

Resolución de Gerencia General

N° 114-2025-EPS BARRANCA S.A./GG

Barranca, 29 de agosto de 2025

VISTO:

Informe N° 131-2025-EPS BARRANCA S.A.-ICGS de fecha 25 de agosto de 2025 emitido por la jefe de Imagen corporativa y Gestión Social, remitiendo para su aprobación el Pan Estratégico comunicacional EPS BARRANCA S.A. 2025, y:

CONSIDERANDOS:

Que, la EPS BARRANCA S.A. es una Empresa pública de accionariado municipal, íntegramente de propiedad del Estado, constituida como Sociedad Anónima, que presta servicios de saneamiento básico de conformidad con el Decreto Legislativo N° 1280, modificado por el Decreto Legislativo 1620, Ley del Servicio Universal de Agua Potable y Saneamiento, y que en su conjunto regulan legalmente la prestación de servicios de agua potable, alcantarillado y tratamiento de aguas residuales para disposición final o reúso y disposición sanitaria de excretas en el ámbito de responsabilidad establecido en el respectivo contrato de explotación, aplicando políticas de desarrollo, control, operación, mantenimiento, planificación, normatividad, preparación, ejecución de obras, supervisión, asesoría técnica, siendo aplicable supletoriamente las disposiciones legales contenidas en la Ley General de Sociedades aprobado por la Ley 26887, bajo el Régimen de Apoyo Transitorio (RAT) y administrada por el Organismo Técnico de Servicios de Saneamiento (OTASS);

Que, mediante Informe N° 131-2025-EPS BARRANCA S.A.-ICGS de fecha 25 de agosto de 2025, la Lic. Flor Asencio Vega, jefe de Imagen corporativa y Gestión Social, remite para su aprobación el proyecto de Plan Estratégico Comunicacional EPS BARRANCA S.A. 2025, que incluye las estrategias de comunicación interna y comunicación externa, estableciéndose como objetivos generales en relación a la comunicación interna; procurar que el ambiente laboral interno tenga las condiciones idóneas que permitan mejorar el relacionamiento con el personal y por ende brindar una atención de calidad a los usuarios y en relación a la comunicación externa; fortalecer la imagen y satisfacción del cliente externo;

Que, el objetivo del Plan Estratégico Comunicacional EPS BARRANCA S.A. 2025, se encuadra dentro del marco de la política de modernización de los servicios de saneamiento, en concordancia con la Ley y el Reglamento de la Ley del Servicio Universal de Agua Potable y Saneamiento;

Que, de acuerdo con los documentos de vistos y los considerandos precedentes, esta Gerencia General en virtud de ello, considera necesario aprobar mediante acto resolutivo el Plan Estratégico Comunicacional EPS BARRANCA S.A. 2025 remitido por la jefe de Imagen corporativa y Gestión Social;

Con el visto de la Gerente de Administración y Finanzas, Gerente Comercial, Gerente de Asesoría Jurídica, y Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social, en uso de las facultades y atribuciones conferidas a este despacho a través del Estatuto de la empresa;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1. – APROBAR el Plan Estratégico Comunicacional para la EPS BARRANCA S.A. 2025, el mismo que adjunto forma parte integrante del a presente resolución.

ARTÍCULO 2º. – ENCARGAR su ejecución a las Gerencias de Línea, jefaturas y áreas respectivas, en cuanto les corresponda.



ARTÍCULO 3°. – **DISPONER** que la Oficina de Tecnología de la Información y Comunicación, o la que haga sus veces, proceda a publicar la presente resolución y sus acompañados, en el Portal Institucional de la EPS BARRANCA S.A.



ARTÍCULO 4°. – **NOTIFICAR** el contenido de la presente resolución a la Gerente de Administración y Finanzas, Gerente Comercial, Gerente de Asesoría Jurídica, y Oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social, y demás instancias competentes interesadas.

Regístrese, comuníquese y cúmplase.



ING. JOSÉ LUIS MENDOZA SANCHEZ
GERENTE GENERAL






PLAN ESTRATÉGICO COMUNICACIONAL EPS BARRANCA S.A. 2025

ETAPA	RESPONSABLE	CARGO	VISTO BUENO Y SELLO
Formulado por:	Lic. Flor Viviana Asencio Vega	Jefe de Imagen Corporativa y Gestión Social	
Revisado por:	Ing. Neiser Pérez Saldaña	Gerente Comercial	
Revisado por:	Econ. Pánfilo De la Cruz Quispe	Gerente de Administración y Finanzas	
Aprobado por:	Ing. José Mendoza Sánchez	Gerente General	

ÍNDICE



- I. Introducción
- Organigrama.
 - Visión.
 - Misión.
 - Valores institucionales.
 - Objetivos institucionales.

