

RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL.**N° 078-2023-GG-EPS EMAPICA S.A.****Ica, /4 de marzo de 2023.****VISTOS:**

El Informe N° 337-2023-OPME-GG-EPS EMAPICA S.A. de fecha 06 de marzo de 2023, el Informe N° 043-2023-OIC-GG-EPS EMAPICA S.A. de fecha 22 de febrero de 2023; y,

CONSIDERANDO:

Que, la EPS EMAPICA S.A., es una empresa prestadora de servicio de saneamiento de accionariado municipal, constituida como empresa pública de derecho privado, bajo la forma societaria de sociedad anónima, posee patrimonio propio y goza de autonomía administrativa, económica y de gestión, incorporada al Régimen de Apoyo Transitorio (RAT) por acuerdo de Consejo Directivo del OTASS a través de su Sesión N° 019-2016 de fecha 06 de septiembre de 2016, acuerdo que fue ratificado por el Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento MVCS mediante la Resolución Ministerial N° 345-2016-VIVIENDA de fecha 06 de octubre de 2016, publicado en el Diario el Peruano el 07 de octubre de 2016;

Que, en el marco del Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la EPS EMAPICA S.A., en el artículo 13° numeral 13.7, la Gerencia General en ejercicio de sus funciones está facultada para "Proponer o aprobar las directivas, guías, manuales, protocolos, instructivos y procedimientos de administración, recursos humanos, finanzas, presupuesto, inversión pública, relaciones institucionales y otras, en concordancia con lo que establezca el directorio, así como la normativa de dichas materias que le son aplicables, dando cuenta al Directorio de la aplicación de las mismas";

Que, mediante Informe N° 043-2023-OIC-GG-EPS EMAPICA S.A. de fecha 22 de febrero de 2023, el jefe de la Oficina de Imagen y Comunicaciones, remite el proyecto del "Plan Estratégico de Comunicación EPS EMAPICA S.A. 2023" sustentando la importancia de su implementación y solicita su aprobación mediante acto resolutivo;

Que, mediante el Informe N° 337-2023-OPME-GG-EPS EMAPICA S.A., de fecha 06 de marzo de 2023, el jefe de la Oficina de Planeamiento y Modernización Empresarial, informa que el referido plan, cuenta con disponibilidad presupuestal para su ejecución, dentro del Plan Operativo de la Oficina de Imagen y Comunicaciones;

En tal sentido, resulta necesario aprobar el Proyecto del "Plan Estratégico de Comunicación EPS EMAPICA S.A. 2023" Con la finalidad de informar, educar y sensibilizar al público sobre la gestión de los servicios de saneamiento y su incidencia en la calidad de vida, promoviendo conductas de relevancia social que consoliden la imagen institucional;

Con el visto de la Gerencia de Asesoría Jurídica, Gerencia de Administración y Finanzas, Oficina de Imagen y Comunicaciones, Oficina de Planeamiento y Modernización Empresarial, y en uso de las facultades y atribuciones conferidas a este despacho a través del Estatuto Social de la empresa y normas concordantes y conexas;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el "Plan Estratégico de Comunicación EPS EMAPICA S.A. 2023" que tiene como la finalidad de informar, educar y sensibilizar al público sobre la gestión de los servicios de saneamiento y su incidencia en la calidad de vida, promoviendo conductas de relevancia social que consoliden la imagen institucional.

...RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL
N° 078 -2023-GG-EPS EMAPICA S.A.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DISPONER que la Oficina de Imagen y Comunicaciones, procedan a dar estricto cumplimiento y fiscalización a las acciones dispuestas en el "Plan Estratégico de Comunicación EPS EMAPICA S.A. 2023" la misma que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la asistente administrativo de la Gerencia General, remita la presente Resolución y su anexo al presidente de la Comisión de Dirección Transitoria de la EPS EMAPICA S.A., para su conocimiento y fines competentes.

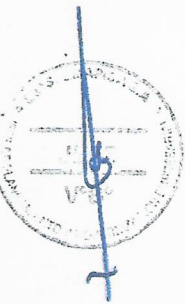
ARTÍCULO CUARTO.- DISPONER que la Oficina de Tecnología de la Información y Comunicaciones, proceda a publicar la presente resolución y su anexo, en el Portal Institucional de la EPS EMAPICA S.A. (www.emapica.com.pe).

ARTÍCULO QUINTO.- NOTIFICAR la presente Resolución y su anexo, a la Gerencia de Asesoría Jurídica, Gerencia de Administración y Finanzas, Oficina de Planeamiento y Modernización Empresarial, Oficina de Imagen y Comunicaciones, y demás instancias competentes interesadas.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE, CÚMPLASE Y ARCHÍVESE.




ING. RAUL ADOLFO LINARES MANCHEGO
GERENTE GENERAL
EPS EMAPICA S.A.





EPS EMAPICA S.A.

**PLAN ESTRATÉGICO
DE COMUNICACIÓN
EPS EMAPICA S.A.
2023**

Etapa	Responsable	Cargo	Fecha	Visto Bueno y sello
Formulado por:	Lic. Guiller Denis Huachua Flores	Jefe de Imagen y Comunicaciones	21/02/2023	
Revisado por:	CPC. Rolfo Washington Reategui Alvarado	Jefe de la Oficina de Planeamiento y Modernización Empresarial		
Aprobado por:	Ing. Raúl Adolfo Linares Manchego	Gerente General		

ÍNDICE

Introducción.....	03
Organigrama.....	03
Visión.....	04
Misión.....	04
Valores Institucionales.....	04
Objetivos Institucionales.....	04
Base legal.....	04
Evaluación de la situación actual de la comunicación en la organización.....	05
Muestra.....	05
Diagnóstico.....	07
Identificación de situaciones positivas y negativas dentro de la organización.....	09
Público Objetivo.....	10
Estrategias.....	10
Objetivos.....	11
Mensaje Clave.....	11
Actividades.....	12
Selección de Medios.....	14
Productos de Comunicación.....	15
Cuadro resumen de actividades.....	16
Presupuesto.....	18
Programación.....	20
Monitoreo, Evaluación y medición.....	23

