

RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 002- 2024-GG/EPS MOQUEGUA S.A.

Moquegua, 04 de enero del 2024

VISTOS:

El Informe N°003-2024-OICGS-GG/EPS MOQUEGUA S.A. de fecha 03.01.2024 emitido por 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 2024, adjuntando el referido documento de gestión, con el proveído de Gerencia General; y,

CONSIDERANDO;

La EPS MOQUEGUA S.A., es un Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento, con personería de Derecho Privado, organizado como Sociedad Anónima; que se regula bajos 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, mediante Informe N° 003-2024-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 de fecha 03 de enero 2024, remite la propuesta 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. 2024, 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 25 hojas.

Que, el objetivo del presente Plan Estratégico de Comunicación para la EPS Moquegua S.A. 2024, se da en el marco de la modernización de los servicios de saneamiento. Tomándose 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, estando a las facultades conferidas mediante Resolución de Directorio N° 04-2023- EPS MOQUEGUA S.A que designa al Gerente General de la EPS MOQUEGUA S.A. en el Marco de lo dispuesto en el TUO del Decreto Legislativo N° 1280, Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento y en los Estatutos y Reglamento de Organización y Funciones ROF con las visaciones de la Gerencia de Asesoría Jurídica, Gerencia de Administración y Finanzas, Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social.

SE RESUELVE:

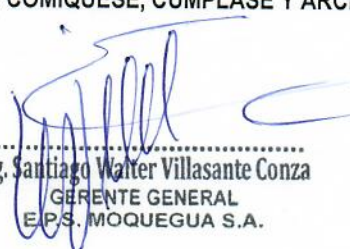
ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR EL PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN PARA LA EPS MOQUEGUA S.A. 2024, el mismo que viene en el Anexo adjunto y forma parte de la presente resolución.

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.

ARTICULO TERCERO: NOTIFICAR con la presente Resolución a la Gerencia de Administración y Finanzas, Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social.

ARTICULO CUARTO: PUBLICAR la presente resolución en el portal web de la EPS MOQUEGUA S.A.
<https://www.epsmoquegua.com.pe>

REGISTRESE, COMIQUESE, CUMPLASE Y ARCHIVASE


Ing. Santiago Walter Villasante Conza
GERENTE GENERAL
EPS. MOQUEGUA S.A.

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

2024





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

Fecha de aprobación: 04/01/2024

Página 2 de 25

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN EPS MOQUEGUA S.A.

2024

Documento aprobado mediante Resolución de Gerencia General N° 02-2024

Etapa	Responsable	Cargo	Fecha	Visto Bueno y sello:
Formulado por:	Lic. Leydi Sayra Castromonte	Jefa de la Oficina Imagen Corporativa y Gestión Social	02/01/2024	
Revisado por:	Ing. Ricardo Caytano	Jefe Planificación y Presupuesto	../01/2024	
	CPC Analí Mamani	Gerente de Administración	../01/2024	
Aprobado por:	Ing. Santiago Walter Villasante Conza	Gerente General	../01/2024	



INDICE

1.- Introducción	04
➤ Organigrama	05
➤ Visión	06
➤ Misión	06
➤ 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	12
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 70 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 2024, que incluye estrategias de comunicación interna, comunicación externa y educación sanitaria, con el propósito de promover una imagen institucional positiva al cliente interno y externo.