II. Base legal

III. Evaluación de la situación actual de la comunicación en la organización.

IV. Diagnóstico

- Análisis FODA de la EPS
- Análisis CAME
- IDENTIFICACIÓN DE SITUACIONES POSITIVAS Y NEGATIVAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN
 - Comunicación interna
 - Comunicación externa

V. Público Objetivo

- Público interno
- Público externo

VI. Estrategias/Campañas

- Comunicación Interna
- Comunicación Externa

VII. Objetivos

- General
 - Comunicación interna
 - Comunicación externa
- Específicos
 - Comunicación interna
 - Comunicación externa

VIII. Mensajes clave

- Comunicación interna
- Comunicación externa

IX. Actividades

- Comunicación interna

Estrategia 1:

Actividad 1.1

Estrategia 2:

Actividad 2.1

Actividad 2.2

Actividad 2.3

Actividad 2.4

Estrategia 3:

Actividad 3.1

Actividad 3.2

Actividad 3.3

Actividad 3.4

Actividad 3.5

Estrategia 4:

Actividad 4.1

Actividad 4.2

Actividad 4.3





- Comunicación externa

Estrategia 1:

- Actividad 1.1
- Actividad 1.2
- Actividad 1.3
- Actividad 1.4
- Actividad 1.5
- Actividad 1.6
- Actividad 1.7

Estrategia 2:

- Actividad 2.1
- Actividad 2.2
- Actividad 2.3
- Actividad 2.4

Estrategia 3:

- Actividad 3.1
- Actividad 3.2
- Actividad 3.3

Estrategia 4:

- Actividad 4.1



X.

Selección de medios

- Comunicación interna

- Actividad 1.1
- Actividad 2.1
- Actividad 2.2
- Actividad 2.3
- Actividad 2.4
- Actividad 3.1
- Actividad 3.2
- Actividad 3.3
- Actividad 3.4
- Actividad 3.5
- Actividad 4.1
- Actividad 4.2
- Actividad 4.3



- Comunicación externa

- Actividad 1.1
- Actividad 1.2
- Actividad 1.3
- Actividad 1.4
- Actividad 1.5
- Actividad 1.6
- Actividad 1.7
- Actividad 2.1
- Actividad 2.2
- Actividad 2.3
- Actividad 2.4
- Actividad 3.1
- Actividad 3.2
- Actividad 3.3
- Actividad 4.1

XI. Productos de comunicación

- Comunicación interna

- Actividad 1.1
- Actividad 2.1
- Actividad 2.2
- Actividad 2.3
- Actividad 2.4
- Actividad 3.1
- Actividad 3.2
- Actividad 3.3
- Actividad 3.4
- Actividad 3.5
- Actividad 4.1
- Actividad 4.2
- Actividad 4.3



- Comunicación externa

- Actividad 1.1
- Actividad 1.2
- Actividad 1.3
- Actividad 1.4
- Actividad 1.5
- Actividad 1.6
- Actividad 1.7
- Actividad 2.1
- Actividad 2.2
- Actividad 2.3
- Actividad 2.4
- Actividad 3.1
- Actividad 3.2
- Actividad 3.3
- Actividad 4.1



- Cuadro resumen de actividades

- Comunicación interna
- Comunicación externa

XII. Presupuesto

XIII. Programación



Visión



Ser una empresa líder, moderna y eficiente, en la prestación de los servicios de agua y saneamiento en el ámbito de su jurisdicción. Desarrolla un modelo gestión basado en las mejores prácticas de buena gobernanza y gobernabilidad y cuenta con desempeño financiero y tecnológico sostenible para asegurar la mejor calidad en los servicios a sus usuarios.

Misión



Otorgar servicios de saneamiento de calidad para la satisfacción de los habitantes de la localidad de Barranca, localidad de Supe Pueblo y localidad de Supe Puerto, con tecnología apropiada, personal comprometido y preservando el ambiente.

Valores institucionales

- Compromiso e Integridad
- Orientación al cliente
- Orientación a resultados



Objetivos institucionales

- Incrementar el acceso a los servicios de saneamiento sostenible y de calidad en el ámbito de influencia
- Mejorar la gestión financiera y económica de la empresa
- Fortalecer la gestión institucional de la EPS
- Implementar la gestión de riesgos de desastres naturales y antrópicos



II. Base Legal

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

- Estatuto Social de la EPS Barranca S.A.
- Reglamento Interno de Trabajo de la organización.
- Plan Operativo Institucional 2025
- Reglamento de Calidad de la Prestación de Servicios de Saneamiento - Resolución de consejo directivo N° 011-2007-SUNASS-CD
- Ley N° 32185, Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2025.
- 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.
- Decreto Legislativo N° 1620, que modifica el D.L.1280 que aprueba la Ley de Servicio Universal de Agua Potable y Saneamiento.
- Ley N° 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.

III. Evaluación de la situación actual de la comunicación en la organización.



- **Política de Comunicación:** Actualmente la EPS Barranca S.A. no cuenta con una política de comunicación, por lo que es importante su implementación para establecer los lineamientos de comunicación que sirvan de referencia como pautas de comportamiento obligatorias para la toma de decisiones y actuaciones de los miembros de toda la organización, en sus diferentes niveles jerárquicos, teniendo como finalidad consolidar una cultura comunicativa y unas conductas que apoyen los objetivos corporativos.



- **Necesidades de la oficina de comunicación:** En la actualidad la oficina de Imagen Corporativa y Gestión Social cuenta con dos profesionales de la carrera de Ciencias de la Comunicación, quien asume la jefatura, y la Analista de Educación Sanitaria, mejorando el trabajo en las diversas funciones de competencia del área. Por otra parte, el presupuesto de la oficina es muy poco para organizar actividades que promuevan la participación e integración del personal, pues el engranaje principal para la institución es el trabajador.