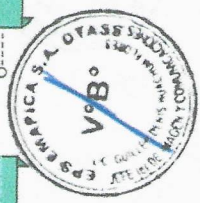
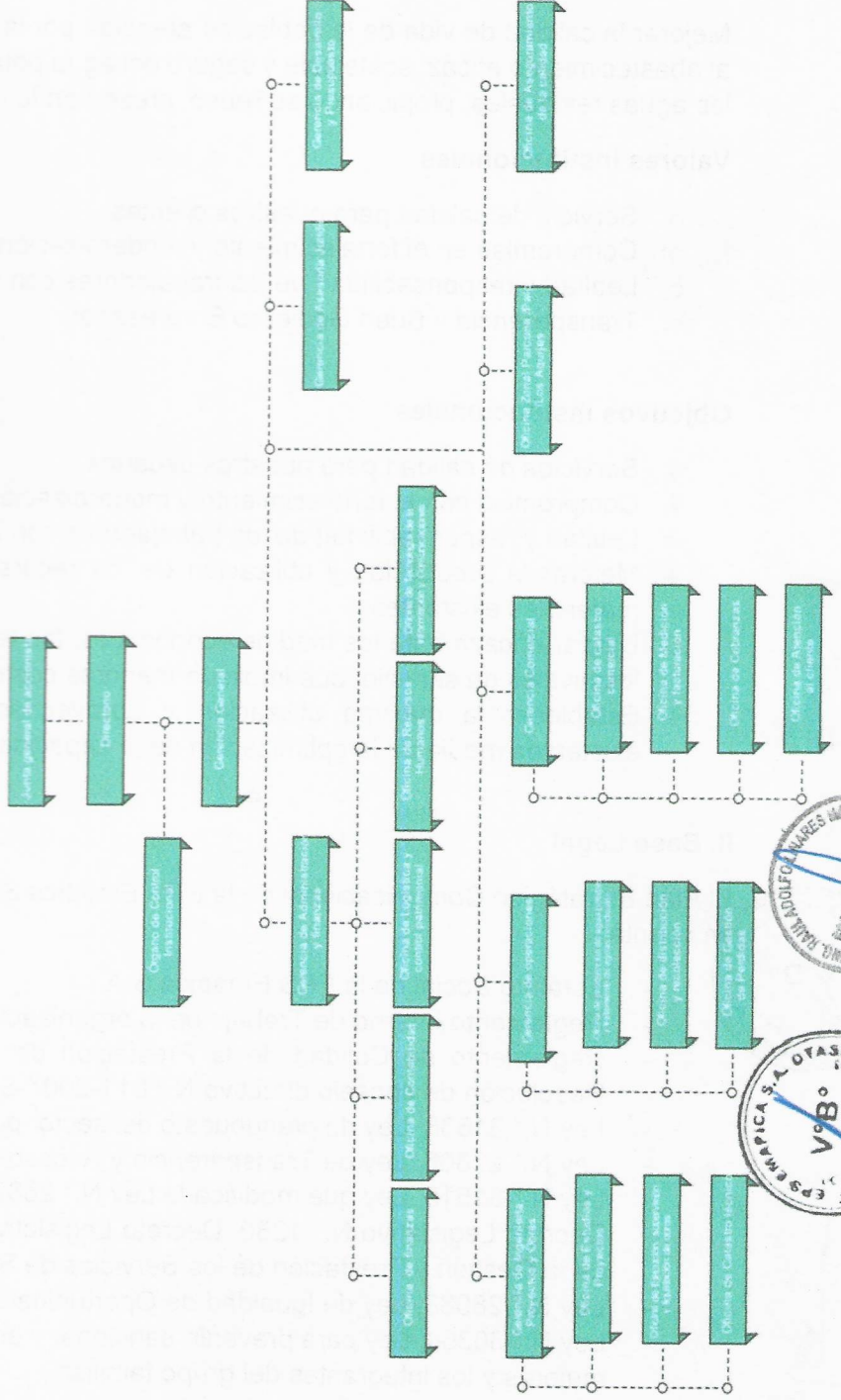


I. INTRODUCCIÓN

La EPS Emapica S.A. fue creada en Sesión de Concejo Provincial, Acuerdo de Concejo N.º 039-89-MPI del 24 de Julio de 1989, siendo reconocida como empresa prestadora de servicios de saneamiento por SUNASS, mediante Resolución N.º 087-96-PRES/MI/SUNASS del 30 de abril de 1996. Desde el 06 de setiembre del 2016 se declara el inicio de RAT de la EPS Emapica S.A., mediante Resolución Ministerial N.º 345-2016-VIVIENDA, publicada el 06 de octubre del 2016.

Actualmente la EPS administra operativamente a la ciudad de Ica, distrito de Parcona, distrito de Los Aquijes (cercado) y provincia de Paipa (cercado), contando con 62,424 usuarios en la actualidad.

Organigrama



Visión

Ser una empresa moderna de servicios de agua y saneamiento, eficiente y sólida financieramente reconocida y valorada por su responsabilidad empresarial, social y ambiental y comprometida en el proceso de cambio y en el buen gobierno del sector de agua y saneamiento.

Misión

Mejorar la calidad de vida de la población atendida por la empresa mediante el acceso al abastecimiento eficaz, sostenible y seguro del agua potable y la gestión adecuada de las aguas residuales, propiciando su reuso, preservando el medio ambiente.

Valores institucionales

- Servicio de calidad para nuestros clientes.
- Compromiso en el fortalecimiento y modernización de la empresa.
- Lealtad y responsabilidad de los trabajadores con la empresa.
- Transparencia y Buen Gobierno Empresarial.