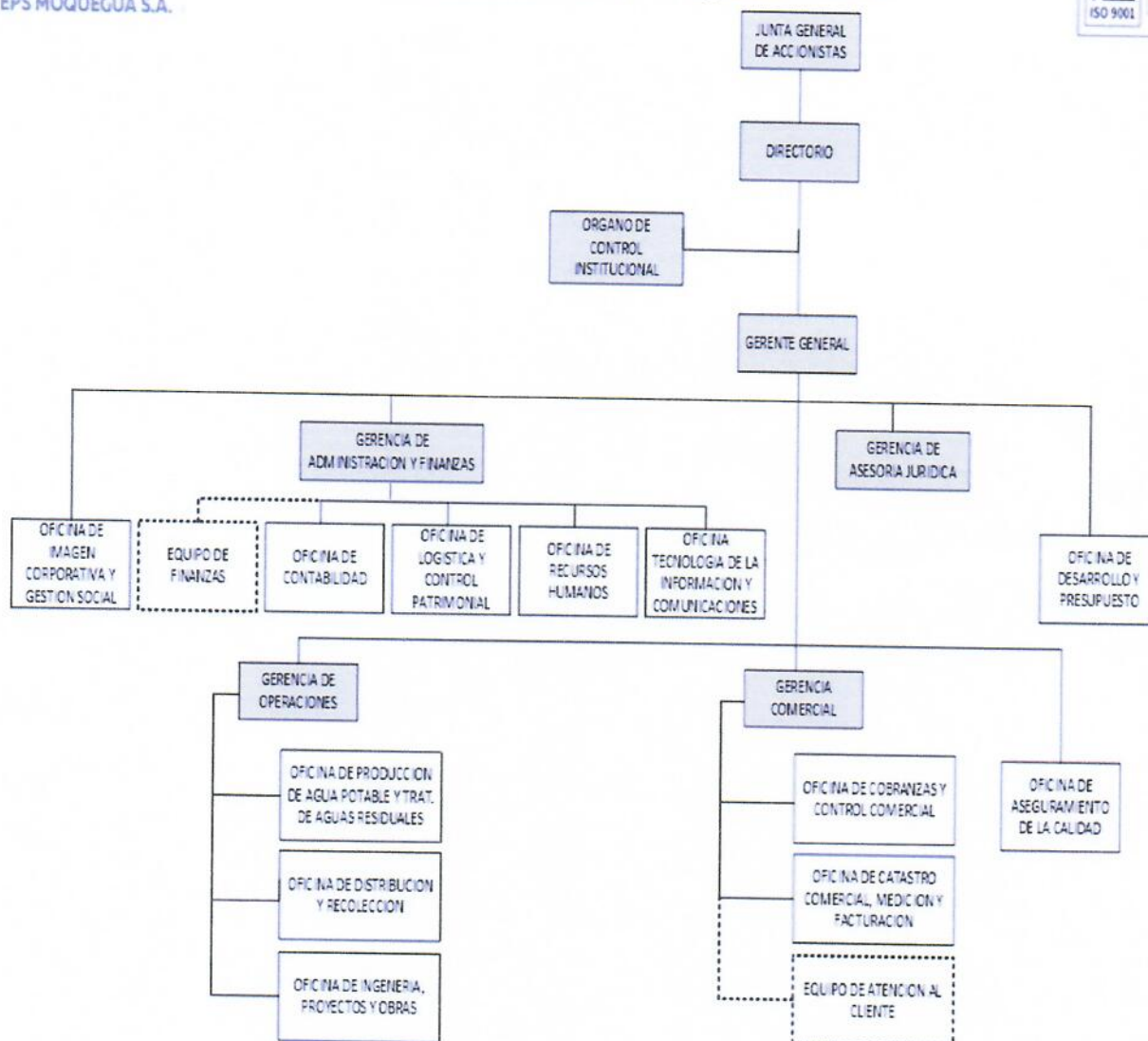
El Plan de Comunicación es una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuando. Es decir, se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quiere alcanzar.

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 el segundo año del quinquenio 2023 - 2027 con la ejecución del Plan Maestro Optimizado. 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 EPS MOQUEGUA S.A.



➤ **Visión**

"Ser la empresa líder en la gestión y prestación de servicios de saneamiento a nivel nacional."

➤ **Misión**

"Prestar servicios de saneamiento en beneficio de la población del ámbito urbano y rural de la provincia de mariscal nieto, garantizando un servicio de calidad, eficiente y sostenible, preservando el medio ambiente."



➤ **Valores institucionales**

- Responsabilidad Social
- Compromiso.
- Proactividad.
- Eficiencia.
- Transparencia.
- Trabajo en equipo.



➤ **Objetivos estratégicos**

- ✓ Asegurar la calidad de los servicios de saneamiento en beneficio de los usuarios de la Empresa Prestadora.
- ✓ Incrementar la cobertura de los servicios de saneamiento en beneficio de la población de la provincia Mariscal Nieto.
- ✓ Fortalecer eficientemente los procesos del sistema integrado de gestión de la Empresa Prestadora.
- ✓ Garantizar la sostenibilidad económica- financiera empresarial y el uso eficiente de los recursos de la Empresa Prestadora.
- ✓ Fomentar una cultura ciudadana de valoración de los servicios de saneamiento en beneficio de la población moqueguana.
- ✓ Promover la gestión de riesgos de desastres y adaptación al cambio climático de la EP.



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

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, sin embargo, debido a los cambios de gestión que se han dado en el año 2023 por el retorno de la EPS a la administración de la municipalidad provincial Mariscal Nieto, no se ha logrado establecer una política de comunicación.

