



---

---

---

# PROGRAMA DE EDUCACION SANITARIA 2015

---

---

---

OFICINA DE EDUCACIÓN SANITARIA

# PROGRAMA DE EDUCACION SANITARIA

## Artículo I. Diagnostico

### a. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL PLAN DE EDUCACIÓN SANITARIA

Los años 2013 -2014 el Programa de Gestión de Demanda PROGEDA- GiZ- PROAGUA- AKUT dirigido por el Sociólogo Ricardo Rodríguez, brindó asesoramiento en las diferentes áreas de la empresa siendo designada la Lic. Patricia Puell, para asesorar las áreas de Imagen Institucional y Educación Sanitaria la misma que depende la Gerencia General, a cargo de Carmen Falcón Jorge Bachiller en Ciencias de la Comunicación quien en la actualidad cuenta con una oficina compartida con la oficina de Relaciones Públicas.

El plan de Educación Sanitaria planifica, presupuesta y evalúa las actividades enmarcadas en los ejes temáticos del Buen Uso del Servicio – BUS, Valor Económico del Agua – VEA e Instalación, beneficios y cuidado de los medidores, sobre la base de un diagnóstico y una posterior socialización de las actividades programadas y actividades permanentes.

**Valor económico del agua:** Conocer el costo real del agua, requiere de un punto de vista global de la situación y un estudio de todo el ciclo hídrico. Las pérdidas de la empresa debido a clandestinos o escasa micro medición señalan hábitos pocos sostenibles y una escasa concientización sobre el costo que implica el proceso de potabilización y conexión domiciliar del agua. Por lo que es importante orientar el Plan de Educación Sanitaria a la facilitación de información sobre la problemática del agua dulce y el ciclo hídrico local, así como el costo que implica su captación, potabilización, almacenamiento, distribución y mantenimiento.

**Buen uso de los servicios:** La frecuencia de atoros y colapsos de las redes de alcantarillado se deben al inadecuado uso de los canales de desagüe. Asimismo el elevado número de robos de tapas y marcos de buzones refleja desinterés por el cuidado de los servicios sanitarios por parte de la población usuaria. Debido a ello, el Plan ha diseñado estrategias educativas de información sobre los perjuicios que conlleva un uso irresponsable de los servicios, haciendo hincapié en los buzones de desagüe. Para ello se retomará acciones con la oficina de Atención al Usuario sobre el uso adecuado de descargas de aguas residuales no domésticas en el sistema de alcantarillado (VMA)

**Instalación, beneficios y cuidado del medidor:** Promover una cultura del cuidado y uso eficiente del agua, además de que el usuario pague su consumo real y que redunde en brindar un servicio más eficiente en la distribución del vital líquido la oficina de EDUSAN ha diseñado la Campaña de Micromedición en el marco del proyecto de "Instalación de micromedidores por la EPS EMAPISCO en la provincia de Pisco – Ica" el mismo que tiene previsto la instalación de 16.520 medidores en Pisco, San Andrés y Túpac Amaru

CAMPAÑAS DESARROLLADAS DURANTE EL AÑO 2014 fueron:

Campaña de Micromedición 2013-2014: La oficina de EDUSAN diseña la Campaña de Micromedición en el marco del proyecto de "Instalación de micromedidores por la EPS EMAPISCO en la provincia de Pisco – Ica" el mismo que tiene previsto la instalación de 16.520 medidores en Pisco, San Andrés y Túpac Amaru. La oficina de Educación Sanitaria tiene la responsabilidad de liderar programas educativos dirigidos a los usuarios y al público en general. En coordinación con la Cooperación alemana GIZ-PROAGUA se contrata una productora profesional para la grabación de 01 spot de TV.



Resultados en el sector Asentamiento Humano Alto El Molino el trabajo conjunto entre la gerencia comercial y operacional y el apoyo del área de Educación Sanitaria, generan importantes impactos en la población de este sector, reflejados en los indicadores de presión y continuidad. Se mejoró el servicio de agua con más 12 horas de servicio y presión mayor a 10 mca, gracias a la implementación del programa de micro medición y las consignas de maniobra de válvulas, beneficiando a más de 1,400 familias. Asimismo EDUSAN en coordinación con el área de facturación se ha emitido mensajes dirigidos ha dicho sector impulsando las campañas del programa como cuidado del agua y del alcantarillado con perifoneo acompañado por el muñeco Súper H2O.



