

PLAN DE COMUNICACIÓN Y CONTENIDOS MENSUALES

Área de Comunicaciones 2025

1. Justificación

El presente Plan de Comunicación se formula como parte del proceso de fortalecimiento y estructuración del Área de Comunicaciones de la Empresa de Servicios Públicos de San Andrés de Cuerquia – EMPUSAC.

Hasta el año 2024, la empresa no contaba con un área de comunicaciones propia ni con estrategias institucionales orientadas a la gestión de la información. La página web era administrada por un diseñador web contratado, encargado de los aspectos técnicos y de mantenimiento del portal, pero sin un enfoque comunicacional ni pedagógico.

De igual manera, EMPUSAC no tenía presencia activa en redes sociales, lo que generaba un vacío en la comunicación con los usuarios y la comunidad. Esta ausencia de interacción digital limitaba la difusión de la gestión institucional, la promoción de la cultura ambiental y el fortalecimiento de la confianza ciudadana.

Ante este panorama, se crea el Área de Comunicaciones, con el objetivo de iniciar un proceso desde cero que consolide una comunicación moderna, transparente y cercana a la comunidad.

El presente plan se constituye como la base estratégica para la nueva etapa comunicacional de EMPUSAC, enmarcada en la educación ambiental, la participación ciudadana y la visibilización de la gestión institucional.

2. Objetivos

Objetivo general

Estructurar e implementar una estrategia de comunicación institucional y digital que permita visibilizar la gestión de EMPUSAC, fortalecer la relación con la comunidad usuaria y fomentar la educación ambiental.

Objetivos específicos

- Crear un sistema de contenidos mensuales para redes sociales y página web con enfoque educativo y comunitario.
- Posicionar la identidad institucional y la marca EMPUSAC en el municipio.
- Promover la transparencia mediante la divulgación periódica de avances y resultados.
- Establecer rutinas de comunicación interna para fortalecer el sentido de pertenencia organizacional.
- Medir los impactos comunicativos con indicadores de alcance, interacción y percepción ciudadana.

3. Públicos Objetivo

- Usuarios y suscriptores de los servicios públicos.
- Instituciones educativas y ambientales.
- Funcionarios y contratistas de EMPUSAC.
- Entidades aliadas y de control.

4. Ejes Estratégicos de Comunicación

- Fortalecimiento institucional:

Posicionar a EMPUSAC como una entidad sólida, transparente y cercana.

- Educación y cultura ambiental:

Promover hábitos sostenibles en el uso del agua, el manejo de residuos y el cuidado del entorno.

- Transparencia y gestión:

Difundir los avances, inversiones y resultados de la empresa de forma clara y oportuna.

- Servicio al usuario:

Mejorar la comunicación de avisos, interrupciones, campañas de pago y canales de atención.

- Comunicación interna:

Fomentar el sentido de pertenencia y la alineación institucional entre los equipos de trabajo.

Semana	Tipo de Contenido	Ejemplo de Tema / Actividad	Formato sugerido	Canal	Objetivo
Semana 1	Educación ambiental	Tips sobre cuidado del agua o disposición de residuos	Imagen + copy educativo	Facebook / Instagram	Promover la conciencia ambiental
Semana 2	Fecha especial	Día Mundial del Agua, del Reciclaje, del Medio Ambiente, etc.	Imagen con mensaje institucional	Redes sociales	Vincular EMPUSAC a las efemérides ambientales
Semana 3	Actividad institucional	visita técnica, encuentro o socialización	Fotografía con breve descripción	Redes sociales / Página web	Mostrar la presencia institucional
Semana 4	Educación ambiental	Mensaje o infografía sobre cultura del aseo y orden urbano	Imagen o video corto	Redes sociales	Fomentar buenas prácticas ciudadanas
Mensual	Fecha especial o aniversario	Festividades locales o valores institucionales	Imagen + copy	Facebook	Mantener conexión emocional con la comunidad

5. Criterios de Publicación

- Frecuencia: mínimo 2 publicaciones por semana.
- Enfoque visual: priorizar fotos reales de campo o material propio de EMPUSAC.
- Lenguaje: claro, educativo y cercano.
- Diseño: mantener línea gráfica institucional (colores, logo, tipografía).
- Tono comunicativo: institucional, pedagógico y positivo.

6. Tipos de Publicaciones Recomendadas

- Educativas:

“Sabías que...” (datos curiosos o consejos ambientales).

“Cuida tu agua, cuida tu vida.”

“Evita arrojar basuras al alcantarillado.”

- Fechas especiales:

Efemérides ambientales (Día del Agua, del Árbol, de la Tierra).

- Fechas institucionales (aniversarios, conmemoraciones, fiestas locales).
- Festividades ciudadanas (Navidad, Semana Santa, Día del Campesino, etc.).
- Reuniones y encuentros:
- Fotos de socializaciones con comunidad o entidades.
- Reuniones internas o capacitaciones.
- Actividades técnicas o de campo relevantes.

Categoría	Indicador	Meta	Frecuencia
Publicaciones educativas	Número mensual de piezas pedagógicas	4–6	Mensual
Fechas especiales	Participación en efemérides ambientales	2–3	Mensual
Actividades institucionales	Publicaciones de reuniones o visitas	2–3	Mensual
Interacción	Comentarios, reacciones o compartidos	+10% mensual	Mensual

7. Conclusión

Durante este periodo, el área de Comunicaciones de EMPUSAC ha venido consolidando las bases para una estrategia institucional más sólida y coherente. La creación de las redes sociales oficiales y la gestión directa de la página web representan un paso decisivo hacia una comunicación más cercana, transparente y educativa con la comunidad.

A través del plan de contenidos enfocado en la educación ambiental, las fechas especiales y la visibilización de las actividades institucionales, se busca fortalecer la cultura ciudadana frente al uso responsable de los servicios públicos y promover la apropiación de la empresa por parte de los usuarios.

Los indicadores propuestos permitirán evaluar de manera continua el impacto de las acciones comunicativas, optimizar los procesos y orientar decisiones estratégicas para los próximos meses. Con ello, EMPUSAC avanza hacia una comunicación moderna, participativa y alineada con su compromiso de servicio y sostenibilidad.