- **Estudios de evaluación y medición:** Se toma como referencia la encuesta de satisfacción al cliente de SUNASS, la cual se aplicó de febrero a marzo del presente año 2024 a un total de 141 usuarios y usuarias pertenecientes a la provincia de Barranca. Este estudio arrojó que, el 70% de los encuestados se encuentra satisfecho del servicio recibido, así como el desempeño de la empresa con el usuario es el adecuado.



Por otra parte, se realizaron entrevistas a 7 colaboradores, para conocer sus percepciones con respecto a los canales de comunicación interna y clima laboral en la empresa. Este grupo señala que la comunicación no es buena y que hay desmotivación en el trabajo por la baja remuneración, y en lo que respecta al área de trabajo, señalan que no está organizada y que la infraestructura es inadecuada. Finalmente, expresan que existe un gran porcentaje de agua no facturada debido al mal uso del agua potable y que aún hay usuarios que no cuentan con la micromedición, provocando una falta de control del recurso hídrico.

IV. DIAGNÓSTICO

Análisis FODA de la EPS



FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: Relación cordial con la mayoría de medios de comunicación locales.</p> <p>F2: Personal calificado (profesional y técnico) para asumir acciones inmediatas dentro de la empresa.</p> <p>F3: Capacidad de respuesta operativa.</p> <p>F4: Personal femenino en cargos gerencias y jefaturas.</p>	<p>D1: Falta de comunicación y/o articulación entre áreas.</p> <p>D2: Falta de personal operativo.</p> <p>D3: Falta de formación en el trato del personal de atención al cliente.</p> <p>D4: Retrasos en la gestión del saneamiento de los terrenos donados.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Somos la única Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento en la provincia de Barranca.</p> <p>O2: Acompañamiento técnico de Otass.</p> <p>O3: Fortalecimiento de capacidades que brinda la empresa a los trabajadores.</p> <p>O4: Programas de pasantías con otras EPS.</p>	<p>A1: Restricción del servicio por el mantenimiento de canales.</p> <p>A2: Riesgos por desastres naturales que afecta la infraestructura sanitaria.</p> <p>A3: Conexiones clandestinas.</p> <p>A4: Desperdicio del agua potable.</p>

Análisis CAME



Debilidades	Corregir
<p>D1: Falta de comunicación y/o articulación entre áreas.</p> <p>D2: Falta de personal operativo.</p> <p>D3: Falta de formación en el trato del personal de atención al cliente.</p> <p>D4: Retrasos en la gestión del saneamiento de los terrenos donados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - C1: Crear una política de comunicación que tenga como lineamiento la retroalimentación transversal. - C2: Lanzar convocatorias para cubrir las plazas. - C3: Que la gerencia comercial haga la documentación necesaria para capacitar al personal en el trato y orientación al usuario. - C4: Que el área legal haga la documentación necesaria para regularizar la situación de los terrenos.



Amenazas	Afrontar
<p>A1: Restricción del servicio por el mantenimiento de canales.</p> <p>A2: Riesgos por desastres naturales que afecta la infraestructura sanitaria.</p> <p>A3: Conexiones clandestinas.</p> <p>A4: Desperdicio del agua potable.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - A1: Elaborar un proyecto para tener una captación independiente a la de la Junta de Usuarios del Valle Pativilca. - A2: Inspección del sistema de agua potable ubicadas en puntos críticos de la ciudad. - A3: Campañas de regularización de Conexiones Clandestinas. - A4: Campañas agresivas de educación sanitaria sobre el cuidado del agua y su uso responsable.





Fortalezas	Mantener
<p>F1: Relación cordial con la mayoría de medios de comunicación locales.</p> <p>F2: Personal calificado (profesional y técnico) para asumir acciones inmediatas dentro de la empresa.</p> <p>F3: Capacidad de respuesta operativa.</p> <p>F4: Personal femenino en cargos gerencias y jefaturas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - M1: Trabajo coordinado en beneficio de la población. - M2: Fortalecimiento de capacidades y reconocimiento de sus aportes a la EPS. - M3: Mantenimiento programado con la minijet de la empresa y apoyo de la Hidrojet de OTASS. - M4: Empoderando el rol de la mujer en un rubro siempre pensado para varones.



Oportunidades	Explotar
<p>O1: Somos la única empresa prestadora de servicios de saneamiento en la provincia de Barranca.</p> <p>O2: Acompañamiento técnico de Otass.</p> <p>O3: Posibilidad de capacitación que brinda la empresa a los trabajadores.</p> <p>O4: Programas de pasantías con otras EPS.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - E1: Incentivar la integración de más prestadoras de la provincia de Barranca. - E2: Gestionar el fortalecimiento de las capacidades aún por desarrollar del personal. - E3: Gestionar capacitaciones de acuerdo a las especialidades del trabajador. - E4: Gestión de pasantías e intercambio de experiencias.

IDENTIFICACIÓN DE SITUACIONES POSITIVAS Y NEGATIVAS DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN

De acuerdo al análisis descrito líneas arriba se ha podido identificar situaciones que involucran la participación activa del área de Imagen Corporativa y Gestión Social pero también requieren la participación y responsabilidad de las demás gerencias para la implementación de las diversas estrategias.