Calendario anual 2014 Actividad institucionalizada por la EPS. Se estima un tiraje de 4 millares, distribuidos entre los trabajadores, usuarios en general, instituciones públicas y privadas. Se seleccionaron dibujos escogidos a través del concurso de dibujo organizado en el Día Interamericano del Agua por estudiantes de diferentes instituciones educativas de primaria y secundaria. A partir de ese año en coordinación con el área de facturación se incorporó señalar las fechas de vencimiento de recibo por 2 meses, fechas de cortes por ciclo como una manera de orientar al usuario en sus pagos.



Testimonios del servicio, con el objetivo de recoger testimonio sobre las opiniones y resultados de la instalación de medidores de agua en el sector El Alto el Molino el equipo de

trabajo conformados por operarios del área de medición y EDUSAN entrevistamos a los usuarios. Actualmente los testimonios de vinculan con el programa del SIGIL, para un mejor control.

Mil compromisos por el agua la EPS implementa un libro numerado para plasmar de forma voluntaria compromisos relacionados con el uso responsable del agua potable, a través de mensajes, reflexiones, etc. Para la actividad se es necesario contar con un banner numerando compromisos y el diseño del stiker "Yo también cuido el agua potable", la meta para el 2014 fue la apertura de la actividad y concentrar la mayor cantidad de compromisos.



Concurso de fotografía, a través de las redes sociales y medios de comunicación masiva se convoca la participación del público en general. La recepción es a través de un correo electrónico institucional y la evaluación a cargo de un equipo de especialistas (periodistas de la región, fotógrafo profesional, empresario publicitario, miembro de la EPS). El tema está relacionado con los ejes de temáticos BUS y VEA. Indicamos que no rindió el resultado esperado se presentaron 04 fotografías teniendo una de ellas una votación de

54 me gusta.

Material comunicacional, otra de las actividades que respaldan las campañas son las impresiones presupuestadas de acuerdo a las líneas de acción propuestas y diseñadas de acuerdo con los ejes temáticos: Valor Económico del Agua (VEA) y Buen Uso de los Servicios (BUS). En relación al impacto, este se ve reflejado en el N° de usuarios informados de acuerdo al N° de impresiones realizadas.

MATERIAL IMPRESO	N° IMPACTOS 2014
Afiche de promoción de concurso de fotografía	Redes sociales
VMA: cuidemos la red de alcantarillado	Redes Sociales
Banner Yo también cuido el agua	Público
Stiker Yo también cuido el agua	1000
Tiempo de estiaje, a cuidar el agua	6000
Informativo 01: aplicación de la normativa de Valores Máximos Admisibles.	3000
Recomendaciones para cuidar el agua y alcantarillado	3000
Calendario anual 2014	4000
Día Mundial del lavado de Manos: ¿cómo y cuándo debo lavarme las manos	5000
Programa de instalación de medidores: tú puedes ayudar, prepárate.	3000
<b>TOTAL APROXIMADO</b>	<b>97.0000</b>



Desarrollo de eventos de EDUSAN en coordinación con Instituciones Educativas, la oficina de EDUSAN ha identificado 6 eventos que involucran el tema del agua como son Día Interamericano del Agua, Día Mundial del Agua, Día del Medio Ambiente, Día Educación Inicial, Día Mundial de la Salud y Día Mundial de Lavado de Manos, para ello se organiza a través

del Plan de EDUSAN y se coordina tanto con un comité Multisectorial, liderado por la Autoridad Local del Agua- ALA -, Hospital San Juan de Dios, Municipalidades de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru, Cruz Roja, Defensa Civil, Municipalidades de Pisco, San Andares y Túpac Amaru Inca para organizar eventos dirigidos a los escolares, entre los que destacan: pasacalles, ferias concursos de dibujo y pintura, concurso de fotografía, los mil compromisos del agua, calendario anual, entre otras actividades.



