

Aussa: especificación de comunicación externa e interna

Aussa, sociedad de gestión de estacionamientos regulados y aparcamientos en estructura, trabaja en una estrategia de comunicación que le permita reforzar los mensajes que se quieren trasladar desde la compañía a la opinión pública, al resto de grupos de interés de la industria de la movilidad y, en el ámbito interno, a los profesionales que integran la empresa.

Las líneas de actuación se detallan a continuación, siendo el periodo de prestación de servicios 24 meses

1. Construcción, actualización y adaptación de la comunicación de la compañía a los diferentes foros, sectores y territorios en los que Assa tiene presencia.

El mensaje central es trasladar la idea de que Assa es una empresa que facilita la vida de sus usuarios y mejora la movilidad de las ciudades en las que presta sus servicios. De acuerdo con esta vocación, se mantiene la apuesta por los conceptos “aparca y vive” y “una pequeña ayuda para una ciudad mejor”, que cobran gran vigencia en un escenario de restricciones cada vez mayores del tráfico privado y de apuesta por el transporte público, por el estacionamiento regulado y por el uso de energías limpias.

En tal sentido, se incide en todas las intervenciones públicas (notas de prensa, entrevistas en medios de comunicación, intervenciones en foros y publicación de contenidos en redes sociales) en el papel determinante de la gestión de los aparcamientos y de los estacionamientos en la vía pública en la orientación de las políticas de movilidad sostenible.

2. Diseño y ejecución del plan de comunicación externa (PCE) de Assa.

Este plan divide sus actuaciones en tres ejes.

2.1. Acciones destinadas a las ciudades en las que se opera, en las que se hace especial hincapié en la información de servicio para nuestros potenciales usuarios.

2.2. Acciones focalizadas en la atención de los usuarios de nuestra aplicación *Apparkya*.

2.3. Acciones de comunicación dirigidas a aquellas poblaciones donde Assa opta a la concesión del servicio.

Las acciones de comunicación externa se ejecutan a través de la presencia de la compañía en medios de comunicación, en los canales sociales (LinkedIn, Facebook y X) y en la celebración de actos como nuestro evento anual de movilidad:

2.3.1.- Presencia en medios. Se trabaja en una doble vía. En primer lugar, en la ejecución de una estrategia de posicionamiento de la marca Assa en la industria de la movilidad sostenible mediante la publicación de entrevistas, reportajes y tribunas de opinión que fortalezcan la imagen de credibilidad, solvencia y confianza de la empresa. Y en

segundo lugar, con la publicación de información de servicio sobre las herramientas y servicios que Aussa pone a disposición de los usuarios y de información relevante sobre la entrada de la sociedad en la gestión de los estacionamientos de nuevas ciudades.

2.3.2.- Redes sociales. Presencia de LinkedIn y X con especial atención a la información de servicio para nuestros usuarios.

El PCE tendrá una extensión máxima de 8 páginas, siendo el plazo de entrega para aprobación de AUSSA de 3 meses desde el pedido.

3. Plan de comunicación interna (PCI)

Este plan se desarrolla a través de dos ejes:

3.1. Comunicaciones a los trabajadores de la compañía con espíritu de transparencia y con el doble objetivo de reforzar el vínculo de pertenencia a la vez que se traslada al conjunto de la compañía la estrategia de adaptación de la compañía a los nuevos retos a las que se enfrenta en la era de la movilidad sostenible y de la digitalización de los servicios de estacionamiento en la vía pública de las ciudades.

3.2. Acciones formativas destinadas a la mejora de la atención del servicio que se presta a los ciudadanos. Entre otras, estas acciones incluyen sesiones de preparación de portavoces, de gestión de crisis, de comunicación en público y de comunicación de la sostenibilidad.

Se impartirán tres horas de formación semestralmente en las instalaciones de la empresa. El PCI tendrá una extensión máxima de 6 páginas, siendo el plazo desde el pedido de 3 meses.

4.- Escenario Aussa 2026/2027

Aussa requiere para estos dos próximos años la prestación de los servicios de comunicación bajo las premisas estratégicas adoptadas por la dirección de la compañía.

Además, se hace hincapié desde la dirección en la necesidad de seguir fijando como uno de sus objetivos esenciales la consolidación de la imagen de la empresa como actor esencial en el sector de la movilidad sostenible gracias a su labor en la gestión de los estacionamientos regulados en la vía pública.

La estrategia de comunicación usará los criterios expuestos en las siguientes líneas de actuación ya mencionadas.

4.1.-Plan de comunicación externa, que incluirá la estrategia de posicionamiento de la imagen de la marca y la fijación de contenidos en medios de comunicación y canales sociales.

4.2.-Plan de comunicación interna, que incluirá estrategias de difusión interna y nuevas acciones formativas de comunicación.

5.- Condiciones generales

- El presupuesto máximo para el periodo de 24 meses son 15.000 euros más IVA.
- La facturación será por meses vencidos y el pago a los 60 días fecha de factura.
- Las ofertas incluirán una descripción técnica que den respuesta a los cuatro epígrafes anteriores, que tendrán una extensión máxima de cuatro páginas, dos A4 por ambas caras.
- En hoja aparte se ofertará el precio.
- Las ofertas se podrán presentar desde la publicación hasta el 22/01/2026
- La adjudicación se realizará antes del 30 de enero de 2026.