➤ Comunicación interna

- 
- 
- Existe personal femenino en cargos gerenciales y jefaturas, la cual es de suma importancia, pero para sostener la igualdad de género se propone empoderar a la mujer en temas de saneamiento brindando la oportunidad para su desempeño.
 - La falta de comunicación y/o articulación entre áreas viene afectando en la mejora de los procesos de la empresa y la mejor convivencia entre colegas; asimismo, se ve afectada la información que emitimos al usuario por no ser oportuna.
 - Ante la poca prioridad a los proyectos de saneamiento, se debería realizar la contratación de personal para optimizar las funciones y lograr elaboración de expedientes para renovación de redes o ampliación en la ciudad, puesto que hace años atrás se ejecutaban más de 10 proyectos de saneamiento de manera anual en diversos sectores de Barranca.
 - EL comité de la empresa deberá reunirse de manera trimestral para estar preparados y poder ejecutar el plan de contingencia ante los desastres naturales. Asimismo, realizar la inspección del sistema de agua potable ubicadas en los puntos críticos de la ciudad.
 - La capacitación del personal de acuerdo a sus especialidades es una inversión estratégica que tiene múltiples beneficios para la empresa. No solo mejora la productividad y rentabilidad, sino que también fortalece la motivación y el compromiso de los trabajadores, y contribuye al crecimiento de la institución.

➤ Comunicación externa

- En relación a las conexiones clandestinas, estas derivaciones irregulares perjudican el normal abastecimiento de agua potable, como la disminución de la presión y continuidad, afectando directamente a los usuarios formales.
- Desarrollar estrategias de educación sanitaria para promover el cuidado y la valoración de los servicios agua potable y el alcantarillado.
- Capacidad de respuesta operativa, mediante la programación del mantenimiento con el equipo minijet de la empresa, así como realizar la gestión de la empresa con el OTASS para el apoyo de las Hidrojet que

fortalecen la descolmatación de kilómetros de redes de alcantarillado. Estas acciones son positivas para el usuario, quienes ya no se ven perjudicados con los atoros o el colapso de la red.



- Relación cordial con la mayoría de medios de comunicación locales, que permiten el apoyo en la difusión de las acciones de la empresa de saneamiento para mantener informados a los usuarios de la provincia.
- Un buen trato al cliente reduce el número de quejas y mejora la actitud de estos en sus reclamaciones, asimismo, reduce el nivel de estrés del personal designado al área y contribuye a un mejor ambiente en la empresa.



V. PÚBLICO OBJETIVO

- Público interno

- Gerente General
- Alta Dirección (Gerentes de línea y jefes)
- Operarios
- Administrativos
- Sindicato de trabajadores
- Locadores de Servicio
- Service
- Practicantes



- Público externo

- Medios de comunicación
- Líderes de opinión (influenciadores)
- Instituciones educativas (colegios, universidades e institutos)
- Gremios del sector (Colegio de Ingenieros, otros)
- Sociedad Civil (pueblos jóvenes, juntas vecinales, entre otros)
- Usuarios: niños en edad escolar, los adolescentes, los adultos y los adultos mayores
- Autoridades regionales, provinciales y distritales
- Stakeholders (MVCS, ANA, SUNASS, OTASS)



VI. ESTRATEGIAS

COMUNICACIÓN INTERNA:

1. Estrategia de fortalecimiento de capacidades.
2. Estrategia de enfoque de género.
3. Estrategia de liderazgo, bienestar y clima laboral.
4. Estrategia de comunicación interna efectiva.

COMUNICACIÓN EXTERNA:

1. Estrategia de educación sanitaria.
2. Estrategia de relacionamiento con grupos de interés.
3. Estrategia de posicionamiento.
4. Estrategia de optimización de la imagen corporativa y de los canales de atención al cliente.

VII. OBJETIVOS

a) General:

- **Comunicación interna**
Procurar que el ambiente laboral interno tenga las condiciones idóneas que permitan mejorar el relacionamiento con el personal y por ende brindar una atención de calidad a los usuarios.
- **Comunicación externa**
Fortalecer la imagen y satisfacción del cliente externo.

b) Específicos:

- **Comunicación interna**
 1. Promover talleres y/o capacitaciones de fortalecimiento de capacidades con la participación de todo el personal de la empresa.
 2. Empoderar al personal femenino en su labor dentro del rubro de saneamiento, así como realizar su reconocimiento en el Día Internacional de la Mujer.
 3. Reconocer el trabajo y experiencia de los trabajadores varones y mujeres de acuerdo a la equidad de género.
 4. Fortalecer los canales de comunicación y promover las reuniones participativas con los trabajadores y gerentes.
- **Comunicación externa**
 1. Desarrollar campañas de valoración hacia los servicios de saneamiento en la ciudad.
 2. Organización de reuniones informativas en diferentes zonas críticas y no críticas de la ciudad, con el objetivo de informar los nuevos proyectos, avances, y resultados de la empresa, dirigidas a periodistas y población en general.
 3. Implementar estrategias de publicidad digital para el posicionamiento de la EPS.
 4. Desarrollo de anuncios informativos sobre cortes de agua, limpieza de reservorios, cortes de emergencia, sectorización de agua, entre otros hitos importantes; y su difusión oportuna de cara a los usuarios directos e indirectos.

VIII. MENSAJES CLAVE

1. **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.

2. Comunicación externa

- EPS Barranca, trabajando por la modernización de los servicios de saneamiento.
- Juégale limpio al alcantarillado.
- El agua lo vale.
- Usuarios responsables.
- La salud de tu familia depende del cuidado del agua.