Para este año se propone que los mensajes que la empresa va a utilizar para informar, persuadir o recordar a los usuarios sobre los servicios que brinda estarán relacionados al hecho de contribuir al desarrollo sostenible de la región Moquegua promoviendo el bienestar de la comunidad a través del compromiso, eficiencia, proactividad, transparencia, respeto y trabajo en equipo que realizan los trabajadores de la EPS Moquegua.

➤ Necesidades de comunicación de la EPS

La Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social cuenta con un profesional y un técnico en educación sanitaria y tiene 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 empresa, así como a los diferentes sectores que se visitan con la finalidad de realizar	La oficina de Imagen cuenta con una couster que permita el traslado de personal, traslado de visitantes a las plantas de tratamiento y traslado de	



	actividades de comunicación y educación sanitaria. Así como el traslado de estudiantes para las visitas guiadas en las plantas de tratamiento	material de trabajo.	
Presupuesto	El presupuesto asignado es de S/.147,962.00 Solo para servicios y útiles de escritorio	El presupuesto adecuado debería incluir la adquisición de equipos y/o material de trabajo para la producción de videos, spot, etc.	Para el presente año se tiene que ajustar las actividades con el presupuesto asignado.

➤ Estudios de evaluación y medición

Satisfacción promedio del servicio asciende al 72%, esto considerando los componentes de las respuestas referidas al servicio de agua que llega al domicilio y sus características, y los servicios al cliente que se brinda. Además, el informe da cuenta de las acciones de comunicación e información sobre el servicio de agua y desagüe.



En el primer componente de la encuesta referido al servicio recibido de agua y desagüe se tiene satisfacción del 79%, como promedio, que da cuenta los resultados de la mayoría de las preguntas con un resultado positivo.



Dentro de los sectores que califican a la EPS con satisfacción buena o muy buena se tiene al centro poblado de Los Ángeles con 37% y al centro poblado de San Francisco con 34%. Por el contrario, en el caso de los sectores de Mariscal Nieto-El Siglo y el distrito de San Antonio señalan que la satisfacción en general es mala e ineficiente 17% y 8% respectivamente.

- El 46% de encuestados considera que el agua que reciben no tiene olor, color o sabor anormal, mientras el 9% considera que si tiene.
- El 87% de encuestados considera que la continuidad del servicio de agua es buena o muy bueno, mientras el 5% considera que es mala o deficiente.
- La mayoría de las personas, el 82%, considera que el servicio de agua cubre sus necesidades adecuadamente, considerando que es muy buena o buena.
- El 54% de encuestados hace referencia que se entera de los cortes del servicio, mientras el 26% asume que no.
- El 50% de los encuestados considera que las redes de agua NO se rompen con frecuencia, mientras el 19% piensa que SI se rompen con frecuencia.
- El 62% de los encuestados considera que las redes de desagüe NO se atorán con frecuencia, mientras el 13% piensa que SI.



Las preguntas referidas al servicio, la atención al cliente y reclamos, en el componente dos, el promedio de satisfacción asciende al 65%, que se incrementa un poco en relación a la encuesta anterior.

- El 50% de los encuestados considera que la labor de la EPS es buena o muy buena, mientras el 41% considera que es regular, y el 9% cree que es mala o deficiente.
- El 41% de los encuestados considera que la satisfacción con respecto a la atención de la EPS es regular, mientras el 42% considera que es buena o muy buena, y el 17% considera que es mala o deficiente.
- El 47% de los encuestados considera que la información de parte de la EPS es buena o muy buena, mientras el 40% cree que es regular, y el 13% que es mala o deficiente.
- El 49% considera que la espera en atención de las oficinas de la EPS es regular, el 29% buena o muy buena, mientras el 21% considera que es mala o deficiente.
- El 43% de los encuestados considera que la capacidad técnica de la EPS es muy buena o buena, mientras el 44% dice que es regular, y el 13% que es deficiente o mala.
- El 34% de usuarios considera que la atención de su reclamo ha sido buena o muy buena, mientras el 36% lo considera regular y el 25% deficiente o mala.
- El 21% considera que la atención de su reclamo fue atendida con rapidez, y el 33% considera que no ha sido rápida.

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

Cortes del Servicio (32%), calidad del agua y tratamiento (27%), ahorro, cuidado del agua y control de fugas (15%) y facturación, lectura de medidores y consumo (14%).

