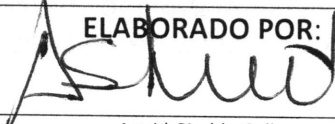
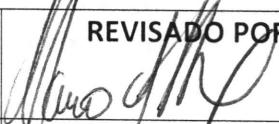





SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 1de 8	

**PLAN DE MERCADEO
SERVICIUDAD ESP**



ELABORADO POR: 	REVISADO POR: 	APROBADO POR: 
Astrid Giraldo Gallo Profesional Especializado mercadeo y publicidad	Mauricio Andrés Rodas Tabora Subgerente Comercial y de Mercadeo	Fernando José Da Pena Montenegro Gerente
Fecha: Oct-11-2022	Fecha: Oct-11-2022	Fecha: Oct-12-2022



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 2 de 8	

1. INTRODUCCION

SERVICIUDAD ESP Empresa Industrial y comercial del estado es la prestadora de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en el Municipio de Dosquebradas, toma como fuente de suministro de Acueducto los Municipios de Pereira y Santa Rosa, de esta forma se atienden a 75.000 usuarios aproximadamente de la zona urbana. Para 2023 con la puerta en marcha de la planta propia se tendrá Autonomía Hídrica que garantizará el suministro al 30% de la población.

Catalogada como una de las 20 mejores Empresas del País de acuerdo al indicador Único Sectorial reportado la Superintendencia de Servicios Públicos para la vigencia 2020, lo que indica que es una Empresa con solidez financiera y permanencia en el tiempo.

Por lo anterior y en aras de mejorar no solo la prestación de los servicios sino también el posicionamiento de imagen corporativa como empresa y como ciudad, de generar sentido de pertenencia de manera interna y externa, se elabora Plan de Mercadeo para ejecutar diversas actividades que llevarán la Empresa al cumplimiento de los objetivos propuestos.

1.1 MISIÓN

Prestamos servicios públicos domiciliarios de acueducto, alcantarillado y aseo con eficiencia, calidad y continuidad, mejorando la calidad de vida de nuestros usuarios.

1.2 VISION

En el año 2026 Serviciudad será reconocida a nivel nacional por la prestación eficiente y sostenible de los servicios públicos, garantizando la autonomía hídrica y el fortalecimiento de la gestión del servicio de aseo

2. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

1. Generar estrategias de mercado que Garantice el Posicionamiento de Marca de la Empresa y la Satisfacción del Usuario.
2. Mejorar Índices de Recaudo
3. Acercamiento de la Empresa a la comunidad, mejorando notablemente la imagen y desapareciendo los mitos de la mala prestación del servicio por ser públicos.



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 3 de 8	

3. OBJETIVOS COMERCIALES

- Alcanzar a mediano y largo plazo un posicionamiento de SERVICIUDAD ESP como el operador líder de la región, generando orgullo y sentido de pertenencia a los colaboradores y ciudadanos como la Empresa Pública de los Dosquebradenses.
- Mejorar el índice de satisfacción del cliente de los servicios públicos domiciliarios prestados mejorando en los procesos de atención al cliente y excelencia en el servicio.
- Desarrollar programas de educación ciudadana en cuanto a diversos temas de interés general y cuidado ambiental.
- Alto relacionamiento con el sector de constructores y urbanizadores por parte de las áreas técnica y comercial en el desarrollo de los proyectos de construcción en el municipio de Dosquebradas.
- Construir un Plan de Comunicaciones y Plan de Medios que impacten de manera positiva en la fluidez de la información y las comunicaciones de la Empresa en los grupos de valor tanto internos como externos, encaminado al mejoramiento de la percepción del cliente frente a la Empresa.
- Generar cercanía y atención directa a las propiedades horizontales del Mpio por tener alto índice de ocupación y crecimiento constante.

4. RESUMEN DE MERCADO Y COMPETENCIA

Serviciudad ESP es la Empresa líder en la prestación de los servicios con una amplia trayectoria en el mercado y de propiedad del Municipio de Dosquebradas, durante varios años tuvo el monopolio, pero poco a poco otras empresas foráneas han llegado a competir por el mercado con servicios adicionales como valor agregado. Situación que nos ha obligado a realizar cambios



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 4 de 8	

sustanciales no solo en la prestación del servicio si no también en la cercanía con el usuario y la fluidez de la información.

Para competir por nuestro mercado están Empresas tales como:

ACUASEO: presta servicios en la parte norte del Mpio, se surte de la quebrada Aguazul y tiene a la fecha aproximadamente 6.500 usuarios

ATESA: presta servicio de aseo a usuarios puntuales como Frisby que tiene un contrato regional para la recolección de los residuos solidos

ASEO PLUS: presta solo el servicio de aseo quienes ofrecen otras actividades adicionales para competir con valores agregados. En el mercado dosquebradense lleva alrededor de 18 meses incursionando.

ACUEDUCTOS COMUNITARIOS: son 54 ubicados en la periferia de la ciudad surten el sector rural, donde no tenemos la infraestructura para prestar servicios y en otros barrios de los estratos 1 y 2 donde si prestamos servicios de alcantarillado y aseo.

Por lo anterior y como puede observarse SERVICIUDAD ESP sigue siendo la Empresa más grande del Municipio y continua conservando el liderato, pero mejorando cada vez mas los procesos, los servicios y la atención al usuario con responsabilidad social empresarial en el cuidado del medio ambiente.