IX. ACTIVIDADES

- Comunicación interna

1. Estrategia de fortalecimiento de capacidades.

- **Actividad 1.1:** Apoyo en la organización de las capacitaciones en coordinación con el área de Recursos Humanos, y posterior difusión.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a 99 trabajadores de la EPS Barranca S.A.



2. Estrategias de enfoque de género.

- **Actividad 2.1:** Conformación del Comité de Género, con el objetivo de coordinar, articular y fiscalizar la incorporación del enfoque de género y enfoque en mensajes sensibles al género en las políticas y gestión institucional; la cual será mediante votación o designación por gerencia.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.

- **Actividad 2.2:** “La Mujer en el sector saneamiento”, elaboración de flyer o video sobre un caso de éxito, y ceremonia de reconocimiento a todas las mujeres, revalorando en el Día Internacional de la Mujer.

Lugar: EPS Barranca S.A. y/o Salón de Eventos.

Dirigido a todas las trabajadoras de la EPS Barranca S.A.

- **Actividad 2.3:** “Trabajador y trabajadora del mes”, reconocimiento a 12 trabajadores y 12 trabajadoras durante el año, con el objeto de fomentar buenas prácticas competitivas y fortalecer la equidad de género.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a 99 trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 2.4:** “Tertulias: Conociéndonos”, se realizará cada trimestre mesas de diálogo a fin de interrelacionarse.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido al personal femenino de la EPS Barranca



3. Estrategia de liderazgo, bienestar y clima laboral.

- **Actividad 3.1:** Apoyo en la organización de eventos protocolares en fechas especiales (Día del Trabajador, Día de la Madre, Aniversario de la EPS, Día del Padre, Navidad, Año Nuevo, entre otros), en coordinación con el área de Recursos Humanos.

Lugar: EPS Barranca S.A. y/o Salón de Eventos.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 3.2:** Implementación de mensajes claves de interés para los trabajadores, relacionado a alguna festividad importante de cada mes, y/o motivacional.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 3.3:** Desarrollo de programas de vida saludable “Tu salud suma”, en la cual se le brinde a los trabajadores asesoramiento en nutrición y/o deporte para ellos y que lo compartan con su familia; en coordinación con el área de Recursos Humanos.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 3.4:** Asistencia psicológica a través de charlas del cuidado de salud mental. Estas charlas deberán ejecutarse en grupos para que los trabajadores no afecten sus funciones regulares; en coordinación con el área de Recursos Humanos.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.

- **Actividad 3.5:** Celebración de los cumpleaños del mes, mediante el reconocimiento a cada uno de los colaboradores por el día de su cumpleaños, con el objetivo de promover la identificación y valoración de los colaboradores.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a 99 trabajadores de la EPS Barranca S.A.

4. Estrategia de comunicación interna efectiva.



- **Actividad 4.1:** Implementación de periódicos murales con contenido de interés para los trabajadores.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 4.2:** Fortalecer los canales de comunicación interna como el WhatsApp institucional y correos corporativos.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.

- **Actividad 4.3:** Reuniones periódicas con trabajadores y gerentes para informar sobre la gestión de la empresa u otros.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a todos los trabajadores de la EPS Barranca S.A.



- Comunicación externa

1. Estrategia de educación sanitaria.



- **Actividad 1.1:** Implementación de campañas de sensibilización “Agua Clases”, “Es agua o Nunca”, “El Agua lo Vale”, “Conexiones Clandestinas”, “Juégale limpio al alcantarillado”, entre otros, para generar conciencia en la población sobre el cuidado del agua y alcantarillado y promover el pago oportuno de los servicios.

Lugar: Medios de comunicación y diversos sectores bajo la administración de la EPS Barranca S.A.

Dirigido a estudiantes, usuarios y población en general.

- **Actividad 1.2:** Celebración del Festival del Agua (Día mundial del agua y Día Interamericano del Agua).

Lugar: Barranca.

Dirigido a niños, usuarios y población en general.

- **Actividad 1.3:** Reconocimiento al “Buen Pagador” a través de medios digitales y tradicionales. Este reconocimiento se realizará a través de medios digitales (Facebook) y tradicionales (Periódico Mural).

Adicionalmente, el usuario se recibirá un distintivo (KIT del Buen Pagador) por su actuar para compartirlo en las redes sociales de la empresa.

Lugar: EPS Barranca S.A.

Dirigido a los usuarios de la EPS Barranca S.A.



- **Actividad 1.4:** “Premio a la Puntualidad”, actividad para reconocer y premiar el pago puntual de los usuarios. Implementación de la actividad como sorteos, bingos, tómbolas, etc. con premios para las personas que están al día en sus pagos.
Lugar: EPS Barranca S.A. u otro lugar.
Dirigido a los usuarios puntuales de la EPS Barranca S.A.
- **Actividad 1.5:** Reconocimiento “Con el Medidor, Yo pago lo Justo”, a través de medios digitales y tradicionales. Este reconocimiento se realizará a través de medios digitales (Facebook) y tradicionales (Periódico Mural). Adicionalmente, el usuario recibirá un distintivo (KIT de merchandising) por el uso responsable del agua para compartirlo en las redes sociales de la empresa.
Lugar: EPS Barranca S.A.
Dirigido a los usuarios de la EPS Barranca S.A.
- **Actividad 1.6:** Diseño y diagramación de volantes u otros, sobre la sensibilización del agua, alcantarillado y afines, para fortalecer la educación sanitaria.
Lugar: Entrega en las actividades de Educación Sanitaria.
Dirigido a los usuarios de la EPS Barranca S.A.
- **Actividad 1.7:** Campaña “YO REPORTO”, iniciativa que consiste en fortalecer la responsabilidad social y aplicar las buenas prácticas en los servicios de agua potable y alcantarillado; además, quien acumule la mayor cantidad de información efectiva sobre las conexiones clandestinas se le hará su reconocimiento al finalizar el año.
Lugar: Línea de WhatsApp 995 009 528
Dirigido a los usuarios de la EPS Barranca S.A. y población en general.