De otro lado, la encuesta también consideró temas relacionados a qué tipo de medios prefieren los usuarios para que la EPS Moquegua les proporcione información y los resultados fueron los siguientes:

Redes sociales (54%), recibos de agua potable y alcantarillado (21.9%) y a través de la radio (18%).

4.- DIAGNÓSTICO

➤ Análisis FODA

Fortalezas

- F1.- Se cuenta con estudio tarifario aprobado que corresponde al quinquenio 2023-2027.
- F2.- Buena relación con los medios de comunicación de mayor difusión.
- F3.- Mejor relacionamiento con las instituciones estratégicas
- F4.- Siembra y cosecha de agua en la comunidad campesina de Asana.
- F5.- Cumplimiento adecuado del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015
- F6.- 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.- 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 Corporativa y Gestión Social para la difusión correspondiente.

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 reconocimiento al usuario por su pago puntual del servicio.

M2 – F2.- Elaborando el plan de estrategia publicitaria en cumplimiento de la Ley de Publicidad Estatal N° 31515.

M3 – F3.- Gestionando convenios de apoyo interinstitucional para crear más espacios de información sobre educación sanitaria.



M4 – F4.- Gestionando con los gobiernos locales, regionales y otras entidades públicas y privadas el apoyo con financiamiento para la ejecución de más proyectos MERESE.

M5 – F5.- Sensibilizando al cliente interno sobre el Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2015 para que los clientes externos se vean beneficiados.

M6 – F6.- 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.- 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.
- 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 incurrir 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.
- 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, el ABC en saneamiento.
- 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 información del cliente interno, el ABC en saneamiento.
- 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.

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 80% la satisfacción del cliente e imagen de la organización.

2.- Incrementar en un 60% 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 estratégicas con instituciones públicas y privadas.

6.- Incrementar a 17 mil seguidores la página de Facebook de la EPS Moquegua.

7.- Incrementar a 300 seguidores en Instagram

8.- Incrementar a 200 seguidores en Tik Tok

9.- Incursionar en otras redes sociales

9.- Sensibilizar a 5000 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.
- Pago Puntual

9.- ACTIVIDADES

10.1.- Comunicación Interna

Estrategia 1:

Actividad 1.1: "El ABC del agua potable y alcantarillado": 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 Calidad 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, una nota informativa sobre la labor que cumple la mujer en las empresas de agua potable 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 la 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: 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 4:

Actividad 4.1: Establecer convenios o acercamientos con 4 instituciones públicas o privadas para fomentar espacios informativos sobre los servicios de agua potable y alcantarillado.

Actividad 4.2: Promover la Plataforma de Gobernanza y Gobernabilidad con las instituciones públicas y privadas

Estrategia 5:

Actividad 5.1:

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

Estrategia 6:

Actividad 6.1: Charlas por aulas en instituciones educativas para alumnos del nivel primaria y secundaria, charlas dirigidas a usuarios nuevos.

Actividad 6.2: Teatro de Títeres para niños y niñas del nivel inicial

Actividad 6.3: Visitas guiadas en las plantas de tratamiento de agua potable, laboratorio de calidad, sistema scada, y la PTAR Omo.

Actividad 6.4: Activaciones socioculturales para promover el cuidado del agua y el alcantarillado en espacios públicos como mercados, ferias, parques.

Actividad 6.5: Difusión de spot radial en el carro recolector de la basura.

Actividad 6.6: Difusión de videos de educación sanitaria en las pantallas de atención al cliente.

Actividad 6.7: Corre por el agua: Competencia de atletismo.

Actividad 6.8: Cuenta Cuentos

Actividad 6.9: Festival por el Agua (aniversario de Moquegua)

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

Estrategia 9: Programa en redes sociales "El ABC del agua potable y alcantarillado".

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, recibos de agua y alcantarillado.

➤ **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
Actividad 8	Clientes externos	Taller	Servicio externo	COMUNICACIÓN	MAGEN CORPORATIVA
Actividad 9	Clientes externos	Taller	Servicio externo	COMUNICACIÓN	MAGEN CORPORATIVA



