

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 02- 2023-GG/EPS MOQUEGUA S.A.**

Moquegua, 05 de enero del 2023

**VISTOS:**

El Informe N°002-2023-OICGS-GG/EPS MOQUEGUA S.A. de la Lic. **LEYDI MARIELA SAYRA CASTROMONTE** Jefe de la Oficina Imagen Corporativa y Gestión Social EPS Moquegua S.A., remitiendo para su aprobación el Plan Estratégico de Comunicación para la EPS MOQUEGUA S.A. para el año 2023, adjuntando el referido documento de gestión, con el proveído de Gerencia General; y,

**CONSIDERANDO;**

La EPS MOQUEGUA S.A. es una Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento, con personería jurídica de Derecho Privado, organizado como sociedad Anónima; que se regula bajo los alcances del TUO de la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento, aprobado por DS 005-2020-VIVIENDA, TUO del Reglamento aprobado por D.S. N° 016-2021-VIVIENDA y demás normas sectoriales, con aplicación supletoria de la Ley N° 26887 – Ley General de Sociedades; sujeta a sus propios Estatutos, que goza de autonomía económica, administrativa, técnica y financiera, cuya finalidad es prestar servicios de saneamiento dentro del ámbito de su competencia.

Que, el artículo 34° del Texto Integrado de Implementación del Reglamento de Organización y Funciones de la EPS MOQUEGUA SA, aprobado por Resolución de Gerencia General N° 047-2020- EPS MOQUEGUA SA., señala que la Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social, es la Unidad Orgánica que depende de la Gerencia General, responsable de formular, proponer y ejecutar las estrategias de comunicación, gestión social, prensa e imagen corporativa.

Que, el numeral 34.1 del artículo 34° del referido Texto de Implementación del Reglamento, señala que la Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social, tiene entre sus funciones: Elaborar y proponer políticas y lineamientos de comunicación, gestión y prensa alineados a los objetivos de la Empresa, así como también el numeral 34.6 prescribe como otra de sus funciones: Formular, ejecutar y supervisar las acciones de comunicación, educación sanitaria, gestión social y prensa que la empresa implemente.

Que, atendiendo a ello, mediante Informe N° 002-2023-OICGS-GG/EPS MOQUEGUA S.A., de la Lic. **LEYDI MARIELA SAYRA CASTROMONTE** Jefe de la Oficina Imagen Corporativa y Gestión Social EPS Moquegua S.A propone y sustenta la aprobación del Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) que incluye los procesos de Comunicación Externa y Educación Sanitaria. Asimismo, dicho plan tiene como objetivo en el caso de la comunicación interna; empoderar al trabajador de la EPS Moquegua como agente de cambio para que las familias moqueguanas reciban un servicio de calidad y en el caso de la comunicación externa el fortalecer la imagen y satisfacción del cliente externo.

Que, conforme se indica en el documento del visto, se presenta EL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EPS MOQUEGUA S.A. 2023, donde se ha realizado un diagnóstico situacional, y se propone estrategias y actividades de comunicación que permitirán cumplir los objetivos propuestos, dicho plan consta de 27 hojas.

Que, el objetivo del presente El Plan Estratégico de Comunicación para la EPS Moquegua S.A. 2023, se da en el marco de la modernización de los servicios de saneamiento. Al respecto, se toma como referencia el Reglamento de la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento, los objetivos de la política pública del sector saneamiento.

Que, en ese contexto, estando a lo indicado en los documentos de Vistos, corresponde aprobar el EL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EPS MOQUEGUA S.A. 2023.

En consecuencia, estando a las facultades conferidas en los Estatutos y Reglamento de Organización y Funciones ROF, con el V° B° de la Gerencia de Operaciones, Gerencia Comercial, Gerencia de Administración y Finanzas, Gerencia de Asesoría Jurídica, Oficina de Desarrollo y Presupuesto.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR EL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EPS MOQUEGUA S.A. 2023**, el mismo que viene en el Anexo adjunto y forma parte integrante de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO: ENCARGAR** su ejecución a las Gerencias de Línea, Gerencia de Apoyo y Gerencia de Asesoramiento, a través de las oficinas y áreas respectivas, en cuanto les corresponda.

**ARTÍCULO TERCERO: DISPONER** su publicación en la página web institucional y en los documentos de gestión que corresponden al SGC.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE, CÚMPLASE Y PUBLÍQUESE.**

.....  
 Ing. MARTIN R. SOTO ROMERO  
 GERENTE GENERAL  
 COORDINADOR OTASS - RAT  
 E.P.S. MOQUEGUA S.A.





# PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EPS MOQUEGUA S.A.

## 2023





EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIOS DE  
SANEAMIENTO – EPS MOQUEGUA S.A.

Fecha de aprobación: 21/02/2023

Página 2 de 21

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**  
**EPS MOQUEGUA S.A.**

**2023**

Documento aprobado mediante Resolución de Gerencia General N°

Etapa	Responsable	Cargo	Fecha	Visto Bueno y sello:
Formulado por:	Lic. Leydi Sayra Castromonte	Jefa de la Oficina Imagen Corporativa y Gestión Social	21/02/2023	
Revisado por:	CPC Miriam Urrutia Romero	Jefa Planificación y Presupuesto	../02/2023	
	Lic. Karol de Los SANTOS Vásquez	Gerente de Administración	../02/2023	
Aprobado por:	Ing. Martín Soto Romero	Gerencia General	../02/2023	



