



Plan Anticorrupción y de atención al Ciudadano
3. Rendición de Cuentas

Vigencia del 2019		Fecha de Actualización						AA	MM	DD																					
								19	01	30																					
Subcomponente	Objetivos		Canales de Comunicación						Responsables de la Información	Metas	Indicadores	Fecha						Resultado Esperado													
	Generales	Específicos	Página WEB	Redes Sociales	Intranet	Carteleras	Canales alternativos	Radio				Televisión	Prensa	Responsables de la Información	Metas	Indicadores	Inicial			Final											
														AA	MM	DD	AA	MM	DD												
Información de calidad y lenguaje comprensible de la retroalimentación a la gestión institucional	<p>Generar mecanismos y estrategias para la comunicación permanente con los Clientes Internos y Externos sobre las actuaciones y novedades presentadas en los Servicios Públicos Domiciliarios prestados por Empresas Públicas de Armenia ESP</p> <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar la correcta y oportuna difusión de la información relacionada con los planes, proyectos, programas y actividades. • Disponer de información clara y unificada, relacionada con los trámites y procedimientos que los ciudadanos deben surtir ante EPA ESP. • Desarrollar estrategias y contenidos informativos y/o publicitarios veraces, efectivos, oportunos y creativos asociados a los planes, programas y proyectos de EPA ESP. • Fortalecer los canales de comunicación propios con las Partes interesadas de la empresa. • Fortalecer la identidad y la imagen corporativa de EPA ESP. • Socializar los avances de los planes y programas de EPA ESP 	X	X	X	X							<p>Gerencia General, Subgerencias: Administrativa, Técnica, de Aguas, de Aseo. Direcciones: Financiamiento, Comercial, Control Gestión, Comunicaciones, Planeación Corporativa, Jurídica y Secretaría General, Tecnología de la información y las Comunicaciones.</p>	<p>Una (1) campaña orientada a destacar aspectos importantes y significativos para el cliente interno de EPA ESP</p> <p>Creación de dos (2) campañas al año (1 semestral) orientadas al cliente interno</p> <p>Realizar 12 videos durante el año de la participación de Empresas Públicas de Armenia ESP., en eventos interinstitucionales</p> <p>Una (1) campaña anual que incluya comunicación ATL y BTL que permita fortalecer el sentido de pertenencia por la ciudad, desde los diferentes procesos de Aseo y Uso eficiente y ahorro del agua</p> <p>Vinculación de 15 medios de comunicación durante la vigencia para difundir los programas, planes, proyectos de EPA ESP</p> <p>Realizar 3 campañas al año que permitan generar conciencia y corresponsabilidad ciudadana frente al uso de los bienes públicos</p> <p>Emisión de 170 boletines de prensa a través de correo electrónico, página web y redes sociales</p> <p>Ejecución de 12 videos periodísticos por año que permitan evidenciar noticias de EPA ESP</p> <p>Crear una cuenta de Flickr de EPA ESP con una capacidad de 120 imágenes contramarcadas que permita almacenar, ordenar, buscar y compartir fotografías o videos en línea, preservando los derechos de autor de la empresa.</p> <p>Aumentar en un 10% el número de seguidores de Facebook en forma orgánica, fortalecer las otras redes sociales propias (Twitter, Instagram, YouTube) y el número de visitas al portal www.epa.gov.co, en el 2019</p> <p>Publicar cuatro (4) encuestas donde las partes interesadas den a conocer sus apreciaciones según los Servicios y/o trabajos ejecutados por los procesos de la Empresa</p> <p>Crear una estrategia de comunicación digital a través de monitores/televisores que permitan disminuir el uso de papel y ser más eficientes con la comunicación</p>	<p>No. de campañas realizadas (comunicación interna) * 100 No. Campañas programadas</p> <p>No. videos corporativos publicados * 100 No. de videos corporativos programados</p> <p>No. de acompañamientos a eventos * 100 No de acompañamientos programados</p> <p>No. de campañas realizadas * 100 No. de campañas proyectadas</p> <p>No. Medios contratados * 100 No. Medios proyectados</p> <p>No. de videos realizados * 100 No. de videos programados</p> <p>No. Boletines de prensa publicados * 100 No. de boletines programados</p> <p>No. Videos periodísticos publicados * 100 No. de videos periodísticos programados</p> <p>No. Imágenes almacenadas * 100 No. Imágenes programados</p> <p>No. de seguidores y visitas actuales * 100 No. de seguidores programados</p> <p>No. de encuestas publicadas * 100 4 encuestas</p> <p>No. de Estrategias creadas de comunicación digital</p>	19	1	2	20	1	31	19	1	2	20	1	31	Incremento del conocimiento de los Clientes Internos y externos basado en la comunicación de las acciones ejecutadas en pro de los servicios prestados por EPA ESP.				
		X	X	X	X										X	X	X	X							19	1		2	20	1	31
		X	X	X	X										X	X	X	X							19	1		2	20	1	31
		X	X						X	X	X				X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X						X	X	X				X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
		X	X												X	X									19	1		2	20	1	31
	Consolidación y publicación del seguimiento al Componente de servicios públicos del Plan de Desarrollo y Plan de Acción	Informar sobre seguimiento al componente de servicios públicos del Plan de Desarrollo y Plan de Acción en el período establecido	X	X								<p>Difundir 100% de los informes de Rendición de Cuentas de EPA ESP</p>	<p>No. de informes de Rendiciones de cuentas publicados x100 No. de Informes de Rendiciones de cuentas proyectados</p>	19	1	30	20	1	31	19	1	30	20	1	31	Incremento del conocimiento de los Clientes internos y externos basado en la comunicación de las acciones ejecutadas en pro de los servicios prestados por EPA ESP					
X	X						X	X	X	X	X											19	1	30	20		1	31			