VMA en la Web de la EPS EMAPISCO. La EPS implementa un link sobre "Implementación del VMA" que contiene información sobre las normas legales, notas informativas, laboratorios acreditados por INDECOPI, formatos de declaración jurada y anexos. En este link se incorporó a la dirección del aplicativo informático. Asimismo se inserta mensajes y

recomendaciones

Campañas de la Gerencia Comercial, cabe indicar que las campañas impulsadas por el área de catastro, facturación, atención al usuario, son apoyados por EDUSAN como la Campaña de Recuperación de Clientes Inactivos, Campaña Regularización de Clandestinos, Promoción de Condonación de Moras e Intereses, Campaña Valores Máximos Admisibles.

Visitas Guiadas a las instalaciones de la EPS, con financiamiento de la Pluspetrol y convocatoria de la UGEL se capacitaron a 400 brigadistas ambientales escolares de diferentes instituciones educativas quienes conocieron parte de las instalaciones de la EPS como la Cámara Repartidora, Reservorios, Laboratorio y Planta de Tratamiento de Aguas Residuales.

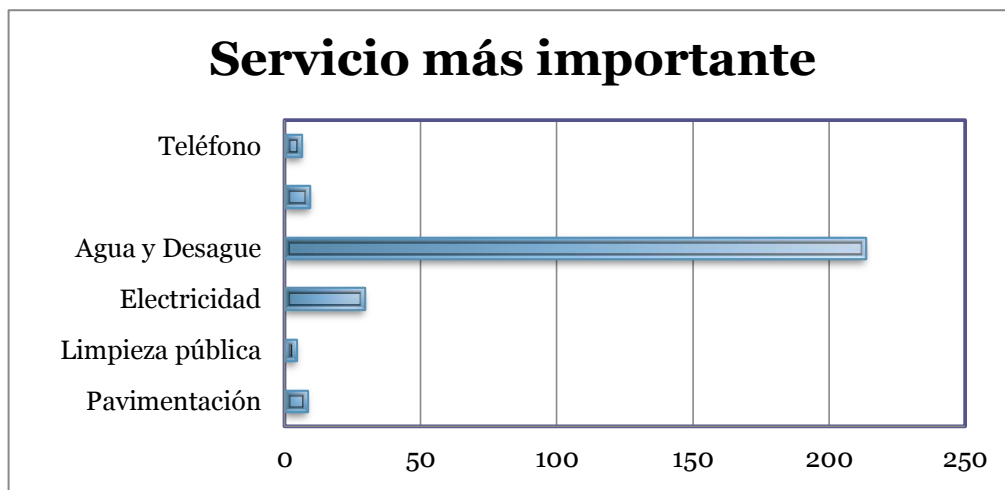


### ***b. RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCION DE LOS USUARIOS SOBRE EDUCACION SANITARIA***

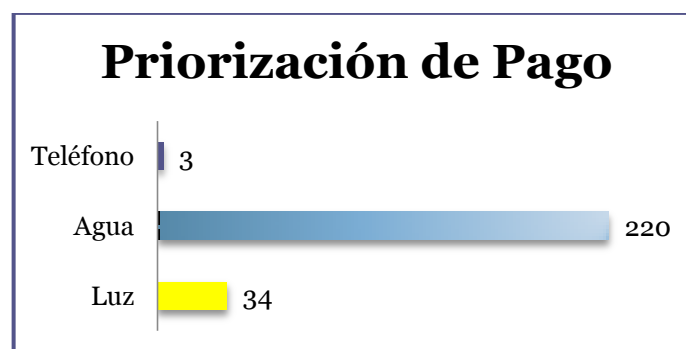
La encuesta se aplicó a un total de 269 habitantes de los sectores de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru Inca, con el objetivo de conocer la percepción de los usuarios sobre el servicio de agua y alcantarillado que brinda la EPS EMAPISCO S.A. en el plan se mostrarán los principales resultados sobre la valoración económica del recurso y los hábitos sanitarios de la población con el fin de diseñar estrategias de educación sanitaria pertinentes para el contexto en el cual la empresa se enmarca, y ante las demandas actuales de la población.

#### **SOBRE LOS SERVICIOS QUE RECIBE EL USUARIO**

Queda claro para los usuarios que el acceso al agua y desagüe es el servicio más importante para su supervivencia. Ello se relaciona con la escasez del recurso en distintos sectores de la ciudad, si analizamos las consecuencias del estiaje presentado durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2014. Otro de los servicios que resalta como el segundo más importante es la electricidad, desplazando a los servicio de seguridad ciudadana y limpieza pública.