## INDICE

1.- Introducción .....	04
➤ Organigrama .....	05
➤ Visión .....	05
➤ Misión .....	05
➤ Valores Institucionales .....	06
➤ Objetivos .....	06
2.- Base Legal .....	06
3.- Evaluación de la situación actual de la comunicación en la EPS Moquegua .....	07
➤ Política de comunicación de la EPS .....	07
➤ Necesidades de comunicación de la EPS .....	07
➤ Estudios de evaluación y medición (línea base) .....	08
4.- Diagnóstico.....	09
➤ Análisis FODA.....	09
➤ Análisis CAME .....	10
➤ Identificación de situaciones positivas y negativas dentro de la organización.....	11
✓ Comunicación Interna .....	11
✓ Comunicación Externa .....	12
5.- Público Objetivo .....	12
➤ Público Interno .....	12
➤ Público Externo .....	13
6.- Estrategias.....	13
➤ Estrategias de Comunicación Interna .....	13
➤ Estrategias de Comunicación Externa .....	13
7.- Objetivos.....	13
➤ Objetivo General .....	13
➤ Objetivos Específicos .....	14
8.- Mensajes claves .....	14
9.- Actividades .....	15
10.- Selección de Medios .....	18
11.- Productos de Comunicación .....	18
12.- Presupuesto .....	21
13.- Programación .....	23
14.- Monitoreo, Evaluación y Medición .....	27



## 1.- INTRODUCCIÓN

La EPS Moquegua S.A. es la responsable de brindar los servicios de agua potable y alcantarillado a los distritos de Moquegua, San Antonio y la Urb. Jardines de Villa en el distrito de Samegua en la Provincial Mariscal Nieto, región Moquegua.

La comunicación desempeña un papel crucial en las empresas por ello se debe trabajar para conseguir mejorar el posicionamiento del servicio que se brinda a más de 60 mil habitantes.

Desde la Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social de la EPS Moquegua S.A., se propone el presente Plan de Estratégico de Comunicación 2023, que incluye estrategias de comunicación interna y comunicación externa, con el propósito de promover una imagen institucional positiva al cliente interno y externo.

En ese sentido se ha visto pertinente, para lograr una mejor implementación de estas estrategias y acciones, el uso de herramientas de gestión social, de tal manera que la comunicación y la educación sanitaria cuenten con un soporte social que les permita tener un mayor impacto tanto a nivel interno como externo.

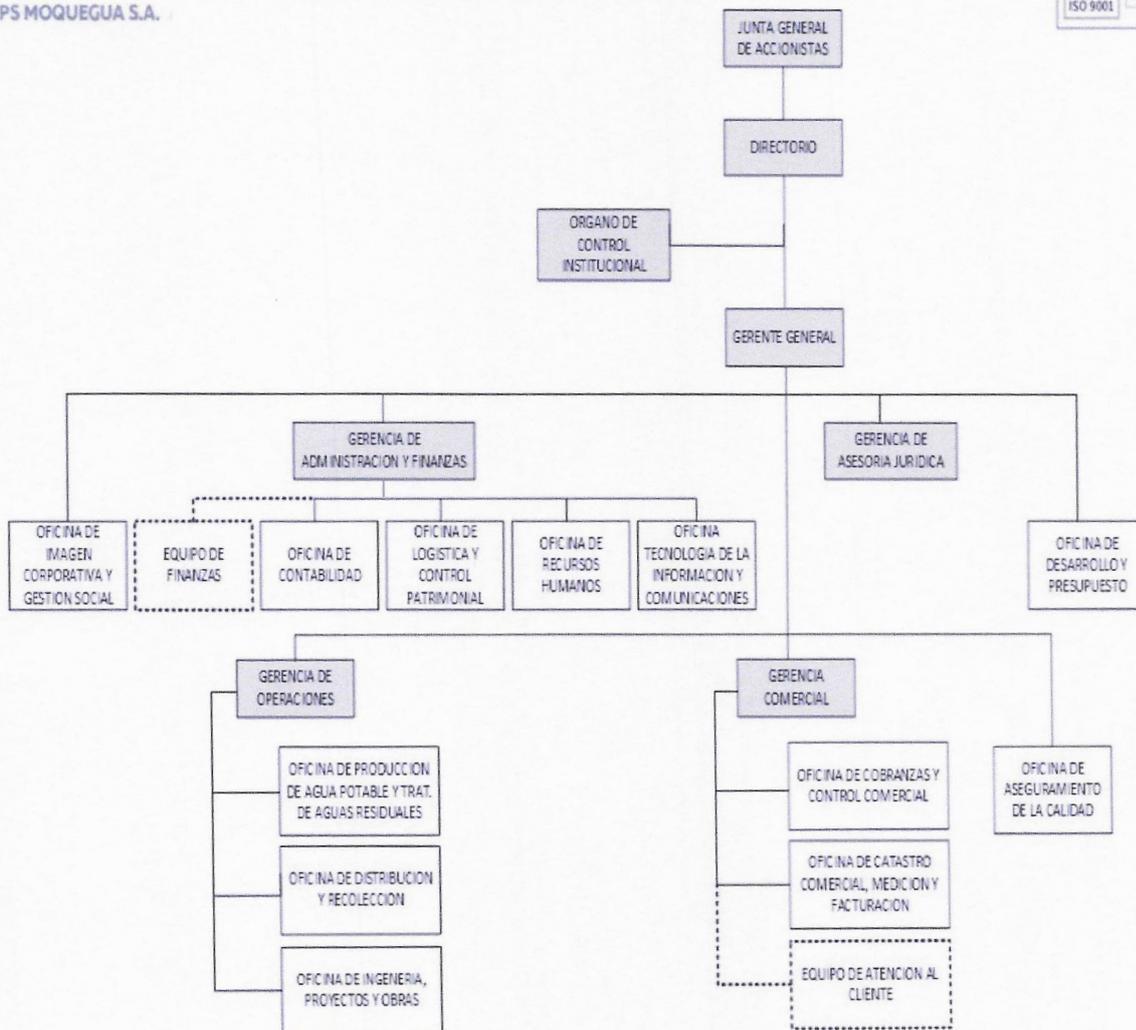
Será importante para este PEC considerar que estamos iniciando un nuevo quinquenio con la ejecución del Plan Maestro Optimizado para los siguientes años. El Plan contempla que la gestión social sea transversal en el manejo de las comunicaciones, considerando que la prevención y manejo de conflictos sociales es de gran importancia para la EPS Moquegua S.A.