Plan Anticorrupción y de atención al Ciudadano
3. Rendición de Cuentas

Vigencia del 2019		Fecha de Actualización						AA	MM	DD											
Subcomponente	Objetivos		Canales de Comunicación						Responsables de la Información	Responsables de la Publicación	Metas	Indicadores	Fecha						Resultado Esperado		
	Generales	Específicos	Página WEB	Redes Sociales	Intranet	Carteleros	Canales alternativos	Radio					Televisión	Prensa	Inicial			Final			
															AA	MM	DD	AA		MM	DD
Diálogo de doble vía con la ciudadanía	Implementar mecanismos y estrategias que incentiven el diálogo entre Empresas Públicas de Armenia ESP, y la ciudadanía	Presentación de la Audiencia Pública de Rendición de Cuenta	X	X									19	1	30	20	1	31	Incremento del conocimiento de los Clientes internos y externos basado en la comunicación de las acciones ejecutadas en pro de los servicios prestados por EPA ESP		
		Recolectar las preguntas y enviar las respuestas a los grupos de interés	X	X				X	X	X				19	1	30	20	1		31	
		Publicar el Informe Final de la Rendición de Cuentas												19	1	30	20	1		31	
		Respuestas a las solicitudes de información presentadas por los Usuarios o las Partes Interesadas	X	X					X	X	X				19	1	30	20		1	31
		Encuestas de la percepción de los Usuarios sobre los Servicios Prestados por EPA ESP																			
	Análisis de datos de las encuestas																		Detección de las falencias presentadas en la prestación de los servicios según la percepción de los Usuarios y generar acciones de mejora en los procesos con los resultados		
Incentivos para motivar la cultura de la rendición y petición de cuentas	Incentivar la participación de los Clientes Internos, Usuarios y partes interesadas para la participación en la Rendición de Cuentas																		Generar mayor conocimiento en la comunidad para la participación activa en la Rendición de Cuentas de la Empresa		
Evaluación y retroalimentación a la Gestión Institucional	Realizar el diagnóstico y la evaluación de la Audiencia de Rendición Pública Publicar las conclusiones obtenidas posteriores a la		X	X																	
Convenciones		BTL: «below the line» bajo la línea, consiste en el empleo de formas no masivas de comunicación para mercadeo dirigidas a segmentos de mercado específicos. ATL Publicidad sobre la línea. Con esta estrategia pretende llegar a una audiencia más amplia, ya que se sirve de los medios llamados masivos, donde la inversión en campañas publicitarias suele ser elevada.																			