Objetivos institucionales

- ✚ Servicios de calidad para nuestros usuarios.
- ✚ Compromiso con el fortalecimiento y modernización de la empresa.
- ✚ Lealtad y responsabilidad de los trabajadores con la empresa.
- ✚ Mejorar la producción y utilización de los recursos tecnológicos, humanos y materiales existentes.
- ✚ Utilizar eficazmente los medios económicos, las técnicas adecuadas, así como los niveles de servicio, que implique menores costos y suficiente atención.
- ✚ Establecer la máxima utilización y aprovechamiento de las instalaciones existentes mediante la optimización de la capacidad instalada.



II. Base Legal

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

- Estatuto Social de la EPS Emapica S.A.
- Reglamento Interno de Trabajo de la organización.
- Reglamento de Calidad de la Prestación de Servicios de Saneamiento - Resolución de consejo directivo N.º 011-2007-SUNASS-CD
- Ley N.º 31638, Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2023.
- Ley N.º 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley N.º 31515, Ley que modifica la Ley N.º 28874, Ley de Publicidad Estatal.
- Decreto Legislativo N.º 1280, Decreto Legislativo que aprueba la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento.
- Ley N.º 28983, Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres.
- Ley N.º 30364, Ley para prevenir, sancionar y erradicar la violencia contra las mujeres y los integrantes del grupo familiar.



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

- **Política de Comunicación:** Actualmente la EPS 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.

Necesidad de la oficina de Imagen y comunicaciones de la EPS Emapica S.A.

Debido a la deficiencia en el tiempo de abastecimiento de algunos sectores de nuestro ámbito operacional, la cantidad de reclamos relativos a la facturación del servicio que se presentan diariamente y la débil intercomunicación entre áreas de la EPS que conlleva a que la difusión de avisos y comunicados dirigidos a la población no llegue oportunamente, la imagen y percepción de la EPS es negativa frente a la ciudadanía; quienes debido a ello pocas veces reconocen el trabajo que viene realizando la empresa prestadora de servicios por mejorar los servicios de saneamiento, por lo tanto se requiere implementar una estrategia de comunicación enfocada en sus públicos objetivos (interno y externo).

En la actualidad la oficina de imagen y comunicaciones, cuenta con dos comunicadores; con respecto al equipamiento tecnológico, se ha requerido la compra de una cámara semiprofesional con el objetivo de mejorar la calidad audiovisual, en el 2022 recibimos una moderna computadora con capacidad para programas de diseño gráfico y edición de video y una moderna impresora, aunque el espacio con el que contamos es muy pequeño, producto de ello tenemos almacenado muchos de nuestros materiales en otra oficina con el riesgo de que se dañen o pierdan.

- **Estudios de evaluación y medición:**

Informe de Resultados: EPS EMAPICA S.A. CoPsoQ-istas21, es el Informe de Resultados de la Evaluación de Factores de Riesgo Psicosocial realizada por el Área de Psicología del Centro de Prevención de Riesgo del Trabajo – CEPRIT Ica.

MUESTRA:

Esta evaluación de tipo descriptiva se llevó a cabo realizando un muestreo intencional o de conveniencia, según la accesibilidad de los evaluados por puesto ocupacional. El tamaño de la muestra es 76 empleados.

La muestra evaluada se encuentra compuesta por mayoritariamente por varones, los cuales representan el 74%. En cuanto a las mujeres, estas representan el 26% de evaluados.

De los seis factores evaluados con el método CoPsoQ-istas21, se ha elegido el factor estima para el presente diagnóstico.

EVALUACIÓN:

Estima: El 78% de trabajadores presentan una condición DESFAVORABLE en la dimensión de Estima, lo que los sitúa en un alto riesgo psicosocial en esta dimensión. Esto DESFAVORABLE refleja que más de $\frac{3}{4}$ partes de la muestra no percibe una compensación de manera suficiente a cambio del trabajo realizado, sea esta económica o de reconocimiento social. El 12% de evaluados en situación INTERMEDIA, perciben reconocimiento, pero desean mayor constancia en ello, sin embargo, logran cumplir con el rol que se les asigna. El 10% que se encuentra en situación FAVORABLE, representa a un pequeño grupo refiere obtener respeto, reconocimiento y un trato justo a cambio del esfuerzo invertido en el trabajo.

CONCLUSIONES:

Las dimensiones con puntuación más DESFAVORABLE son: Estima, Inseguridad y Exigencias Psicológicas. Así, la muestra evaluada refleja un sentimiento de desvaloración de la EPS frente a sus tareas, su forma de trabajo y el esfuerzo prestado a la institución. Además, gran preocupación de los trabajadores por la estabilidad de su puesto de trabajo, su salario y sus responsabilidades, resultado que llama la atención debido a que la gran mayoría de trabajadores se encuentra con contratos estables, pero podría explicarse por el grado de rotación de sus responsabilidades, pues no se corresponde su tiempo en la empresa con el tiempo que llevan realizando su labor actual. Finalmente, la responsabilidad en sus funciones y la forma en que esta se gestiona también está afectando negativamente a más de la mitad de trabajadores evaluados. Son, entonces, dimensiones prioritarias a intervenir.

RECOMENDACIONES:

- Fomentar la participación de los empleados en actividades de promoción de la salud física y mental, así como actividades deportivas.
- Garantizar el respeto y el trato justo a las personas, garantizar la equidad y la igualdad de oportunidades por su desempeño.
- Es recomendable, se establezca criterios de mejoras remunerativas de los trabajadores, promover incentivos a los trabajadores más destacados, capacitaciones constantes al personal, evitar continuas rotaciones de personal que cuenten con capacitación especializada para un área determinada.

▪ **Situación externa actual:**

Temporada de estiaje en el cercado de Ica.

La temporada de estiaje que afecta al valle de Ica, durante los meses de mayo a julio de cada año, ocasiona desabastecimiento principalmente en los sectores ADICSA y Fonavi San Martín, porque ellos se abastecen únicamente del sistema de galerías filtrantes que opera en el cauce del río Ica. Afectando el servicio de más de 10 mil pobladores. Lo cual ocasiona conflictos sociales con la EPS, debido a que la distribución de agua potable a través de camiones cisterna resulta insuficiente.