➤ Organigrama



### ORGANIGRAMA EPS MOQUEGUA S.A.



➤ **Visión**

Ser la empresa líder de saneamiento a nivel nacional, brindando servicios de calidad a la población de la región Moquegua, en el marco de la gestión y prestación de los servicios de saneamiento.

➤ **Misión**

Mejorar la calidad de vida de la población moqueguana, brindando los servicios de saneamiento de forma sostenible y preservando el medio ambiente.



➤ **Valores institucionales**

- Compromiso
- Probidad
- Proactividad
- Responsabilidad
- Respeto
- Puntualidad
- Trabajo en equipo

➤ **Objetivos institucionales**

Como se indica en la visión de la EPS, los objetivos deben darse en el marco de la modernización de los servicios de saneamiento. Al respecto, es bueno tomar como referencia lo señalado por el Reglamento de la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento, los objetivos de la política pública del sector saneamiento:

- Incrementar la calidad, cobertura y sostenibilidad de los servicios de saneamiento, tendiendo a alcanzar la meta de acceso universal para toda la población, priorizando a la población rural.
- Reducir la brecha de infraestructura en el Sector saneamiento y asegurar la sostenibilidad de la misma.
- Alcanzar autonomía empresarial y lograr economías de escala en la prestación de los servicios de saneamiento.
- Elevar los niveles de eficiencia en la prestación de servicios de acuerdo con indicadores de calidad, continuidad y cobertura.
- Lograr que la prestación de los servicios de saneamiento contribuya a la gestión sostenible de los recursos hídricos y el ambiente.

## 2.- BASE LEGAL

El Plan Estratégico de Comunicación de la EPS Moquegua S.A. se ha elaborado teniendo en cuenta:

- Estatuto de la EPS Moquegua S.A.
- Reglamento Interno de Trabajo.
- Ley N° 31638, Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2023.
- Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley N.° 28874, Ley de Publicidad Estatal.
- Ley N° 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.
- Ley N° 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.
- Reglamento de la Prestación de los Servicios de Saneamiento.
- Política Nacional de Saneamiento.
- Norma ISO 9001:2015
- Norma ISO 14001: 2015
- Norma ISO 45001:2018



### 3.- EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN EN LA EPS MOQUEGUA

➤ **Política de comunicación de la EPS**

Actualmente la EPS Moquegua S.A. no tiene una política de comunicación aprobada por gerencia general, a pesar que en la práctica se procura mantener una comunicación alineada entre todas las gerencias y oficinas como respuesta a las diversas situaciones que involucran al cliente interno y externo.

Este PEC intenta ser el punto de partida para plantear los lineamientos que servirán para las futuras tomas de decisiones y actuaciones de todos los miembros de la organización. Como política corporativa deberá funcionar como pautas de comportamientos obligatorias y aplicadas en todos los niveles jerárquicos.

La política de comunicación unifica el mensaje para ayudar a todos los miembros de la organización a obtener fines comunes y buscar generar una acción coherente de todos los colaboradores.

➤ **Necesidades de comunicación de la EPS**

La Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social cuenta con un profesional y un técnico que tienen a su cargo tres procesos diferenciados: comunicación interna, externa y educación sanitaria; por lo cual la carga laboral no permite desarrollar de manera óptima las diversas actividades programadas, considerando que tampoco existe la posibilidad de un trabajo estratégico al ser el 90% de nuestra labor una respuesta operativa a las solicitudes de todas las áreas de la empresa que no consideran en su programación la coordinación oportuna con la oficina de Imagen.

Necesidad	Situación actual	Situación esperada	Observación
Personal	1 profesional 1 técnico	1 personal profesional que realice actividades de comunicación audiovisual.	Actualmente en el CAP de la empresa no está considerado una plaza más para la oficina de Imagen.
Infraestructura	1 oficina que se comparte con OTIC No se tiene un ambiente adecuado para custodiar el material y equipos de la oficina.	1 ambiente adecuado para resguardar los materiales de trabajo y los equipos.	
Equipos	La oficina no tiene disponibilidad de una movilidad para el traslado del personal y material de trabajo a otras sedes de la	La oficina de Imagen cuenta con una couster que permita el traslado de personal, traslado de	



	<p>empresa, así como a los diferentes sectores que se visitan con la finalidad de realizar actividades de comunicación y educación sanitaria. Así como el traslado de estudiantes para las visitas guiadas en las plantas de tratamiento</p>	<p>visitantes a las plantas de tratamiento y traslado de material de trabajo.</p>	
Presupuesto	<p>El presupuesto asignado es de S/. 4.579,283.27.</p> <p>Solo para servicios y útiles de escritorio</p>	<p>El presupuesto adecuado debería incluir la adquisición de equipos y/o material de trabajo para la producción de videos, spot, etc.</p>	<p>Para el presente año se tiene que ajustar las actividades con el presupuesto asignado.</p>

➤ **Estudios de evaluación y medición (línea base)**

De acuerdo a la última encuesta de satisfacción del cliente externo que se aplicó en diciembre del 2022, a 359 usuarios, la EPS Moquegua S.A. tiene un nivel de satisfacción del 72% de aprobación. La EPS Moquegua rediseñó la estrategia de recojo de información para esta encuesta a un formato virtual, promocionado por redes sociales en la ciudad de Moquegua.

Respecto a la comunicación sobre los cortes del servicio, se sabe que el 55.7% de usuarios considera estar informado, ya que, se han realizado publicaciones en diversos medios radiales, impresos, televisivos y medios alternativos. Cabe resaltar que este índice ha ido ascendiendo en los últimos 7 años (en el 2015 era del 8%)

Dicha encuesta contempla dos componentes, el primero está referido al servicio de agua potable y desagüe en el cual se tiene una satisfacción del 80%, como promedio. El segundo componente, sobre la atención al cliente y reclamos el promedio de satisfacción es de 64%.