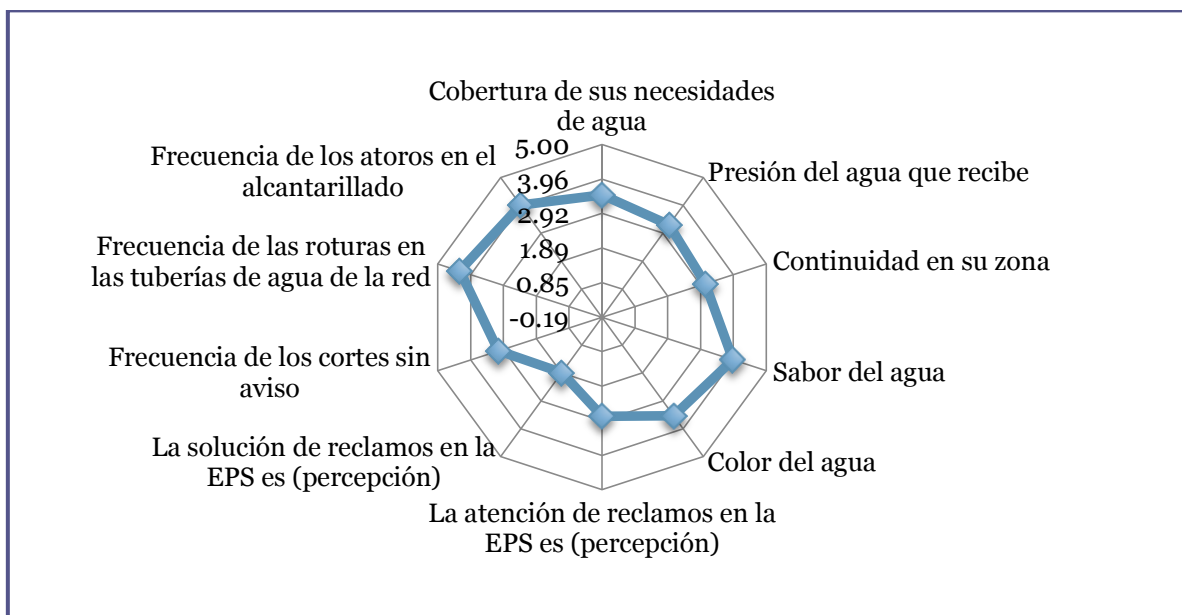


En cuanto a la priorización del pago de los servicios, colocan el primer lugar el pago del agua y alcantarillado, en segundo lugar al pago de la luz eléctrica, y en tercer lugar el pago del servicio telefónico.