Desabastecimiento en el distrito de Parcona.

El distrito de Parcona tiene una población de 37, 205 moradores, es administrado por la EPS y su sistema de agua potable consta de 4 pozos y 3 reservorios, lamentablemente los pozos tubulares están terminando su vida útil, lo cual ocasiona que algunos sectores no registren buena continuidad ni presión en el servicio ello implica que surjan conflictos sociales con los pobladores y también posiciones adversas del alcalde distrital.

-La EPS no cuenta estudios de evaluación y medición que permitan conocer la línea base con la que parten las estrategias de este Plan Estratégico de Comunicación, considerándose importante la implementación de algunos estudios de posicionamiento y percepción que nos permitirán identificar valores, atributos o aspectos positivos y negativos que recaerán en la identificación de la marca de la empresa, en su imagen y en la reputación.

III. DIAGNÓSTICO

Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1: Disposición y apoyo de la gerencia general y gerencias de línea, de apoyo y de asesoría.</p> <p>F2: Integración de la unidad Gestión Social y Ambiental al área de Comunicaciones.</p> <p>F3: Relación cordial con los medios de comunicación locales.</p> <p>F4: Reutilización de las AR (Venta de los volúmenes de aguas residuales de la PTAR Cachiche)</p> <p>F5: Personal calificado (profesional y técnico) para asumir acciones inmediatas dentro de la empresa.</p> <p>F6: Solidez financiera</p> <p>F7: Capacidad de respuesta operativa</p>	<p>D1: Trabajadores poco comprometidos con sus labores de servicio (78% de colaboradores presentan una condición desfavorable)</p> <p>D2: Falta de comunicación y/o articulación entre áreas.</p> <p>D3: Los cinco sectores del distrito de Parcona presentan una continuidad promedio de 2.71 horas diarias. Asimismo, una presión promedio de 3.36 m.c.a.</p> <p>D4: Tenemos 136 terrenos (pozos y reservorios) que requieren ser saneados.</p> <p>D5: 50.55% de cobertura de micro medición en todo el ámbito de operación de la EPS Emapica.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1: Somos la única empresa prestadora de servicios en la provincia de Ica y ámbito de operación (Distritos: Parcona y Los Aquijes, provincia de Palpa) en garantizar agua potable.</p> <p>O2: Acompañamiento Técnico de Otass.</p> <p>O3: Programas de pasantías con otras EPS.</p> <p>O4: Personal femenino en cargos gerenciales y jefaturas de oficinas.</p>	<p>A1: Temporada de estiaje que se presenta los meses: mayo, junio y julio.</p> <p>A2: Acelerada expansión urbana (ocupación informal y no planificada del territorio).</p> <p>A3: Descenso de la napa freática debido a la sobre explotación de pozos por parte de las agroindustrias.</p> <p>A4: Riesgos por desastres naturales que afecten la infraestructura sanitaria.</p> <p>A5: Conexiones clandestinas</p> <p>A6: Uso irregular del agua potable</p>

Análisis CAME

Debilidades	Corregir
<ul style="list-style-type: none"> - D1: Trabajadores poco comprometidos con sus labores de servicio (78% de trabajadores) - D2: Falta de comunicación y/o articulación entre áreas - D3: Los cinco sectores del distrito de Parcona presentan una continuidad promedio de 2.71 horas diarias. Asimismo, una presión promedio de 3.36 m.c.a. - D4: Tenemos 136 terrenos (pozos y reservorios) que requieren ser saneados. - D5: 50.55% de cobertura de micro medición en todo el ámbito de operación de la EPS Emapica. 	<ul style="list-style-type: none"> - C1: Fomentar la participación y fortalecer las capacidades de los colaboradores en actividades de integración. - C2: Crear una política de comunicación que tenga como lineamiento la retroalimentación transversal. - C3: Perforación de dos pozos tubulares en el distrito, renovación de redes de agua y desagüe. - C4: - C5: Mejorar la presión y continuidad en los sectores que presentan dos horas de servicio diario o inter diario.

Amenazas	Afrontar
<ul style="list-style-type: none"> - A1: Temporada de estiaje que se presenta los meses: mayo, junio y julio. - A3: Descenso de la napa freática debido a la sobre explotación del acuífero por parte de las agroindustrias. - A4: Riesgos por desastres naturales que afectan la infraestructura sanitaria. - A5: Conexiones clandestinas - A6: Uso irregular del agua potable 	<ul style="list-style-type: none"> - A1: Mantenimiento y reactivación de pozos tubulares. - A3: Campañas agresivas de educación sanitaria sobre el cuidado del agua y su uso racional y responsable. - A4: Constante inspección del sistema de agua potable ubicadas en puntos críticos de la ciudad. - A5: Trabajo articulado con SUNASS y Ministerio Público para la erradicación de conexiones clandestinas a través de sanciones penales. - A6: Campañas agresivas de educación sanitaria sobre el cuidado del agua y su uso racional y responsable.

Fortalezas	Mantener
<ul style="list-style-type: none"> - F1: Disposición y apoyo de la gerencia general y gerencias de línea, de apoyo y de asesoría. - F2: Integración de la unidad Gestión y Ambiental al área de Comunicaciones. - F3: Relación cordial con los medios de comunicación locales. - F4: Reutilización de las AR (Venta de los volúmenes de aguas residuales de la PTAR Cachiche). - F5: Personal calificado (profesional y técnico) para asumir acciones inmediatas dentro de la empresa. - F6: Solidez financiera - F7: Capacidad de respuesta operativa 	<ul style="list-style-type: none"> - M1: Trabajo coordinado y transparente con las gerencias de línea, cumpliendo las expectativas de la empresa - M2: Planificación y ejecución de programas sociales enfocados en la problemática de cada zona. - M3: Trabajo coordinado en beneficio de la comunidad. - M4: Iniciar el proceso de subasta de la otra PTAR (Yaurilla) ubicada en el distrito de Parcona. - M5: fortalecimiento de capacidades y reconocimiento de sus aportes a la EPS. - M6: Incorporación de nuevos usuarios, actualización del catastro comercial y saneamiento físico legal de predios.