Así mismo la encuesta brindó un acercamiento a temas prioritarios para el cliente externo:

- Lectura del medidor.
- Relación consumo y tarifa del agua potable.
- Calidad del agua y tratamiento.
- Ahorro y cuidado del agua.
- Cortes del servicio.

Los encuestados manifestaron que esta información les gustaría recibirla a través de las redes sociales, radio y recibos de agua potable.

En el ámbito interno, según la última encuesta de clima laboral el 76% de los trabajadores, se encuentran satisfechos con su tiempo de servicio dentro de la empresa.

#### 4.- DIAGNÓSTICO

##### ➤ Análisis FODA

###### Fortalezas

- F1.- Se cuenta con estudio tarifario aprobado que corresponde al quinquenio 2023-2027.
- F2.- Existe una buena comunicación de los canales internos que reportan las emergencias de los usuarios.
- F3.- Buena relación con los medios de comunicación de mayor difusión
- F4.- Mejor relacionamiento con las instituciones estratégicas
- F5.- Monitoreo participativo de la calidad de agua potable.
- F6.- Programa de detección de conexiones clandestinas y usos irregulares.
- F7.- Siembra y cosecha de agua en la comunidad campesina de Asana.
- F8.- Implementación de nuevas tecnologías en beneficio de la empresa.
- F9.- Cumplimiento adecuado del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015
- F10.- Personal femenino en cargos gerencias y jefaturas.

###### Oportunidades:

- O1.- Impacto en las zonas donde se realizan obras de saneamiento ejecutadas por el Gobierno Regional, la Municipalidad Provincial Mariscal Nieto (MPMN) y la Municipalidad del distrito de San Antonio.
- O2.- Inicio de las nuevas gestiones municipales y regionales.
- O3.- Presencia de la Oficina descentralizada de la SUNASS en Moquegua.

###### Debilidades

- D1.- La cultura organizacional en la empresa no se refleja de manera positiva.
- D2.- No se realiza continuamente la capacitación al personal de la empresa sobre los cambios normativos y tecnológicos.
- D3.- Algunos trabajadores no priorizan la calidad del servicio.
- D4.- No hay comunicación oportuna de las actividades de las diversas áreas de la EPS con la oficina de Imagen para la difusión.

###### Amenazas:

- A1.- Falta de ejecución del plan de contingencia ante los desastres naturales.
- A2.- Las autoridades regionales y locales desconocen los temas de saneamiento.
- A3.- Falta de cultura sanitaria en la población sobre el cuidado de agua y las redes de alcantarillado.



➤ **Análisis CAME** (complementario al FODA)

**Corregir**

**C1 – D1.-** Aplicando herramientas de bienestar, liderazgo, innovación que permitan crear una cultura organizacional de la EPS Moquegua S.A.

**C2 – D2.-** Gestionando con la oficina de Recursos Humanos las capacitaciones requeridas por el personal para actualizar los conocimientos sobre los cambios normativos y el uso de las nuevas tecnologías.

**C3 – D3.-** Sensibilizando a los colaboradores de las diferentes áreas en temas de calidad del servicio.

**C4 – D4.-** Proponiendo la co - construcción de los reportes de actividades mensuales entre todas las áreas de la empresa.

**Afrontar**

**A1 – a1.-** Promoviendo y alertando sobre la ejecución del plan de contingencia ante desastres naturales para el último trimestre del año.

**A2 – a2.-** Brindando conocimiento sobre los temas técnicos y sociales concernientes a los servicios de saneamiento.

**A3 – a3.-** Desarrollando estrategias y campañas de educación sanitaria.

**Mantener**

**M1 – F1.-** Gestionando mayores y mejores reconocimientos al usuario por su pago puntual del servicio.

**M2 – F2.-** Implementando la política de comunicación transversal a todos los miembros de la empresa.

**M3 – F3.-** Elaborando el plan de estrategia publicitaria en cumplimiento de la Ley de Publicidad Estatal N° 31515.

**M4 – F4.-** Gestionando convenios de apoyo interinstitucional para crear más espacios de información sobre educación sanitaria.

**M5 – F5.-** Organizando actividades de campo con los diferentes actores sociales y aliados estratégicos.

**M6 – F6.-** Disuadiendo al no usuario, mediante información oportuna, sobre los riesgos y el delito en la que incurren por uso irregular del recurso hídrico.

**M7 – F7.-** Gestionando con los gobiernos locales, regionales y otras entidades públicas y privadas el apoyo con financiamiento para la ejecución de más proyectos MERESE.



**M8 – F8.-** Instruyendo al público usuario sobre el uso de las nuevas tecnologías que les permitirá acceder a nuevos beneficios en el servicio.

**M9 – F9.-** Sensibilizando al cliente interno sobre el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 para que los clientes externos se vean beneficiados.

**M10 – F10.-** Empoderando el rol de la mujer en un rubro siempre pensado para varones.

### **Explotar**

**E1 – 01.-** Gestionando espacios para brindar información de educación sanitaria para las familias beneficiadas con las obras de saneamiento.

**E2 - 02.-** Gestionando espacios para que las nuevas autoridades conozcan el trabajo que realiza la EPS Moquegua

**E3 – 03.-** Transparentando la función del regulador, fiscalizador y ente sancionador de las empresas prestadoras de saneamiento

### ➤ **Identificación de situaciones positivas y negativas dentro de la organización**

#### ❖ **Comunicación Interna:**

- La cultura organizacional de la empresa existe en papel y no se aplica de la manera debida para el beneficio de los colaboradores por lo cual se planteará implementar herramientas de participación activa de todos los miembros de la EPS para que puedan aplicarse los valores y objetivos que establece el ROF de la empresa.
- La buena comunicación de los canales internos permite que las emergencias reportadas por los usuarios sean atendidas oportunamente. Para mantener esta fortaleza se propone implementar una política de comunicación transversal a todos los miembros de la empresa que se deberá aplicar de forma obligatoria en todos los niveles jerárquicos.
- Existe personal femenino en cargos gerenciales y jefaturas. Para sostener la igualdad de género proponemos empoderar a la mujer en temas de saneamiento.
- El personal de la empresa realiza una serie de actividades, obras, proyectos, pero no coordina previamente con la oficina de Imagen por lo que no se llega a difundir oportunamente, para superar esta debilidad se propone la co – construcción de los reportes de actividades mensualmente con todas las áreas e la empresa.
- El cumplimiento del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 ha permitido que la empresa salga del Régimen de Apoyo Transitorio y tenga procesos ordenados, por ello es necesario que se fortalezca las acciones de sensibilización al cliente interno sobre el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 para que los clientes externos se vean beneficiados.