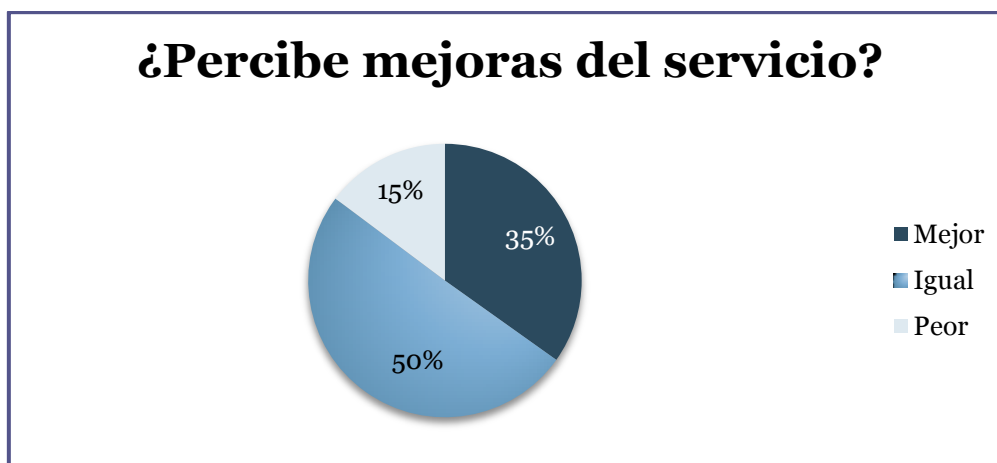


SOBRE LA EMPRESA, AGUA POTABLE Y ALCANTARILLADO

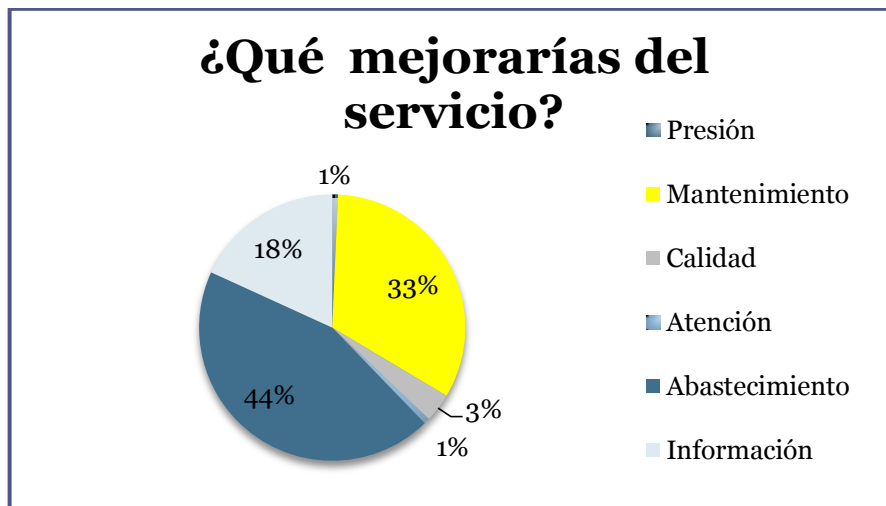
En esta línea, el cuadro siguiente visibiliza la percepción de los usuarios sobre los factores que determinan la eficiencia del servicio en Pisco. Los usuarios no identifican una frecuencia constante de roturas, cortes del servicio sin previo aviso o atoros en el alcantarillado. En relación a la calidad del agua en relación a la continuidad, sabor y color tienen una buena calificación. Por otro lado, la solución de reclamos es el punto con menor calificación, seguido de la atención de los mismos. Es necesario aclarar que este es una percepción de los encuestados, que esperan que sus reclamos sean resueltos en el día y no de acuerdo al procedimiento. Se identifica así la necesidad de evaluar el fortalecimiento del área de reclamos de la EPS.



Por otro lado, se preguntó sobre las posibles mejoras del servicio en los últimos 3 años. El 50% no ha observado mejoras. Entre las razones mencionadas, falta de mantenimiento a las instalaciones, deficiente atención al usuario, la necesidad de elevar la calidad de la presión del agua; frente a un 35% de encuestados que sí percibe mejoras, mencionando mejoras en el incremento de la continuidad del servicio; mientras que un 15% sostiene que el servicio ha empeorado, debido al estiaje en los últimos meses del año donde se tuvo que racionalizar y restringir el servicio por horas bajando la presión por algunas zonas.

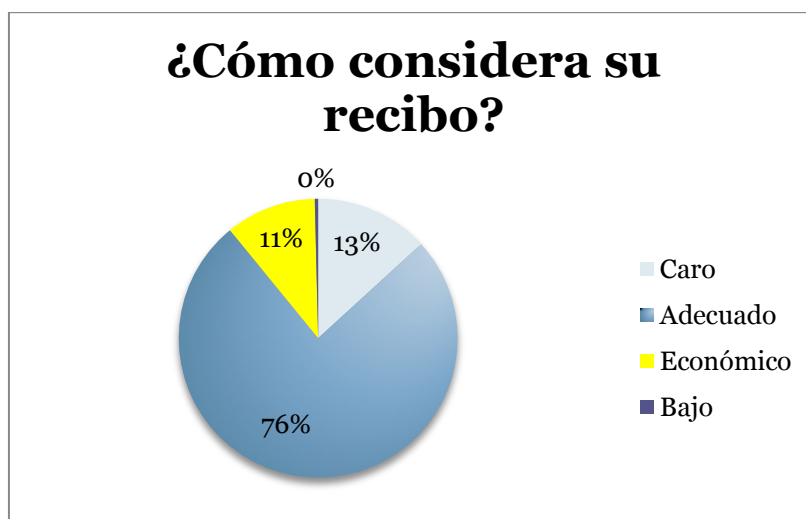


Sobre las principales demandas de los usuarios con relación al servicio, destaca el abastecimiento del servicio (44%), seguida por el mantenimiento (33%), información (18%) y mantenimiento (3%) de la calidad. Ello guarda coherencia con los resultados anteriores sobre la percepción de mejoría, destacando las mejoras en el incremento de la continuidad del servicio. Asimismo, los encuestados solicitan tener continuidad de horas de agua todo el año realizando obras que mejoren el abastecimiento.