	- M7: Mantenimiento programado de la maquinaria pesada (Hidrojet y Ranjet).
--	---

Oportunidades	Explotar
<ul style="list-style-type: none"> - O1: Somos la única empresa prestadora de servicios en la provincia de Ica y ámbito de operación (Distritos: Parcona y Los Aquijes, provincia de Palpa) en garantizar agua potable. - O2: Acompañamiento Técnico de Otass. - O3: Programas de pasantías con otras EPS. 	<ul style="list-style-type: none"> - E1: Incentivar la integración de mas prestadoras de la provincia de Ica. - E2: Gestionar el fortalecimiento de las capacidades aún por desarrollar del personal. - E3: 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 y comunicaciones, pero también requieren la participación y responsabilidad de las demás gerencias para la implementación de las diversas estrategias.

📌 Comunicación interna

- **Falta de comunicación y/o articulación entre áreas**, afecta a mejorar los procesos de la empresa y la mejor convivencia entre colegas, asimismo, se ve afectada la información que emitimos al usuario al no ser oportuna.
- **Trabajadores poco comprometidos con sus labores de servicio**, debido a la baja remuneración, rotación constante a diferentes áreas laborales ha generado el perfil de un colaborador poco comprometidos con la ejecución de metas empresariales.
- **Personal femenino en cargos gerenciales y jefaturas de oficinas**. Empoderar a otras mujeres de la empresa que vean como ejemplo de sus colegas poder desarrollarse en rubros donde "solo podía ser dirigido por hombres".

📌 Comunicación externa

- **Temporada de estiaje**: Durante los meses de mayo, junio y julio más de 10,300 pobladores de los sectores Adicsa y Fonavi se ven afectados por la temporada de estiaje, que trae como consecuencia la movilización y plantones en los exteriores de la EPS, entre sus demandas exigen mayor socialización de los trabajos que viene realizando la empresa para solucionar los



efectos del estiaje; asimismo, la comunicación efectiva de comunicados, cronogramas de distribución por cisternas y avisos de suspensión.

- **Descenso de la napa freática debido a la sobre explotación de pozos por parte de las agroindustrias:** El descenso del nivel freático en la ciudad de Ica se refleja en la mayor parte de pozos tubulares con años de antigüedad, los cuales han reducido el caudal captado, siendo un caso álgido el pozo de Tarapacá, que arroja solo 10 L/S perjudicando a diferentes sectores en el distrito de Parcona, debido a la poca/nula presión en el servicio de agua.
- **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.

IV. PÚBLICO OBJETIVO

- Público interno

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

- 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)
- Autoridades regionales, provinciales y distritales
- Stakeholders (MVCS, ANA, SUNASS, OTASS)
- Cooperantes internacionales (GYZ)

V. ESTRATEGIAS

COMUNICACIÓN INTERNA:

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

COMUNICACIÓN EXTERNA:

1. Estrategia de posicionamiento
2. Estrategia de Educación sanitaria
3. Estrategia de relaciones públicas
4. Estrategia de Evaluación



VI. OBJETIVOS

a) General:

Informar educar y sensibilizar al público sobre la gestión de los servicios de saneamiento y su incidencia en la calidad de vida, promoviendo conductas de relevancia social que consoliden la imagen institucional.

o Comunicación interna

1. Promover un clima laboral favorable en el 70% de los trabajadores de la EPS, a través de la participación interna, reconocimiento y mejoramiento del intercambio de información entre áreas.

o Comunicación externa

1. Posicionar la imagen y reconocimiento institucional de la EPS en el 60% de nuestro público externo.

b) Específicos:

o Comunicación interna

1. Implementar una política de comunicación efectiva y transversal.
2. Reforzar nuestros canales de comunicación interno.
3. Promover actividades de integración.
4. Difundir talleres de fortalecimiento de capacidades dentro de la empresa.
5. Reconocer el trabajo y experiencia de nuestros colaboradores.

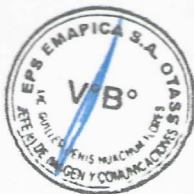
o Comunicación externa

1. Implementar estrategias de publicidad digital para el posicionamiento de la EPS.
2. Valorar la opinión de nuestros usuarios para el mejor tratamiento de la información que transmitimos a la ciudadanía.
3. Fortalecer las campañas (presencial y digital) de educación sanitaria con nuestros diferentes públicos objetivos.
4. Mejorar el 50% de la opinión de nuestros usuarios sobre el medidor de agua potable.
5. Fortalecer campañas sobre el valor del agua potable y cuidado del alcantarillado.

VII. MENSAJES CLAVE

1. Comunicación interna

- o El trabajo en equipo favorece a toda la organización
- o La labor de todos es valiosa y reconocemos tu esfuerzo



- La igualdad de género mantiene el bienestar de los equipos.
- La experiencia de todos es importante compartir y destacar.


2. Comunicación externa

- El agua es un recurso no renovable
- El agua es para todos
- Juégale limpio al alcantarillado
- La salud de tu familia depende del cuidado del agua
- El agua lo vale
- El valor del agua recae en el camino que debe realizar para llegar hasta tu hogar.
- El medidor es el aliado de mi bolsillo.
- ¿Cuánto me ahorraría de dinero si hiciera un uso responsable del agua potable en mi hogar o mi negocio?



VIII. ACTIVIDADES

COMUNICACIÓN INTERNA

1. Estrategia de fortalecimiento de capacidades

- 
- **Actividad 1.1:** Taller de capacitación sobre atención al cliente dirigido al área comercial
Lugar: EPS Emapica S.A.
Participarán 50 colaboradores del área comercial y gestión social.
 - **Actividad 1.2:** Taller sobre normativa SUNASS y atención al cliente dirigido al área comercial
Lugar: EPS Emapica S.A.
Participarán 50 colaboradores del área comercial y gestión social.
 - **Actividad 1.3:** Organización y difusión de talleres de capacitación interna, ejecutadas por profesionales de la EPS.
Lugar: EPS Emapica S.A.
Participarán los 203 trabajadores de la EPS Emapica S.A.