- Tomar medidas para promover y alertar a la gerencia general en el último trimestre del año sobre el plan de contingencia ante los desastres naturales.
- ❖ **Comunicación Externa:**
- El estudio tarifario aprobado para quinquenio 2023-2027 se cumplirá en la medida que los usuarios paguen sus recibos por lo que se tiene que gestionando mayores y mejores reconocimientos a los usuarios por su pago puntual del servicio.
  - Establecer convenios de cooperación con otras instituciones públicas y privadas que permita brindar y recibir apoyo interinstitucional que nos permita tener más espacios sobre educación sanitaria.
  - Realizar actividades de campo con los actores sociales y aliados estratégicos para que conozcan como se realizan los procesos de tratamiento de agua potable y agua residual con la calidad que establece el Ministerio de Salud y el ANA Moquegua.
  - Disuadir al no usuario para que formalice su contrato con la EPS contribuye con la reducción del agua no facturada de la empresa, por lo tanto, se propone iniciar campañas agresivas por las redes sociales y medios de comunicación sobre los riesgos y el delito en la que incurren por uso irregular del recurso hídrico.
  - La empresa tiene que gestionar espacios para informar los beneficios de la implementación de los MERESE para asegurar la dotación del recurso hídrico, para ello se tiene que gestionar espacios para brindar información oportuna que permita que los gobiernos locales, regionales y otras entidades públicas y privadas brinden el apoyo con financiamiento para la ejecución de más proyectos MERESE.
  - La empresa actualiza el uso tecnológico en sus procesos por lo cual se propone instruir al público usuario sobre el uso de las nuevas tecnologías que les permitirá acceder a nuevos beneficios en el servicio.
  - El inicio de nuevas gestiones municipales y regionales, así como el impacto de las obras de saneamiento ejecutadas dentro de la jurisdicción de la administración de la EPS permite crear espacios para brindar información de educación sanitaria y el Reglamento de la Calidad de los Servicios de Saneamiento establecido por SUNASS.
  - Desarrollar estrategias de educación sanitaria para promover el cuidado y la valoración de los servicios agua potable y el alcantarillado.

## 5.- PÚBLICO OBJETIVO

### - Público interno

- Presidente de la Junta de Accionistas.
- Presidente del Directorio y miembros del Directorio.
- Gerente General.



- Gerentes de línea.
- Jefes de Oficina
- Operadores.
- Administrativos.
- Sindicato de trabajadores: SUTAPAM, SIDESMOQ
- Practicantes.
- Service
- Personal femenino

- **Público externo**

- Medios de comunicación
- Líderes de opinión
- Instituciones educativas (colegios, universidades e institutos)
- Gremios del sector (Colegio de Ingenieros, otros)
- Gobiernos locales, provinciales y regionales.
- Entidades del gobierno central
- GIZ – Cooperación Alemana

## 6.- **ESTRATEGIAS**

➤ **Estrategias de Comunicación Interna**

- 1.- Estrategia información del cliente interno.
- 2.- Estrategia de enfoque de género.
- 3.- Estrategia de confraternidad e integración del cliente interno.
- 4.- Estrategia de liderazgo, bienestar y clima organizacional.

➤ **Comunicación de Comunicación Externa**

- 1.- Estrategia de posicionamiento de la marca e imagen de la organización.
- 2.- Estrategia de comunicación de alguna nueva obra o proyecto.
- 3.- Estrategia de confianza con el usuario que tuvo algún problema con el servicio.
- 4.- Estrategia de integración para clientes nuevos.
- 5.- Estrategia de relaciones públicas para crear visibilidad con el usuario externo.
- 6.- Estrategia de redes sociales para mejorar la comunicación con el cliente.
- 7.- Estrategia de educación sanitaria.
- 8: Estrategia de promoción de medios tecnológicos.

## 7.- **OBJETIVOS**

➤ **Objetivo General**

- **Comunicación interna**  
Empoderar al trabajador de la EPS Moquegua como agente de cambio para que las familias moqueguanas reciban un servicio de calidad.
- **Comunicación externa**



Fortalecer la imagen y satisfacción del cliente externo.

➤ **Objetivos Específicos**

○ **Comunicación interna**

- 1.- Fortalecer en un 70% los canales de comunicación internos.
- 2.- Empoderar en un 50% al personal femenino en su labor dentro del rubro de saneamiento.
- 3.- Fortalecer en un 40% los lazos de amistad entre los clientes internos.
- 4.- Empoderar en un 80% a los gerentes y jefes de oficina sobre de liderazgo, bienestar y clima organizacional.

○ **Comunicación externa**

- 1.- Incrementar en un 75% la satisfacción del cliente e imagen de la organización.
- 2.- Incrementar en un 50% la percepción positiva del cliente externo sobre la información que brinda la EPS.
- 3.- Fortalecer en un 50% la confianza de los usuarios que tuvieron una mala experiencia con la empresa.
- 4.- Sensibilizar al 100% a los usuarios nuevos en temas de saneamiento.
- 5.- Fortalecer en un 60% las alianzas estrategias con instituciones públicas y privadas.
- 6.- Incrementar a 15 mil seguidores la página de Facebook de la EPS Moquegua.
- 7.- Sensibilizar a 3500 usuarios sobre la valoración de los servicios de saneamiento.