PRESUPUESTO

Comunicación Interna

codact	cta_ctble	NOM CTA	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	TOTAL 2024
10.01.66.01	603211109	COMPRA PAPELERIA EN GRAL, MAT. Y U. OFICINA	-	394	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	394.00
10.01.66.01	603211125	COMPRA DE BIENES USO DURADERO P'OFICINA	-	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13.00
10.01.66.01	603211127	COMPRA DE OTROS BIENES USO DURADERO	1,267	129	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1396.00
10.01.66.01	603211137	COMPRAS PRESENTES Y OBSEQ. P. PERSONAL	1,060	1,060	-	-	1,060	1,060	-	-	-	-	-	1,060	5300.00
10.01.66.01	603211145	COMPRA DE MATERIALES PUBLICITARIOS	-	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600.00
10.01.66.01	631121101	TRANSP. PASAJEROS MOVILIDAD LOCAL	500	-	500	-	-	-	-	-	500	-	-	-	1,500.00
10.01.66.01	639311101	SERVICIO DE IMPRESION Y REPRODUCCION	1,650	-	1,650	-	-	1,650	-	-	1,650	-	1,650	-	8,250.00
10.01.66.01	639311103	REFRIGERIOS PARA REUNIONES DE TRABAJO	500	-	500	-	500	-	500	-	500	-	500	-	3,000.00
10.01.66.01	659311121	GASTOS POR ACTIVIDADES RECREATIVAS	6,000	-	6,650	650	6,000	6,000	650	-	650	650	6,650	650	34,550.00
															55,003.00

Comunicación Externa

codact	cta_ctble	NOM CTA	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	TOTAL 2024
10.01.67.01	603211109	COMPRA PAPELERIA EN GRAL, MAT. Y U. OFICINA	-	902	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	902.00
10.01.67.01	603211125	COMPRA DE BIENES USO DURADERO P'OFICINA	-	67	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	67.00
10.01.67.01	603211145	COMPRA DE MATERIALES PUBLICITARIOS	-	9,300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9,300.00
10.01.67.01	637211102	SERVICIO DE COMUNICACION EN MEDIO TELEVI	-	400	-	400	-	-	-	400	-	400	-	-	1,600.00
10.01.67.01	637211103	SERVICIO DE COMUNICACION EN MEDIO RADIAL	5000	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	10,500.00
10.01.67.01	637211104	SERVICIO DE COMUNICACION EN MEDIO ESCRIT	700	-	700	-	700	-	700	-	700	-	700	-	4,200.00
10.01.67.01	637211105	SERVICIO DE COMUNICACION EN REDES SOCIAL	500	-	500	-	500	-	500	-	500	-	500	-	3,000.00
10.01.67.01	639311117	OTROS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS	-	-	-	-	-	-	-	1,800	1,800	1,800	-	-	5,400.00
10.01.67.02	603211145	COMPRA DE MATERIALES PUBLICITARIOS	5095	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,095.00
10.01.67.02	637211103	SERVICIO DE COMUNICACION EN MEDIO RADIAL	500	-	500	500	-	500	-	500	-	500	500	-	3,500.00
10.01.67.02	637211104	SERVICIO DE COMUNICACION EN MEDIO ESCRIT	700	-	700	-	700	-	700	-	700	-	700	-	4,200.00
10.01.67.02	637211105	SERVICIO DE COMUNICACION EN REDES SOCIAL	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	6,000.00
10.01.67.02	638111108	OTROS SERVICIOS DE CONTRATISTAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
10.01.67.02	639311117	OTROS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS	1,800	1,800	1,800	1812	1,800	1,800	1,800	1,800	1,800	-	-	-	16,200.00
10.01.67.03	603211137	COMPRAS PRESENTES Y OBSEQ. P. PERSONAL	212	-	-	212	-	-	-	-	170	-	-	-	594.00
10.01.67.03	637211105	SERVICIO DE COMUNICACION EN REDES SOCIAL	800	-	-	-	800	-	-	-	-	800	-	-	2400.00
															72,958.00



Educación Sanitaria

codact	cta_ctble	NOM CTA	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	set	oct	nov	dic	TOTAL 2024
10.01.68.01	603211109	COMPRA PAPELERIA EN GRAL, MAT. Y U. OFICINA	-	172	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	172.00
10.01.68.01	603211145	COMPRA DE MATERIALES PUBLICITARIOS	7479	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8,079.00
10.01.68.01	639311101	SERVICIO DE IMPRESION Y REPRODUCCION	1,000	1,000	-	-	1,000	-	-	1,000	-	-	-	-	4,000.00
10.01.68.01	639311113	REFRIGERIOS PARA TRABAJOS DE CAMPO	-	350	-	350	-	350	-	-	350	-	350	-	1,750.00
10.01.68.01	639311117	OTROS SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS	-	-	2,500.00	500	500	500	-	500	500	500	500	-	6,000.00
															20,001.00