2. Estrategia de relacionamiento con grupos de interés.

- **Actividad 2.1:** Encuentros Vecinales, que busca fortalecer en Barranca la relación entre la EPS y los usuarios.
Lugar: Medios de comunicación y diversos sectores bajo la administración de la EPS Barranca S.A.
Dirigido a los usuarios y población en general.
- **Actividad 2.2:** Desarrollo de audiencias, reuniones y/o talleres informativos con principales actores en cada sector.
Lugar: Barranca.
Dirigido a usuarios y población en general.



- **Actividad 2.3:** Participación del vocero en medios locales para informar sobre proyectos y gestión de la empresa.

Lugar: Medios de comunicación de la localidad.

Dirigido a usuarios y población en general.

- **Actividad 2.4:** “EPS te informa”, en fechas claves se difundirá las actividades de la empresa en beneficio de la población.

Lugar: Medios de comunicación de la localidad.

Dirigido a usuarios y población en general.

3. Estrategia de posicionamiento.



- **Actividad 3.1:** Campañas digital – social media, que hace referencia a la campaña de alcance e interacción para la red social institucional.

Lugar: Facebook de la EPS Barranca S.A.

Dirigido a 50,000 usuarios y población en general de la provincia.

- **Actividad 3.2:** Diseño y diagramación del boletín informativo virtual “Agua Noticias”.

Lugar: Facebook y grupos de WhatsApp de la EPS.

Dirigido a los seguidores de la página de Facebook y trabajadores de la EPS.

- **Actividad 3.3:** Diseño y diagramación de volantes/otros informativos físicos sobre las acciones de la empresa.

Lugar: Adjunto con los recibos de agua potable.

Dirigido a los usuarios de la EPS Barranca S.A.



4. Estrategia de optimización de la imagen corporativa y de los canales de atención al cliente.

- **Actividad 4.1:** Comunicación oportuna de hitos operacionales de la empresa, difusión de anuncios informativos, así como cortes de agua programadas y fortuitos, limpieza de reservorios, cortes de emergencia, entre otras actividades de la EPS.

Lugar: Medios de comunicación.

Dirigido a autoridades, usuarios y población en general.

X. SELECCIÓN DE MEDIOS

- Comunicación interna

- o Actividad 1.1: Coordinación con RR.HH., Facebook
- o Actividad 2.1: Facebook, WhatsApp
- o Actividad 2.2: Facebook, WhatsApp, compartir
- o Actividad 2.3: Acto protocolar y WhatsApp
- o Actividad 2.4: Charla, Facebook
- o Actividad 3.1: Acto protocolar, Almuerzo de confraternidad
- o Actividad 3.2: Facebook
- o Actividad 3.3: Taller nutricional, Facebook
- o Actividad 3.4: Coordinación con RR.HH., Facebook
- o Actividad 3.5: Acto protocolar
- o Actividad 4.1: Periódico mural
- o Actividad 4.2: WhatsApp y correo electrónico
- o Actividad 4.3: Reuniones con los trabajadores

- Comunicación externa

- o Actividad 1.1: Radio, Facebook, WhatsApp
- o Actividad 1.2: Facebook, WhatsApp
- o Actividad 1.3: Facebook, WhatsApp, periódico mural
- o Actividad 1.4: Facebook, WhatsApp, periódico mural
- o Actividad 1.5: Facebook, WhatsApp, periódico mural
- o Actividad 1.6: Imprenta
- o Actividad 1.7: Facebook, WhatsApp, periódico mural
- o Actividad 2.1: Reunión con usuarios y no usuarios, Facebook, WhatsApp
- o Actividad 2.2: Reuniones
- o Actividad 2.3: Entrevistas en radio y Facebook
- o Actividad 2.4: Facebook, radio
- o Actividad 3.1: Facebook
- o Actividad 3.2: Facebook, WhatsApp
- o Actividad 3.3: Imprenta
- o Actividad 4.1: Radio, Facebook, WhatsApp, perifoneo

XI. PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

- Comunicación interna

- o Actividad 1.1: Fotografías, post
- o Actividad 2.1: Fotografías
- o Actividad 2.2: Flyer, Fotografías
- o Actividad 2.3: Flyer, Fotografías
- o Actividad 2.4: Fotografías, post
- o Actividad 3.1: Flyer, fotografías
- o Actividad 3.2: Post
- o Actividad 3.3: Comunicado, fotografías, post
- o Actividad 3.4: Taller, fotografías, post
- o Actividad 3.5: Flyer, fotografías, merchandising

- o Actividad 4.1: Comunicados, flyer
- o Actividad 4.2: Flyer, enlaces
- o Actividad 4.3: Comunicado, fotografías