**8.- MENSAJES CLAVE**

- **Comunicación interna**

- El trabajo en equipo favorece a toda la organización.
- La labor de todos es valiosa y reconocemos tu esfuerzo.
- La igualdad de género mantiene el bienestar de los equipos.

- **Comunicación externa**

- Más agua para más familias moqueguanas.
- El agua es un recurso no renovable
- El agua es para todos
- El alcantarillado necesita de tu ayuda
- El alcantarillado no es un basurero
- La salud de tu familia depende del cuidado del agua
- El uso solidario del agua ayuda a más familias.

## 9.- ACTIVIDADES

### 10.1.- Comunicación Interna

#### Estrategia 1:

**Actividad 1.1: "Conoce tu empresa":** Esta actividad se llevará cabo en las instalaciones de la empresa (sede central y planta de tratamiento Chen Chen) y está dirigido a los los trabajadores de la empresa para que conozcan la razón de ser de la EPS, los valores, sus objetivos, el reglamento de la calidad de los servicios de saneamiento, los procedimientos de trabajo que se realizan en cada proceso, el sistema de gestión de calidad, la incorporación de las nuevas tecnologías, educación sanitaria, el Reglamento de la Calidda de los Servicios de Saneamiento, etc.

Estos talleres estarían a cargo de los mismos responsables de los procesos con la participación de todos los colaboradores por grupos pequeños, al finalizar el curso se les entregaría un certificado de la capacitación a los ponentes y a aquellos que van a recibir el curso.

Al finalizar el curso se realizará un reconocimiento a los colaboradores que apoyaron en las exposiciones de cada proceso.

#### Estrategia 2:

**Actividad 2.1: "La Mujer en el sector saneamiento"** está dirigido a todo el personal de la EPS (100 colaboradores), se destacará la labor del personal femenino en los servicios de agua potable y alcantarillado. Para ello se va a elaborar un video de sensibilización, flyer informativos y una ceremonia de reconocimiento a todas las mujeres.

#### Estrategia 3:

**Actividad 3.1.- "Actividades de confraternidad"** Organizar campeonatos deportivos, almuerzos, actividades divertidas por el aniversario de la empresa. el día de la mujer, el día del trabajador del agua potable, el día del trabajo, el día del padre, el día de la madre, el día de juventud, fiestas patrias, el aniversario de Moquegua y navidad para todos los clientes internos (100 colaboradores), en espacios abiertos y recreativos.

#### Estrategia 4:

**Actividad 4.1:** Promover el convenio con EsSalud para realizar actividades de medicina complementaria, programa de psicología y alimentación saludable dirigido a los clientes internos (100 colaboradores) en las mismas instalaciones de la EPS.

### 10.2.- Comunicación Externa

#### Estrategia 1:



**Actividad 1.1:** Conectar con los usuarios a nivel humano agregando valor a los servicios que brinda EPS Moquegua a través de un trato cordial, amable, eficaz, basado en el Reglamento de la Calidad de los Servicios de Saneamiento, generando una imagen positiva de la empresa.

**Estrategia 2:**

**Actividad 2.1:** Difundir todas las obras o proyectos, buenas prácticas e iniciativas que realiza la EPS Moquegua en beneficio de la población y que están incluidas en el Estudio Tarifario correspondiente al PMO del quinquenio 2023 – 2026.

La difusión se realizará a través de notas de prensa, comunicados y flyer publicados en la página web, redes sociales, medios tradicionales, volantes, recibos de agua potable, sala de atención al cliente y charlas de educación sanitaria.

**Estrategia 3:**

**Actividad 3.1: “Atención personalizada”:** El personal de la oficina de Imagen Corporativa atenderá personalmente a aquellos usuarios que han tenido alguna dificultad en la atención o algún problema con el servicio y realizará el seguimiento hasta recuperar la confianza del usuario. Para ello se elaborará una base de datos con el nombre del titular, número de suministro, dirección y teléfono para coordinar con atención al cliente y canalizar los reclamos de los usuarios que se comunican por redes sociales, celular del personal de la oficina o usuarios que llegan a la misma empresa y que solicitaron ser atendidos por el gerente después de haber acudido por el área de atención al cliente o que hayan presentado algún reclamo por los medios de comunicación.

**Estrategia 4:**

**Actividad 4.1:** Para esta estrategia se realizará charlas informativas que incluya temas de importancia del usuario por ejemplo los beneficios del medidor, la norma VMA, MERESE, la estructura tarifaria, la clasificación y categorización de los clientes, etc.

Esta charla se realiza una vez por semana previa coordinación con la coordinadora de atención al cliente.

Al finalizar la charla la oficina de Imagen entrega una constancia al usuario para que sea incluida en el expediente del contrato de la conexión nueva.

**Estrategia 5:**

**Actividad 5.1:** Establecer convenios con 4 instituciones públicas o privadas para fomentar espacios informativos sobre los servicios de agua potable y alcantarillado.

**Actividad 5.2:** Promover la Plataforma de Gobernanza y Gobernabilidad con las instituciones públicas y privadas

**Estrategia 6:**

**Actividad 6.1:**

- Optimizar el contenido en cada plataforma



- Monitorizar las interacciones de los usuarios con la empresa.
- Definir tiempos de respuesta adecuados.
- Promocionar el contenido

#### **Estrategia 7:**

**Actividad 7.1:** Charlas por aulas en instituciones educativas para alumnos del nivel primaria y secundaria.

**Actividad 7.2:** Teatro de Títeres para niños y niñas del nivel inicial

**Actividad 7.3:** Visitas guiadas en las plantas de tratamiento de agua potable, laboratorio de calidad, sistema scada, y la PTAR Omo.

**Actividad 7.4:** Activaciones socioculturales para promover el cuidado del agua y el alcantarillado en espacios públicos como mercados, ferias, parques.