2. Estrategia de liderazgo, bienestar y clima laboral

- 
- **Actividad 2.1:** Organización de eventos protocolares en fechas especiales (Apertura del año laboral, Día de la Mujer, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Trabajador, Aniversario de la EPS, Navidad y Año Nuevo), en coordinación con el área de Bienestar Social.
Lugar: EPS Emapica S.A y/o Salón de Eventos
Dirigido a todos los colaboradores de acuerdo al día de celebración.
 - **Actividad 2.2:** Reconocimiento de los "guerreros por el agua" a través de encuestas internas.
Lugar: EPS Emapica S.A
Dirigido a todos los colaboradores.
 - **Actividad 2.3:** Estudio de Opinión Interna
Lugar: EPS Emapica S.A
Dirigido a todos los colaboradores.
- 

- **Actividad 2.4:** Producción audiovisual que relate la experiencia laboral de nuestro personal cesante.
Lugar: EPS Emapica S.A
Dirigido al personal que se jubila anualmente.

3. Estrategia de comunicación interna efectiva

- **Actividad 3.1:** Actualización del periódico mural
Lugar: EPS Emapica S.A
Dirigido a todo el personal de la EPS.
- **Actividad 3.2:** Fortalecer los canales de comunicación interna como el WhatsApp institucional y correos corporativos.
Lugar: EPS Emapica S.A
Dirigido a todo el personal de la EPS.

COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Campaña de posicionamiento

- **Actividad 1.1:** Campañas de Facebook ADS
Lugar: Facebook Bussines
Cuatro (04) campañas de posicionamiento dirigido a los sectores que se encuentran bajo el ámbito de operación de la EPS.
- **Actividad 1.2:** Estrategias de Activación
Lugar: Puntos estratégicos de acuerdo a la campaña de sensibilización.
Dirigido a la población objetivo de cada campaña.
- **Actividad 1.3:** Producción de un micro programa informativo "Noti Agua"
Lugar: Instalaciones de la Televisión
Población usuaria del cercado de Ica, Parcona y Los Aquijos
- **Actividad 1.4:** Diseño y diagramación del boletín informativo semanal: "Agua Noticias".
Lugar: Facebook y grupos de WhatsApp de la EPS.
Seguidores de la página de Facebook y trabajadores de la EPS.
- **Actividad 1.5:** Creación del TikTok institucional.
Lugar: Red social TikTok
Seguidores del Tiktok de la EPS

2. Estrategia de Educación sanitaria

- **Actividad 2.1:** Emapica en tu barrio
Lugar: Puntos estratégicos de acuerdo a la campaña de sensibilización.
Dirigido a la población objetivo de cada campaña.
- **Actividad 2.2:** Producción de videos educativos sobre la ruta del agua, el valor del agua
Lugar: EPS Emapica S.A.
Comunidad usuaria de los cuatro sectores bajo el ámbito de operación de la EPS.
- **Actividad 2.3:** Visitas Guiadas
Lugar: Estaciones de Bombeo (pozos tubulares, galería filtrante y PTAR)
Comunidad educativa (Inicial, primaria, secundaria, universidad)
- **Actividad 2.4:** Campañas digitales de educación sanitaria: "El agua lo vale", "No la riegues", "Juégale limpio al alcantarillado" y "Temporada de estiaje".
Lugar: Facebook y grupos de WhatsApp de la EPS.
Seguidores de la página de Facebook y trabajadores de la EPS.



- **Actividad 2.5:** Funciones de Teatro sobre cuidado del agua potable en las instituciones educativas.
Lugar: Instalaciones de instituciones educativas.
Comunidad educativa (Inicial y primaria)

3. Estrategia de relaciones públicas

- **Actividad 3.1:** Reunión de coordinación con gerencias de desarrollo social de las cuatro municipalidades que se encuentran bajo nuestro ámbito de operación.
Lugar: Municipalidades: Ica, Parcona, Los Aquijes y Palpa.
Dirigido a gerentes de desarrollo social y/o jefes de las oficinas de Imagen Institucional.
- **Actividad 3.2:** Actualización del directorio institucional.
Lugar: Municipalidades: Ica, Parcona, Los Aquijes y Palpa.
Dirigido a jefes de las oficinas de Imagen Institucional.
- **Actividad 3.3:** Talleres con periodistas.
Lugar: Instalaciones de la EPS Emapica S.A.
Dirigido periodistas y estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

4. Estrategia de Evaluación

- **Actividad 4.1:** Encuestas digitales a través del Facebook institucional
Lugar: Facebook Institucional.
Dirigido a los usuarios que son seguidores de nuestras redes sociales.



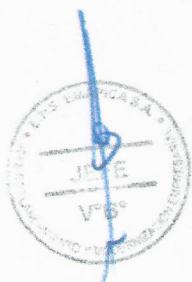
IX. SELECCIÓN DE MEDIOS

- Comunicación interna

- Actividad 1.1: Coaching de Liderazgo.
- Actividad 1.2: Especialista de Sunass.
- Actividad 1.3: Plataforma Google Meet
- Actividad 2.1: Eventos protocolares
- Actividad 2.2: Producción audiovisual
- Actividad 2.3: Encuestas de Google
- Actividad 2.4: Video
- Actividad 3.1: periódico mural
- Actividad 3.2: WhatsApp grupal, correo electrónico institucional.

