagnóstico y organización de los procesos comunicativos con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y la organización para fortalecer y mejorar la identidad, el desempeño en la institución y generar un alto sentido de pertenencia con la misma.

La responsabilidad del procedimiento de la comunicación interna está a cargo del Jefe Administrativo y de Personal, quien mantendrá una interrelación directa con el Representante Legal de la entidad en el momento en que se expidan los comunicados tanto internos como externos. Igualmente la comunicación externa recae sobre los jefes de las diferentes áreas en el momento en que éstos tengan la responsabilidad de responder los requerimientos de la comunidad en general y de los entes de control.

10.1 MEDIOS ELECTRONICOS

1. Correo electrónico interno: Son los diferentes medios de comunicación electrónica que tiene Purifica tales como: Intranet – Correo Institucional.

Mensajería Instantánea: Se tiene establecida la página Web donde se publica información como: Misión, Visión, Portafolio de Servicios, Eventos en PURIFICA ESP. Entre otros (www.purificaesp.gov.co).

10.2 MEDIOS ESCRITOS

1. Folletos para clientes: se cuenta con folletos que buscan divulgar el proceso de tratamiento de agua y crear cultura del ahorro del agua

2. Cartelera informativa: ubicadas al ingreso de la empresa, busca informar al cliente interno (funcionarios) acerca de actividades como las de bienestar social, Mécé, y todas aquellas de direccionamiento estratégico, como también al cliente (externo) acerca de las novedades de la empresa y de interés para todos

PLAN DE COMUNICACIONES

medio de comunicación	medio a utilizar	actividad	proposito	audiencia a quien se	cronograma de actividades												observaciones		
					Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic			
radial	Voz del Tolima y CRIT	campaña del uso y ahorro eficiente del agua	Informar a los usuarios através de mensajes publicitarios y notas de interes general	Comunidad en general	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	mensual	
radial	Voz del Tolima y CRIT	Horarios rutas de recolección del servicio de aseo	Informar a los usuarios através de mensajes publicitarios y notas de interes general	Comunidad en general	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	mensual	
radial	Emisora local y canal comunitario	Avisos de corte o suspensión del servicio de acueducto, por arreglos que se programen o lavados de planta de tratamiento	Informar a los usuarios através de mensajes publicitarios y notas de interes general	Comunidad en general	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	mensual	se informará a la comunidad de manera anticipada
audiovisual	pagina web	publicar invitaciones privadas, publicas y contratación mensual	informar y sensibilizar a la comunidad de los diferentes proyectos	Comunidad en general	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	mensual	
audiovisual	pagina web	rutas de las escobitas y carros recolectores	informar a la comunidad de rutas del servicio de aseo y limpieza	Comunidad en general	X													Anual	
audiovisual	pagina web	publicar ejecuciones presupuestales de gastos e ingresos	informar a la comunidad el estado de las ejecuciones presupuestales de la entidad	Comunidad en general	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	mensual	



10.3 BUZON DE QUEJAS Y SUGERENCIAS: Permiten que todos los usuarios e integrantes de la entidad se expresen con libertad y puedan transmitir a los niveles superiores de la empresa sus inquietudes y expectativas.

11. COMUNICACIÓN EXTERNA

Para divulgar información oportuna, relevante y de interés para los diferentes públicos externos con los que se relaciona, especialmente la comunidad, se debe priorizar y definir lo que se va a difundir, las estrategias que se van a utilizar y los medios de comunicación o herramientas efectivas para tener una mayor cobertura e impacto.

El objetivo principal será transmitir en los diversos medios de comunicación, de forma clara, veraz y oportuna, información sobre la gestión y de esta manera posicionar ante la opinión pública la imagen positiva y la credibilidad de la entidad.

11.2 MEDIOS AUDIOVISUALES Y RADIALES

Los comunicados que emite la empresa y que afectan el servicio prestado por arreglos y lavados de planta son emitidos a través del canal comunitario y de la emisora local. A través del TV ubicado en la empresa de Acueducto, alcantarillado y aseo de purifica se busca difundir información de interés para todos los usuarios. Temas sobre procedimientos, deberes y derechos, entre otros.

**ANCIZAR QUINTERO RODRIGUEZ
GERENTE PURIFICA E.S.P.**