**Actividad 7.5:** Difusión de spot radial en el carro recolector de la basura.

**Actividad 7.6:** Difusión de videos de educación sanitaria en las pantallas de atención al cliente.

#### **Estrategia 8:**

**Actividad 8.1: "Afiliate al recibo digital"** Esta estrategia busca la autorización de por lo menos 2500 usuarios para el envío de los recibos de agua potable y alcantarillado a través del correo electrónico.

**Actividad 8.2: "Pago Puntual"** Campaña de incentivo al pago de recibos de agua potable y alcantarillado a través del sorteo de premios a los usuarios puntuales cada tres a través de las redes sociales de la empresa.

La estrategia incluye la difusión de flyer, videos, comunicados y notas de prensa sobre de vencimiento de recibo, día de facturación y distribución de los recibos y centros de pago, para que los usuarios paguen a tiempo su recibo y no se les corte el servicio por deuda pendiente.

**Actividad 8.3: Conoce la plataforma digital de atención al cliente de EPS Moquegua.** Campaña propone promocionar el uso de la plataforma web de la EPS para que los usuarios realicen el pago de sus recibos, puedan adquirir sus recibos de agua potable, efectuar reclamos comerciales o realizar trámites documentarios.

Esta estrategia se implementará a través de las redes sociales como el Facebook, Instagram y tik tok.

**Actividad 8.4:** Promoción de todas las redes sociales de la EPS Moquegua; Facebook, Instagram, You Tube y TikTok en todas las actividades que se organizan y a través del merchandising

## **10.- SELECCIÓN DE MEDIOS**

### **Comunicación interna**



- **Actividad 1:** Whatsapp, boletines, correos electrónicos, Banners, página web, murales Informativos, charlas y talleres.
- **Actividad 2:** Whatsapp, boletines, correos electrónicos, redes sociales, página web, murales informativos.
- **Actividad 3:** Whatsapp, correos electrónicos, murales informativos.
- **Actividad 4:** Whatsapp, boletines, redes sociales, página web, medio radial, medio escrito. Tv, Murales Informativos, charlas, talleres.

#### **Comunicación Externa**

- **Actividad 1:** Charlas, talleres, boletines, redes sociales, medio radial, Murales Informativos
- **Actividad 2:** Whatsapp, boletines, redes sociales, página web, medio radial, medio escrito. Tv, Murales Informativos.
- **Actividad 3:** Whatsapp, redes sociales, página web, medio radial, módulo de atención al cliente.
- **Actividad 4:** PPT y Videos
- **Actividad 5.1:** Medios tradicionales (prensa escrita, radio, tv), redes sociales boletines, página web.
- **Actividad 5.2:** Convocatoria mediante documento escrito, PPT, videos, volantes, fotografías, medios tradicionales (prensa escrita, radio, tv).
- **Actividad 6:** Facebook, Instagram, You tube, Tik tok
- **Actividad 7:** redes sociales Facebook, Instagram, You Tube, Tiktok, Medios tradicionales (prensa escrita, radio, tv),
- **Actividad 8:** (prensa escrita, radio, tv), redes sociales boletines, página web.

### **11. PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN**

#### **Comunicación interna**

- **Actividad 1:** boletines, Banners.
- **Actividad 2:** Video y flyer
- **Actividad 3:** Almuerzos, premios, refrigerios
- **Actividad 4:** Invitación, Notas de prensa, ceremonia de firma de convenio.

#### **Comunicación Externa**



- **Actividad 1:** PPT, Volantes, videos. Encuesta de satisfacción del cliente.
- **Actividad 2:** Notas de prensa, comunicados
- **Actividad 3:** Base de datos con la información complete del usuario.
- **Actividad 4:** PPT y Videos
- **Actividad 5.1:** Nota de prensa, Boletines internos
- **Actividad 5.2:** Notas de prensa, videos, visitas guiadas en la comunidad de Asana.
- **Actividad 6:** Flyer, videos, comunicados.
- **Actividad 7:** post para redes sociales, videos tutoriales
- **Actividad 8:** PPT, Videos, trípticos, Notas de prensa.

**\*Comunicación interna**

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1	Clientes internos	IMPRESOS	- Banners Murales Informativos Merchandising	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
		DIGITAL	- Videos para redes sociales - Flyer para la pantalla de la PC - Flyer en página web - Publicaciones en redes sociales - Boletín	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 2 La mujer en el sector saneamiento	Clientes internos	DIGITAL	Flyer para la pantalla de las PC	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
		DIGITAL	Videos para redes sociales y charlas	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 3	Clientes internos	DIGITAL	Invitaciones por correo electrónico y whatsapp	COMUNICACIÓN	
Actividad 4	Clientes internos	Redes sociales	Notas de prensa, comunicados, flyer, videos, Merchandising	COMUNICACIÓN	GERENCIA COMERCIAL IMAGEN CORPORATIVA



**\*Comunicación Externa**

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1	Clientes internos y externos	IMPRESOS	- Banners Murales Informativos Merchandising	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
		DIGITAL	- Videos para redes sociales - Flyer para la pantalla de la PC - Flyer en página web - Publicaciones en redes sociales - Boletín	COMUNICACIÓN	RRHH IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 2	Clientes externos	DIGITAL	Notas de prensa Comunicados Flyer	COMUNICACIÓN	TODAS LAS GERENCIAS IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 3:	Clientes externos de la EPS	Orientación	Merchandising, Trípticos.	COMUNICACIÓN	GERENCIA DE OPERACIONES IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 4:	Usuarios nuevos	Charlas	Trípticos, Notas de Prensa, Videos, post par redes, spot radial, vallas publicitarias. Banner, merchandising.	COMUNICACIÓN	GERENCIA GENERAL IMAGEN CORPORATIVA
Actividad 5.1:	Clientes externos	DIGITAL	Notas de prensa Flyer	COMUNICACIÓN	GERENCIA GENERAL IMAGEN CORPORATIVA
		Impreso	Banner		
Actividad 5.2:	Clientes externos	DIGITAL	Notas de prensa Flyer PPT	COMUNICACIÓN	GERENCIA GENERAL IMAGEN CORPORATIVA
		Impreso	Banner		
Actividad 6	Clientes externos	DIGITAL	Notas de prensa Flyer Videos Comunicados	COMUNICACIÓN	TODAS LAS ÁREAS MAGEN CORPORATIVA
Actividad 7	Clientes externos	DIGITAL	Notas de prensa Flyer Videos PPT		
		Impreso	Banner, teatro para niños	COMUNICACIÓN	MAGEN CORPORATIVA