- Comunicación externa

- Actividad 1.1: Facebook ADS
- Actividad 1.2: Unidad de Gestion Social y Ambiental
- Actividad 1.3: Televisión/Facebook/Youtube
- Actividad 1.4: Facebook/Periódico Mural/WhatsApp Institucional
- Actividad 1.5: TikTok
- Actividad 2.1: Especialistas de la EPS
- Actividad 2.2: Facebook/WhatsApp Institucional/Youtube
- Actividad 2.3: Merchandising/Flyer/Técnico operador de la EPS
- Actividad 2.4: Facebook/WhatsApp Institucional/Twitter/Instagram
- Actividad 2.5: Teatros Educativos
- Actividad 3.1: Reunión de coordinación
- Actividad 3.2: Correos electrónicos
- Actividad 3.3: Especialista de la EPS
- Actividad 4.1: Encuestas de Google



X. PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN

- Comunicación interna

- ✚ Actividad 1.1: Taller de Liderazgo.
- ✚ Actividad 1.2: Taller de atención al usuario.
- ✚ Actividad 1.3: Capacitación interna virtual
- ✚ Actividad 2.1: Maestro de ceremonia, entrega de reconocimientos, cobertura fotográfica, nota de prensa.
- ✚ Actividad 2.2: Spots informativos.
- ✚ Actividad 2.3: Encuestas de Google
- ✚ Actividad 2.4: Story telling
- ✚ Actividad 3.1: Boletín informativo, notas de prensa, flyer educativos.
- ✚ Actividad 3.2: Boletín informativo, tarjetas de cumpleaños, notas de prensa, canalización de emergencias operativos.

- Comunicación externa

- ✚ Actividad 1.1: Post de Facebook
- ✚ Actividad 1.2: Volantes, flyer y banners/banderolas.
- ✚ Actividad 1.3: micro Informativo "Noti Agua"
- ✚ Actividad 1.4: Boletín informativo
- ✚ Actividad 1.5: Video
- ✚ Actividad 2.1: Volantes, banderolas y especialistas de la EPS
- ✚ Actividad 2.2: Producción audiovisual
- ✚ Actividad 2.3: Merchandising/Flyer/Técnico operador de la EPS
- ✚ Actividad 2.4: Post
- ✚ Actividad 2.5: Teatros Educativos/ Merchandising/Flyer
- ✚ Actividad 3.1: Diapositivas /Mechandising
- ✚ Actividad 3.2: Correos electrónicos/ Post, tarjetas de saludos/notas de prensa, invitación de eventos
- ✚ Actividad 3.3: Merchandising/Flyer/Especialista de la EPS.
- ✚ Actividad 4.1: Encuestas de Google



- Cuadro resumen de actividades: Público objetivo, medios de comunicación y materiales de comunicación a utilizar.

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1.1	Trabajadores de la EPS (gerencia comercial y Educación Sanitaria)	EPS Emapica S.A.	- Post de difusión - Cobertura fotográfica	GERENCIA COMERCIAL	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 1.2	Trabajadores de la EPS (gerencia comercial y Educación Sanitaria)	EPS Emapica S.A.	- Post de difusión - Cobertura fotográfica	GERENCIA COMERCIAL	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 1.3	Trabajadores de la EPS	DIGITAL	- Difusión de post - Dirección de la charla de capacitación.	OF. PLANEAIMIENTO Y MEJORAMIENTO EMPRESARIAL	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 2.1	Trabajadores de la EPS	EPS Emapica S.A. Local de eventos	- Tarjetas - Backing Institucional - Banner - Backing Institucional - Banner	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 2.2	Trabajadores de la EPS (Nominados y contratos específicos)	Periódico mural Whatsapp institucional Facebook	- Producción Audiovisual - Encuestas digitales - Post (digitales e impresos)	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 2.3	Trabajadores de la EPS	Whatsapp institucional	- Encuestas Google	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 2.4	Trabajadores cesantes	WhatsApp institucional Facebook	- Producción audiovisual (Story Telling)	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 3.1	Trabajadores de la EPS	Periódico Mural	- Boletín informativo impreso - Notas de prensa - Flyer educativos	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES



ACTIVIDADES		PÚBLICO OBJETIVO		MEDIO		MATERIAL		RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 3.2	Personal de la EPS	Periódico mural Correos institucional Whatsapp institucional	<ul style="list-style-type: none"> - Boletín informativo - Notas de prensa - Comunicados internos 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	COMUNICACIÓN EXTERNA			
Actividad 1.1	Población usuaria	Facebook Ads	<ul style="list-style-type: none"> - Post educativos 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	Actividad 1.2	<ul style="list-style-type: none"> - Volantes educativos - Banners - Producción audiovisual. 	Unidad de gestión Social y Ambiental	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 1.3	Población usuaria	Facebook/ Tv	<ul style="list-style-type: none"> - Producción audiovisual Micro informativo "Noti agua" 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	Actividad 1.4	<ul style="list-style-type: none"> - Boletín informativo "Agua Noticias" 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 1.5	Seguidores del Tiktok de la EPS	TikTok	<ul style="list-style-type: none"> - Videos 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	Actividad 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Volantes educativos - Banners - Producción audiovisual. 	Unidad de gestión Social y Ambiental	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES
Actividad 2.2	Población usuaria	Facebook/WhatsApp Institucional/YouTube	<ul style="list-style-type: none"> - Producción audiovisual 	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	Actividad 2.3	<ul style="list-style-type: none"> - Merchandising/Flyer/Técnico operador de la EPS 	Unidad de gestión Social y Ambiental	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES



ACTIVIDADES		PÚBLICO OBJETIVO		MEDIO		MATERIAL		RESPONSABLE PRODUCCIÓN		RESPONSABLE DIFUSIÓN	
Actividad 2.4	Seguidores de la página de Facebook	Facebook/WhatsApp Institucional/Twitter/Instagram	- Post		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					
Actividad 2.5	Comunidad educativa (Inicial y primaria)	Teatros Educativos	- Merchandising		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					
Actividad 3.1	Gerentes de desarrollo social y/o jefes de las oficinas de Imagen Institucional.	Reunión de coordinación	- Diapositivas /Mechandising		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					
Actividad 3.2	Jefes de las oficinas de Imagen Institucional	Correos electrónicos	- Post, tarjetas de saludos/notas de prensa, invitación a eventos		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					
Actividad 3.3	Periodistas/Colegio de Periodistas	Taller /Especialista de la EPS	- Merchandising - Banner		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					
Actividad 4.1	Población usuaria	Encuesta google	- Material de evaluación		OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES	OF. IMAGEN Y COMUNICACIONES					