#### SOBRE EL VALOR ECONOMICO, SALUD Y EDUCACION SANITARIA

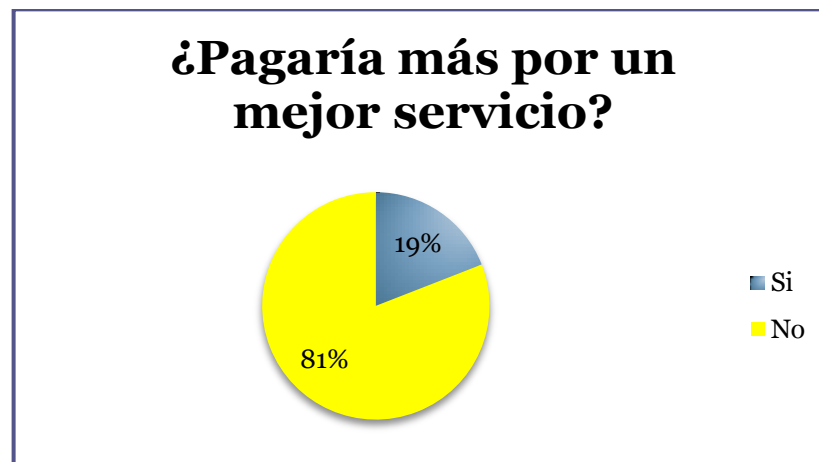
Con relación a la valoración económica del agua, los resultados son alentadores, ya que más de la mitad de encuestados considera que el costo por el servicio de agua y alcantarillado es adecuado (76%), un 11% reconoce que el valor del servicio es mayor al costo del mismo. El 13% de usuarios percibe un costo elevado del agua potable. Éstos se ubican en los distintos sectores del distrito, y con diversas escalas de continuidad del recurso hídrico.



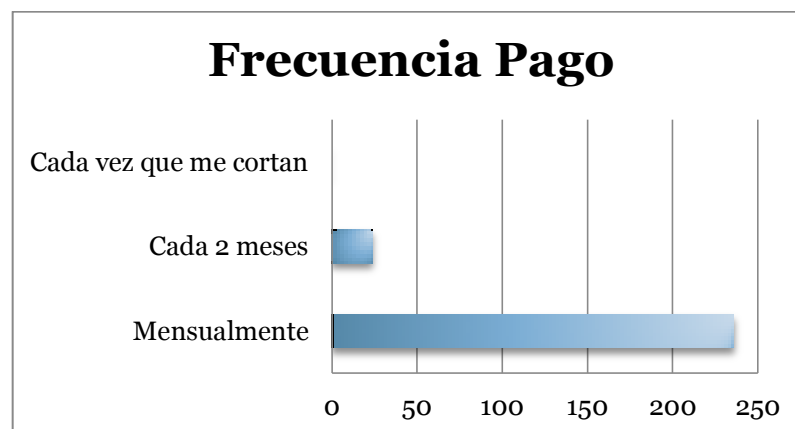
No obstante, si bien casi el 87% de encuestados considera que su recibo de agua es adecuado o económico, un porcentaje similar de usuarios (81%) no estaría de acuerdo en incrementar el costo del



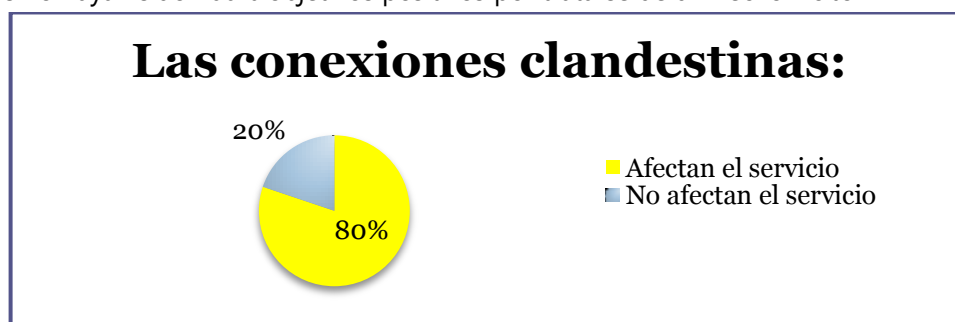
agua con el fin de elevar la calidad del servicio. Por otro lado, un reducido considerable 19% sí estaría de acuerdo con pagar más dinero por un servicio de mejor calidad.