- **Comunicación externa**

- o Actividad 1.1: Flyer, spot de radio, fotografías, volantes
- o Actividad 1.2: Flyer, fotografías, nota de prensa
- o Actividad 1.3: Fotografías, flyer, post, merchandising
- o Actividad 1.4: Transmisión en vivo, fotografías, flyer, post
- o Actividad 1.5: Fotografías, flyer, post, merchandising
- o Actividad 1.6: Volantes/otros
- o Actividad 1.7: Fotografías, flyer, post, merchandising
- o Actividad 2.1: Fotografías, post, nota de prensa, merchandising
- o Actividad 2.2: Nota de prensa, fotografías, banner, flyer
- o Actividad 2.3: Fotografías, transmisión en vivo, post
- o Actividad 2.4: Fotografías, spot de radio, transmisión en vivo
- o Actividad 3.1: Post
- o Actividad 3.2: Flyer, post
- o Actividad 3.3: Volantes/otros
- o Actividad 4.1: Flyer, spot de radio, comunicado, post



CUADRO RESUMEN DE ACTIVIDADES: PÚBLICO OBJETIVO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MATERIALES DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR.

- Comunicación interna

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1.1:	Trabajadores	Coordinación con RR.HH., Facebook	Fotografías, post	GERENCIAS / RR.HH.	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 2.1:	Trabajadores	Facebook, WhatsApp	Fotografías	IMAGEN / GERENCIAS	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 2.2:	Trabajadoras	Facebook, WhatsApp, compartir	Flyer, Fotografías	GERENCIAS / IMAGEN / RR.HH.	IMAGEN
Actividad 2.3:	Trabajadores	Acto protocolar y WhatsApp	Flyer, Fotografías	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 2.4:	Trabajadoras	Charla, Facebook	Fotografías, post	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 3.1:	Trabajadores	Acto protocolar, Almuerzo de confraternidad	Flyer, fotografías	RR.HH. / IMAGEN	RR.HH. / IMAGEN
Actividad 3.2:	Trabajadores	Facebook	Post	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 3.3:	Trabajadores	Taller nutricional, Facebook	Comunicado, fotografías, post	RR.HH. / SUPERVISOR DE SEGURIDAD	RR.HH. / IMAGEN
Actividad 3.4:	Trabajadores	Coordinación con RR.HH., Facebook	Taller, fotografías, post	RR.HH. / SUPERVISORA DE SEGURIDAD	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 3.5:	Trabajadores	Acto protocolar	Flyer, fotografías, merchandising	IMAGEN / GERENCIAS	IMAGEN / GERENCIAS
Actividad 4.1:	Trabajadores	Periódico mural	Comunicados, flyer	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 4.2:	Trabajadores	WhatsApp y correo electrónico	Flyer, enlaces	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 4.3:	Trabajadores	Reuniones con los trabajadores	Comunicado, fotografías	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN / RR.HH. / GERENCIAS



- **Comunicación externa**

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1.1:	Estudiantes, usuarios y población en general	Radio, Facebook, WhatsApp	Flyer, spot de radio, fotografías, volantes	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 1.2:	Niños, usuarios y población en general	Facebook, WhatsApp	Flyer, fotografías, nota de prensa	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 1.3:	Usuarios	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 1.4:	Usuarios puntuales	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Transmisión en vivo, fotografías, flyer, post	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN
Actividad 1.5:	Usuarios	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 1.6:	Usuarios	Imprenta	Volantes/otros	IMAGEN / SERVICE	IMAGEN
Actividad 1.7:	Usuarios	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	IMAGEN / GERENCIAS	IMAGEN
Actividad 2.1:	Usuarios y población en general	Reunión con usuarios y no usuarios, Facebook, WhatsApp	Fotografías, post, nota de prensa, merchandising	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN
Actividad 2.2:	Usuarios y población en general	Reuniones	Nota de prensa, fotografías, banner, flyer	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN / RR.HH.
Actividad 2.3:	Usuarios y población en general	Entrevistas en radio y Facebook	Fotografías, transmisión en vivo, post	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN / GERENCIAS
Actividad 2.4:	Usuarios y población en general	Facebook, radio	Fotografías, spot de radio, transmisión en vivo	GERENCIAS / IMAGEN	IMAGEN
Actividad 3.1:	Usuarios y población en general	Facebook	Post	IMAGEN	IMAGEN / SERVICE
Actividad 3.2:	Seguidores de la página de Facebook y trabajadores	Facebook, WhatsApp	Flyer, post	IMAGEN	IMAGEN
Actividad 3.3:	Usuarios	Imprenta	Volantes/otros	IMAGEN / SERVICE	IMAGEN



ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 4.1:	Autoridades, usuarios y población en general	Radio, Facebook, WhatsApp, perifoneo	Flyer, spot de radio, comunicado, post	GERENCIAS / JEFATURAS / IMAGEN	IMAGEN / GERENCIAS / JEFATURAS