XI. PRESUPUESTO

Fuente		Estrategia / Campaña		Acción/Actividad		TOTAL	
Recursos propios	Estrategia de fortalecimiento de capacidades		Taller de capacitación sobre atención al cliente dirigido al área comercial		S/ 2,000.00		
			Taller sobre normativa SUNASS y atención al cliente dirigido al área comercial		S/0.00		
Cooperación							

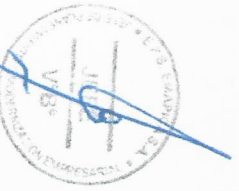


Orgánico		Organización y difusión de talleres de capacitación interna, ejecutadas por profesionales de la EPS.	S/0.00
Recursos propios		Organización de eventos protocolares en fechas especiales (Apertura del año laboral, Día de la Mujer, Día de la Madre, Día del Padre, Día del Trabajador, Aniversario de la EPS, Navidad y Año Nuevo), en coordinación con el área de Bienestar Social.	S/ 10,200.00
Orgánico	Estrategia de liderazgo, bienestar y clima laboral	Reconocimiento de los "guerreros por el agua" a través de encuestas internas.	S/ 00.00
Orgánico		Producción audiovisual que relate la experiencia laboral de nuestro personal cesante.	S/ 00.00
Orgánico		Actualización del periódico mural	S/ 00.00
Orgánico	Estrategia de comunicación interna efectiva	Fortalecer los canales de comunicación interna como el WhatsApp institucional y correos corporativos.	S/ 00.00
Recursos Propios		Campañas de Facebook ADS	S/ 4,000.00
Recursos Propios	Estrategia de posicionamiento	Estrategias de Activación	S/1,000.00
Recursos Propios		Producción de un micro programa informativo "Noti Aguas"	S/3,000.00



Orgánico		Diseño y diagramación del boletín informativo semanal: "Agua Noticias".	S/00.00	
Orgánico		Creación de página de TikTok	S/00.00	
Recursos Propios		Emapica en tu barrio	S/1,000.00	
Orgánico	Estrategia de Educación sanitaria	Producción de videos informativos	S/00.00	
Convenio Interinstitucional		Visitas Guiadas	S/480.00*	
Orgánico		Campañas digitales de educación sanitario	S/00.00	
Recursos Propios		Teatros Educativos	S/10,000.00	
Recursos Propios		Reunión de coordinación con gerencias de desarrollo social de las cuatro municipalidades que se encuentran bajo nuestro ámbito de operación.	S/450.00	
Orgánico		Actualización del directorio institucional.	S/00.00	
Recursos Propios		Talleres de Periodistas	S/500.00	
Orgánico		Estrategia de Evaluación	Encuestas digitales a través del Facebook Institucional	S/00.00
Total			S/32,630.00	

XII. PROGRAMACIÓN



Objetivo Especifico	Público objetivo	Actividad	Medio de difusión	Producto de comunicación	Meta anual	Programación de meta mensualizada										Área responsable	Meta en el POI	
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA																		
4	Trabajadores de la EPS (gerencia comercial y Educación Sanitaria)	1.1	EPS Enmapica S.A.	- Post de difusión - Cobertura fotográfica	01												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC/GC
4	Trabajadores de la EPS (gerencia comercial y Educación Sanitaria)	1.2	EPS Enmapica S.A.	- Post de difusión - Cobertura fotográfica	01												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC/GC
4	Trabajadores de la EPS	1.3	Digital	- División de post Dirección de la charla de capacitación.	16												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC/OPME
3	Trabajadores de la EPS	2.1	Local de eventos/ EPS Enmapica S.A.	- Tarjetas - Backing Institucional Banner	06												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
5	Trabajadores de la EPS	2.2	Perifoneo mural Whatsapp institucional Facebook	- Producción Audiovisual - Encuestas digitales - Post (digitales e impresos)	20												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
2	Trabajadores de la EPS	2.3	Whatsapp Institucional	-	02												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
5	Personal cesante de la EPS	2.4	Whatsapp Institucional / Facebook	- Story Telling	02												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
2	Trabajadores de la EPS	3.1	Perifoneo Mural	- Bolefin informativo impreso - Notas de prensa - Flyer educativos	12												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
2	Trabajadores de la EPS	3.2	Perifoneo mural Correos institucional Whatsapp institucional	- Bolefin informativo - Notas de prensa - Comunicados internos	12												Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1	Población usuaria	1.1	Facebook ADS	07	01	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
3	Población usuaria (colegios)	1.2	Campañas de Activación	05	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC/IUGSA
3	Población usuaria	1.3	Facebook/Tv	12	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC/IUGSA
4	Población usuaria	1.4	Facebook, Whatsapp institucional, periódico mural	36	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
4	Población usuaria	1.5	TikTok	40	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
1	Población usuaria	2.1	Campaña 'Empapica en tu barrio'	06	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Población usuaria	2.2	Facebook, WhatsApp institucional	09	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Comunidad educativa	2.3	Visita Guiada	09	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Población usuaria	2.4	Facebook/Instagram /Twitter	44	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Comunidad educativa (Inicial y Primaria)	2.5	Instituciones Educativas/Funciones de Teatro	20	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Gerentes de Desarrollo Social /funcionarios de imagen y comunicaciones	3.1	Reuniones de coordinación	04	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	02	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC
	Periodistas	3.3	Talleres de Periodistas	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia.	OIC



5	Población usuaria	4.1	Encuestas digitales	Encuestas google	01	01	Monto asignado a la actividad o promedio del monto total de la estrategia	OIC
---	-------------------	-----	---------------------	------------------	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---	-----

XIII. 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.