Sobre la frecuencia de pago del servicio, el 91% de encuestados afirma pagar puntualmente el servicio de agua y alcantarillado, un escaso 9% reconoce pagar su recibo con una periodicidad bimestral, mientras que no hay ningún encuestado que pague su recibo después que le cortan. Dichos resultados guardan coherencia con la priorización del pago del servicio de agua y alcantarillado sobre el resto de servicios públicos.

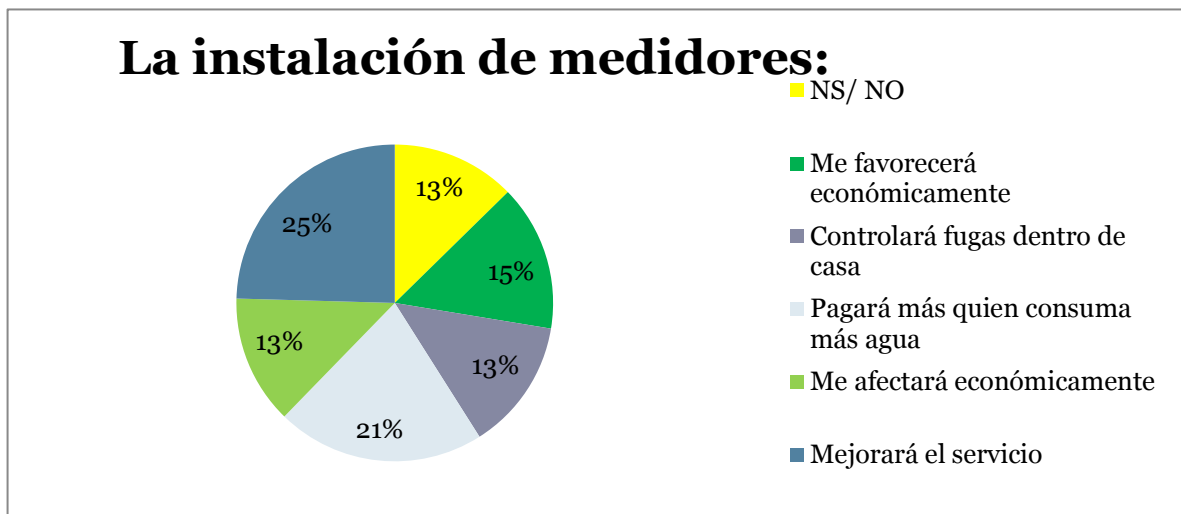


Con relación a la percepción de los usuarios sobre el uso de conexiones clandestinas, casi el total de encuestados (80%) sostiene que éstas afectan el servicio de agua y alcantarillado. 20% de personas de 269 encuestados opinan que las conexiones clandestinas no conllevan consecuencias negativas en el servicio. Si bien estos resultados son positivos a la EPS y al cuidado del recurso hídrico, es posible que los encuestados no hayan sido 100% objetivos positivos por tratarse de un hecho ilícito

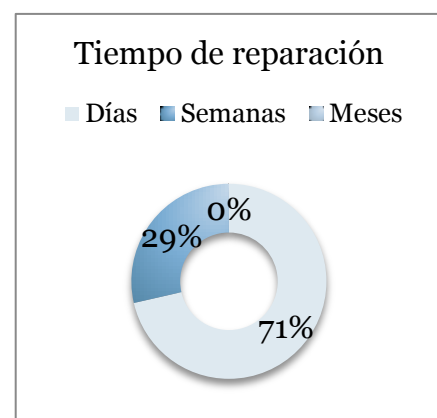
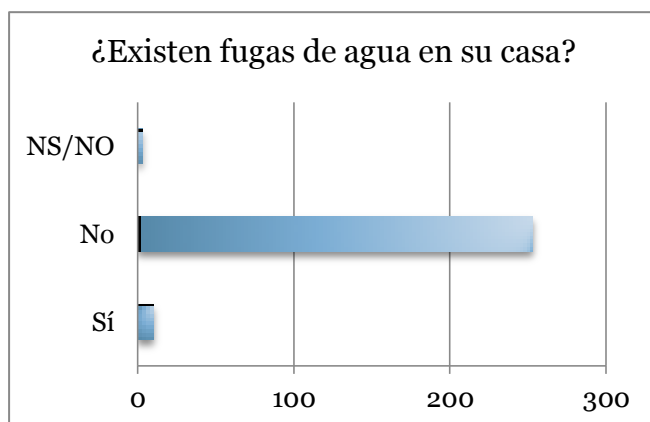