[Handwritten signature]



Formato: Matriz de programación de actividades

1.	Cliente interno	1.1	PPT	Presentación realizada	7	-	-	2	2	3	-	-	-	-	-	-	-	OICGS RECURSOS HUMANOS	
		1.2	Murales informativos	Publicación realizada	10	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS RECURSOS HUMANOS	
		1.3	Merchandising		12			12										OICGS RECURSOS HUMANOS	
		1.4	Videos	charlas	2			1			1							OICGS RECURSOS HUMANOS	
		1.5	Flyer	Publicación en las pantallas de la PC	10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS RECURSOS HUMANOS	X
		1.6	Post	Publicación en las redes sociales	5			1	1	1	1	1						OICGS RECURSOS HUMANOS	
2.	Cliente interno	2.1	Boletín	Correo electrónico	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS RECURSOS HUMANOS	X
		2.2	Flyer	Pantalla de las PC de los trabajadores	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS RECURSOS HUMANOS	
		2.3	Videos	Redes sociales y Charlas	1			1										OICGS RECURSOS HUMANOS	
3.	Cliente interno	3.1	Invitaciones	Correo electrónico WhatsApp	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
			Contratación de los servicios		6													OICGS RECURSOS HUMANOS	
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	OICGS RECURSOS HUMANOS	
		4.2	Comunicados	Medios tradicionales Redes Sociales Página web	10			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	OICGS RECURSOS HUMANOS	
		4.4	Videos	Sociales Página web Pantallas de la PC	1			1										OICGS RECURSOS HUMANOS	
		4.5	Merchandising		1			1										OICGS	

	Cliente interno y	1.1	Banner	Banner impreso	1			1										OICGS	
--	-------------------	-----	--------	----------------	---	--	--	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-------	--



1.	Cliente Externo	1.2	Murales	Actualización realizada	9				1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
		1.3	Merchandising		1			1										OICGS	
		1.4	Videos	Redes sociales	1		1											OICGS	
		1.5	Flyer		4	4												OICGS	
		1.6	Boletín		1	1												OICGS	
2.	Clientes externos	2.1	Notas de Prensa	Medios tradicionales Redes Sociales Página web	20		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	OICGS	
		2.2	Comunicados	Medios tradicionales Redes Sociales Página web	10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
		2.3	Flyer	Redes Sociales	10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
3.-	Clientes externos	3.1	Merchandising		30		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	OICGS	
		3.2	Tripticos		1 millar		1											OICGS	
4.-	Clientes externos	4.1	Charlas /merchandising	Usuarios nuevos	40		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	OICGS	
5.	Clientes externos	5.1	Notas de Prensa		10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
		5.2	Flyer		3		1		1			1						OICGS	
		5.3	Banner		1		1											OICGS	X
		5.4	PPT		1		1											OICGS	X
		5.5	Refrigerio		6/ servicios		1			1				1				OICGS	
6.	Clientes externos	6.1	Notas de Prensa		10		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
		6.2	Flyer		5		1		1		1		1				1	OICGS	
		6.3	Videos		2				1									OICGS	
		6.4	Comunicados		3													OICGS	
7.	Clientes externos	7.1.	Charlas	Colegios	30		3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	OICGS	
		7.2	Teatro	Colegios	6		2		1		1		1		1			OICGS	
		7.3	Visitas guiadas	Colegios, universidades	15		2	2	2	2	2	2	2	2	1			OICGS	

8	Clientes internos y externos	7.4	Activaciones socioculturales		5			1		1		1		1		1		OICGS	
		7.5	Videos		3			1			1			1				OICGS	
		8.1	Recibo digital		10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
		8.2	Pago Puntual	Sorteo de premios	3			1			1			1				OICGS	
				Publicación de vencimiento de recibos	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	OICGS	
			Plataforma web/digital	Redes sociales	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
		8.4	Promoción de redes sociales	Publicaciones	10														

14. Monitoreo, Evaluación y Medición

El monitoreo de la implementación del Plan Estratégico de Comunicación deberá estar a cargo de la oficina de comunicación, en coordinación con la Gerencia General y otros responsables involucrados dentro de la EPS.

La evaluación final del PEC deberá realizarse en el mes de diciembre; para lo cual, sería ideal emitir un informe que detalle la implementación de las acciones propuestas.

La medición y evaluación deberá considerar un estudio de posicionamiento y percepción o algún otro instrumento de medición que pueda brindar los resultados de cada estrategia de manera real, válida y rápida.