<b>Presupuesto</b>			
<b>Comunicación Interna</b>			
<b>Fuente</b>	<b>Estrategia / Campaña</b>	<b>Acción/Actividad</b>	<b>TOTAL</b>
	Estrategia información del cliente interno.	Conoce tu empresa	S/.6,500.00
	Estrategia de enfoque de género.	La Mujer en el sector saneamiento	S/6,000.00
	Estrategia de confraternidad e integración del cliente interno.	Actividades de confraternidad	S/30,000.00
	Estrategia de liderazgo, bienestar y clima organizacional.	Convenios de cooperación interinstitucional	S/. 1861.17
<b>Sub Total</b>			<b>S/.44,361.17</b>
<b>Comunicación Externa</b>			
<b>Fuente</b>	<b>Estrategia / Campaña</b>	<b>Acción/Actividad</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Recursos propios</b>	Estrategia de posicionamiento de la marca e imagen de la organización.	Conectar con los usuarios a nivel humano	<b>S/.5,000.00</b>
	Estrategia de comunicación de alguna nueva obra o proyecto.	Difundir todas las obras o proyectos, buenas prácticas	<b>s/25,000.00</b>
	Estrategia de confianza con el usuario que tuvo algún problema con el servicio.	Atención personalizada	<b>S/.5,000.00</b>
	Estrategia de integración para clientes nuevos.	Charlas informativas	<b>S/5,500.00</b>
	Estrategia de relaciones públicas para crear visibilidad con el usuario externo.	Convenios de Cooperación Interinstitucional Plataforma de Gobernanza y Gobernabilidad	<b>S/5,500.00</b>
	Estrategia de redes sociales para mejorar la comunicación con el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Optimizar el contenido en cada plataforma</li> <li>✓ Monitorizar las interacciones de los usuarios con la empresa.</li> <li>✓ Definir tiempos de respuesta adecuados.</li> <li>✓ Promocionar el contenido</li> </ul>	<b>S/.21,000.00</b>

Estrategia de educación sanitaria.	Charlas por aulas en instituciones educativas para alumnos del nivel primaria y secundaria.	<b>s/.11,500.00</b>
	Teatro de Títeres para niños y niñas del nivel inicial	<b>S/7,000.00</b>
	Visitas guiadas en las plantas de tratamiento de agua potable, laboratorio de calidad, sistema scada, y la PTAR Omo.	<b>S/8,000.00</b>
	Activaciones socioculturales para promover el cuidado del agua y el alcantarillado en espacios públicos como mercados, ferias, parques.	<b>S/5,500.00</b>
	Difusión de spot radial en el carro recolector de la basura.	<b>S/3,500.00</b>
	Difusión de videos de educación sanitaria en las pantallas de atención al cliente.	<b>S/3,666.27</b>
Estrategia de promoción de medios tecnológicos	Recibo digital	<b>S/.10,000</b>
	Pago puntual	<b>S/. 9,000.00</b>
	Conoce la plataforma digital de atención al cliente de EPS Moquegua	<b>S/8,000.00</b>
	Promoción de todas las redes sociales de la EPS Moquegua	<b>S/10,000.00</b>
	Sub total	<b>S/143,166.27</b>
	<b>Total</b>	<b>S/. 307,998.81</b>



Formato: Matriz de programación de actividades

Objetivo Especifico	Publico objetivo	Actividad	Producto de comunicacion	Medio de comunicacion	Meta anual	Programación de meta mensualizada	Presupuesto	Organo responsable	Meta en el POI
---------------------	------------------	-----------	--------------------------	-----------------------	------------	-----------------------------------	-------------	--------------------	----------------

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

1.	Cliente interno	1.1	PPT	Presentación realizada	7	-	2	2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,500.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS		
		1.2	Murales Informativos	Publicación realizada	10	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6,500.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS		
		1.3	Merchandising		12		12														6,500.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS	
		1.4	Videos	charlas	2		1			1											6,500.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS	X
		1.5	Flyer	Publicación en las pantallas de la PC	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6,500.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS	
		1.6	Post	Publicación en las redes sociales	5		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6,000.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS	X
2.	Cliente interno	2.1	Boletin	Correo electronico	10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6,000.00	OIGSS RECURSOS HUMANOS	X	
		2.2	Flyer	Pantalla de las PC de los trabajadores	10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		OIGSS RECURSOS HUMANOS		
		2.3	Videos	Redes sociales y Charlas	1		1															OIGSS RECURSOS HUMANOS	

3.	Cliente interno	3.1	Invitaciones	Correo electrónico WhatsApp	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30,000.00	OICGS RECURSOS HUMANOS		
			Contratación de los servicios	6																				
4.	Cliente interno	4.1	Nota de prensa	Medios tradicionales Redes Sociales Página web	20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1861.17	OICGS RECURSOS HUMANOS	
			Comunicados	Medios tradicionales Redes Sociales Página web	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		OICGS RECURSOS HUMANOS
		4.3	Flyer	Sociales Página web, Pantallas de la PC	10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		OICGS RECURSOS HUMANOS	
		4.4	Videos	Sociales Página web Pantallas de la PC	1	1																		OICGS RECURSOS HUMANOS
		4.5	Merchandising		1	1																		OICGS
<b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA</b>																								
	Cliente interno y Cliente Externo	1.1	Banner	Banner impreso	1	1																OICGS		
		1.2	Murales	Actualización realizada	9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		OICGS	
		1.3	Merchandising		1	1																	5,000.00	OICGS