XII. PRESUPUESTO

Fuente	Estrategia	Acción/Actividad	Financiamiento	Presupuesto
Recursos propios	Estrategia de fortalecimiento de capacidades	Apoyo en la organización de las capacitaciones en coordinación con el área de Recursos Humanos, y posterior difusión	-	S/ 0.00
Recursos propios	Estrategia de enfoque de género	Conformación del Comité de Género	-	S/ 0.00
		La Mujer en el sector saneamiento	-	S/ 0.00
		Trabajador y trabajadora del mes	-	S/ 0.00
		Tertulias: Conociéndonos	-	S/ 0.00
Recursos propios	Estrategia de liderazgo, bienestar y clima laboral	Apoyo en la organización de eventos protocolares en fechas especiales (Día del Trabajador, Día de la Madre, Aniversario de la EPS, Día del Padre, Navidad, Año Nuevo, entre otros), en coordinación con el área de Recursos Humanos	-	S/ 0.00
		Implementación de mensajes claves de interés para los trabajadores	-	S/ 0.00
		Tu salud suma	02.01.07.03	S/ 2,000.00
		Asistencia psicológica	-	S/ 0.00
		Celebración de los cumpleaños del mes	02.01.07.03	S/ 2,000.00
Recursos propios	Estrategia de comunicación interna efectiva	Implementación de periódicos murales	-	S/ 0.00
		Fortalecer los canales de comunicación interna	-	S/ 0.00
		Reuniones periódicas con trabajadores y gerentes	-	S/ 0.00
Recursos propios	Estrategia de educación sanitaria	Implementación de campañas de sensibilización "Agua Clases", "Es agua o Nunca", "El Agua lo Vale", "Conexiones Clandestinas", "Juégale limpio al alcantarillado", entre otros	02.01.07.01	S/ 5,000.00
		Celebración del Festival del Agua (Día mundial del agua y Día Interamericano del Agua)	02.01.07.01	S/ 2,000.00
		Buen Pagador	-	S/ 0.00
		Premio a la puntualidad	02.01.07.02	S/ 2,000.00
		Con el Medidor, Yo pago lo Justo	-	S/ 0.00
		Volantes/otros informativos físicos	02.01.07.01	S/ 2,000.00
		Yo reporto	-	S/ 0.00
		Encuentros Vecinales	-	S/ 0.00

Recursos propios	Estrategia de relacionamiento con grupos de interés	Desarrollo de audiencias, reuniones y/o talleres informativos	02.01.13.08	S/ 500.00
		Participación del vocero en medios locales	-	S/ 0.00
		EPS te informa, microprogramas radiales	-	S/ 0.00
Recursos propios	Estrategia de posicionamiento	Campañas digitales – social media	02.01.04.10	S/ 3,000.00
		Boletín informativo virtual "Agua Noticias"	-	S/ 0.00
		Volantes/otros informativos físicos	02.01.07.02	S/ 3,000.00
Recursos propios	Estrategia de optimización de la imagen corporativa y de los canales de atención al cliente	Comunicación oportuna de hitos operacionales de la empresa, difusión de anuncios informativos, así como cortes de agua programadas y fortuitos, limpieza de reservorios, cortes de emergencia, entre otras actividades de la EPS	02.01.13.08 02.01.04.10 02.01.04.21 02.01.05.07	S/ 14,000.00
				S/ 35,500.00



XIII. PROGRAMACIÓN

Objetivo Específico	Público objetivo	Actividad	Medio de difusión	Producto de comunicación	Meta anual	Programación de meta mensualizada												Área responsable	Meta en el POI		
						E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D				
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA																					
1.	Trabajadores	1.1	Coordinación con RR.HH., Facebook	Fotografías, post	2	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	No requiere presupuesto	GERENCIAS / RR.HH.	No aplica
2.	Trabajadores	2.1	Facebook, WhatsApp	Fotografías	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	No requiere presupuesto	IMAGEN / GERENCIAS	No aplica
	Trabajadoras	2.2	Facebook, WhatsApp, compartir	Flyer, fotografías	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	No requiere presupuesto	GERENCIAS / IMAGEN / RR.HH.	No aplica
	Trabajadores	2.3	Acto protocolar, WhatsApp,	Flyer, fotografías	8	-	-	-	1	-	-	1	1	1	1	1	1	1	No requiere presupuesto	GERENCIAS / IMAGEN	No aplica
	Trabajadoras	2.4	Charla, Facebook	Fotografías, post	3	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	No requiere presupuesto	GERENCIAS / IMAGEN	No aplica
3.	Trabajadores	3.1	Acto protocolar, almuerzo de confraternidad	Flyer, fotografías	5	-	-	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-	2	No requiere presupuesto	RR.HH. / IMAGEN	No aplica



población en general											promedio del monto total de la estrategia.	Aplica
Niños, usuarios y población en general	1.2	Facebook, WhatsApp	Flyer, fotografías, nota de prensa	2	1	-	-	-	-	-	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	IMAGEN
Usuarios	1.3	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	10	1	1	1	1	1	1	No requiere presupuesto	IMAGEN
Usuarios puntuales	1.4	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Transmisión en vivo, fotografías, flyer, post	2	-	-	-	1	-	-	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	GERENCIAS / IMAGEN
Usuarios	1.5	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	10	1	1	1	1	1	1	No requiere presupuesto	IMAGEN
Usuarios	1.6	Imprenta	Volantes/otros	2	-	-	-	1	-	-	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	IMAGEN / SERVICE
Usuarios	1.7	Facebook, WhatsApp, periódico mural	Fotografías, flyer, post, merchandising	6	-	-	-	1	1	1	No requiere presupuesto	IMAGEN / GERENCIAS