5. SEGMENTACION DEL MERCADO

De acuerdo a la información emitida por el Comité de Estratificación Municipal, Dosquebradas está dividido en 4 estratos, pero a su vez como Empresa tenemos una clasificación así:

- Residencial Estratos 1,2,3 y 4
- Comercial
- Industrial
- Oficial
- Especial



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
	Página 5 de 8	
PLAN DE MERCADEO		

CANTIDAD DE SUSCRIPTORES AGOSTO DEL 2022				
USO DE PREDIO	Acueducto	Alcantarillado	ASEO	
	Suscriptor	Suscriptor	Nº Suscriptores	
Residencial Estrato 1	4,389	5,881	6,441	
Residencial Estrato 2	15,047	20,265	22,443	
Residencial Estrato 3	30,327	30,843	31,429	
Residencial Estrato 4	10,262	10,238	9,490	
Subtotal Residencial	60,025	67,227	69,803	
			Peq	Gran
COMERCIAL	2818	2975	3121	466
INDUSTRIAL	115	119	59	52
OFICIAL	80	94	43	51
ESPECIAL	95	114	106	7
PROVISIONAL	734	760	1,296	1
TEMPORAL	22	2	17	4
			4,642	581
Subtotal	3,864	4,064	5,223	
Total Suscriptores	63,889	71,291	75,026	

6. PROGRAMA DE CONSTRUCTORES Y USUARIOS INDUSTRIALES Y COMERCIALES

La cercanía a los usuarios de los sectores comerciales e industriales del Municipio, es indispensable para conocer las necesidades, requerimientos y expectativas frente a la Empresa.

ACCIONES A SEGUIR:

- Reuniones y visitas periódicas
- Contacto directo para resolver problemas o inquietudes
- Incluirlos en los planes de educación ciudadana
- Entregar elementos que se consideren para la correcta prestación del servicio
- Adecuaciones locativas a shut de basuras



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 6 de 8	

7. PROGRAMA USUARIOS RESIDENCIALES

La cercanía con la comunidad es necesaria para ello contar con los líderes comunales, presidentes de juntas de acción comunal, ediles y grupos de valor organizados, para conocer necesidades, expectativas y puntos clave del servicio y de la percepción de la Empresa en la comunidad de los estratos 1,2,3 y 4

ACCIONES A SEGUIR:

- Segmentación de barrios, unidades residenciales, edificios y unidades residenciales para generar estrategias diferenciadoras de acuerdo con los requerimientos de cada segmento.
- Reunión con líderes comunitarios, juntas de acción comunal, administradores de conjuntos, edificios y unidades residenciales para conocer sus necesidades, requerimientos y expectativas y así diseñar programas y productos de valor agregado que generen posicionamiento de marca, cultura de pago, sentido de pertenencia, reconocimiento y defensa de la Empresa como la propiedad del Mpio.
- Establecer planes de educación ciudadana en conjunto con ellos y sus necesidades

8. ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES

Poner en marcha El Plan de Comunicaciones y el Plan de Medios que involucre los colaboradores de la Empresa, como actores indispensables en el mejoramiento de la imagen y la percepción de empresa al exterior de la misma.

ACCIONES A SEGUIR:

- Contratación de una Agencia de Publicidad que se encargará de diseñar estrategias tendientes al posicionamiento de marca e imagen, a través de redes sociales y otros medios.
- Contratación para la elaboración de contenido audiovisual que será ampliamente difundido en los canales establecidos por la Empresa, así mismo la impresión de material litográfico que será distribuido.



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 7 de 8	

- Contratación de un experto en medios de comunicación que se encargara de la fluidez de la información al interior y exterior de la Empresa.
- Contratación de diversos medios de comunicación tradicionales y digitales para tener amplia presencia en todos.
- Capacitar y sensibilizar a nuestros funcionarios en temas generales de empresa, todo encaminado al mejoramiento de la comunicación interna.
- Utilizar los espacios que el municipio y los entes gubernamentales generan y requieran la presencia de la empresa para brindar la información oportuna y clara de las operaciones, planes y objetivos de la empresa.

9. ESTRATEGIA DE SERVICIO AL CLIENTE

Conocer y mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa en general y de los servicios prestados. Por tanto, se elaborará un protocolo de atención al cliente en el que se fijan normas, parámetros y especificaciones para una correcta atención al cliente.

9.1 MEDICION

A través de un buen seguimiento y control de todas las actividades y operaciones en los procesos comerciales y operativos de la empresa se deben identificar los aspectos susceptibles de mejora para desarrollar acciones para fidelizar nuestros usuarios

ACCIONES A SEGUIR:

- Encuesta obligatoria anual realizada a nuestros usuarios por el call center de manera aleatoria.
- Controlar y medir la atención al cliente en las oficinas de SERVICIUDAD, a través de turnero que permita medir la satisfacción de la atención en tiempo real
- Controlar y medir las respuestas en atención de los PQRs y promedios de tiempos.
- Encuesta a través de redes sociales dirigidas a grupos de valor.



SERVICIUDAD E.S.P.	Código SCOT-11	Versión 1
PLAN DE MERCADEO	Página 8 de 8	

10. RESPONSABLES

Serán responsables en su ejecución la Profesional Especializada de Mercadeo y el Subgerente Comercial de la Empresa

CONCLUSION

El presente documento deberá ser de utilización y consulta frecuente del área Comercial de la Empresa, para su correcta aplicación al interior y exterior de la entidad.

Se deberán seguir sus lineamientos para alcanzar los objetivos propuestos y trabajarlo en conjunto con el Plan Estratégico recientemente diseñado, todo encaminado mejorar y posicionar imagen corporativa, logrando la satisfacción total de nuestros usuarios y la perdurabilidad de nuestra Empresa en el tiempo.