SOBRE LA INSTALCION DE MEDIDORES

Con relación al adecuado uso de los servicios sanitarios, se otorgó una lista de opciones múltiples para identificar el imaginario compartido sobre los efectos de la instalación de medidores en comercios y domicilios. La opción más votada fue "mejorará el servicio", seguida de "pagará más quien consuma más agua". Estas afirmaciones se podrían respaldar en acciones como el caso del sector El Molino-Pisco quienes cuentan con medidores en su zona; y, un importante 15% indica que el medidor favorecerá económicamente. En el lado contrario, un 13% de usuarios indica que los medidores les afectarán económicamente de igual manera el mismo porcentaje de los que no saben no opinan, estaría relacionado con los prejuicios del micro medidor, respecto al aire que miden.



Casi el total de encuestados (95%) niega la existencia de fugas de agua al interior de sus viviendas, mientras que un 4% reconoce tenerlas, y sólo una personas de 269 encuestados sostiene no tener conocimiento de ellas. Los usuarios que mencionan tener fugas, aseguran que tardan menos de una semana en realizar su reparación. Ello muestra resultados positivos con relación a una cultura de ahorro del recurso hídrico. Sin embargo, sería prudente considerar la posibilidad de que algunos usuarios hayan preferido omitir la existencia de fugas dentro de su hogar, por evitar inspecciones por parte de la EPS, o por ser una respuesta que los identifica como ciudadanos poco responsables con el recurso hídrico.



***c. PÚBLICO OBJETIVO PRIMARIO***

Población usuaria del servicio de agua y saneamiento, entre 6 y 60 años de edad, de la zona urbana y urbano marginal. Considerando que el número total de conexiones domiciliarias activas de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru es de 19,144 (diciembre 2014) se estima una población aproximada de 83,343 personas.

***d. PÚBLICO OBJETIVO SECUNDARIO***

- ✓ Instituciones Educativas de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru
- ✓ Sectores de Pisco donde realizarán la instalación de medidores
- ✓ Usuarios Industriales y Comercial
- ✓ Mercados Locales

e. GRUPO DE INTERES

- Autoridad Local del Agua Pisco
- Municipios de Pisco, San Andres y Túpac Amaru Inca
- Hospital San Juan de Dios
- Defensa Civil
- Asociación Payasos Unidos
- Universidades e Institutos Superiores
- Instituciones Educativas



- Medios de Comunicación
- Dirigentes Vecinales
- Mercados Locales
- ANEPSSA
- SUNASS
- Cruz Roja
- GiZ
- Pluspetrol
- Proveedores
- UGEL

## Artículo II. OBJETIVOS

Objetivo General	Indicadores
Sensibilizar a la población sobre el valor económico del agua y el adecuado uso de los servicios sanitarios (agua potable y alcantarillado)	% se ahorró del recurso hídrico; % usuarios a favor de la micro medición; % usuarios informados sobre acciones de Educación Sanitaria; % de reducción de morosidad
Objetivo Especifico	Indicadores
Sensibilización al 30% de estudiantes de instituciones educativas sobre el adecuado uso de los servicios sanitarios y el valor económico del agua potable	% reducción de pérdidas de agua
Sensibilizar al 80% del POS sobre los beneficios de la micro medición	% de medidores instalados
Sensibilizar a la población sobre el valor económico del agua y el adecuado uso de los servicios sanitarios	% incrementación de la facturación
Sensibilizar a los clientes inactivos y clandestinos respecto a la regularización del servicio	% conexiones activas al 90 % % clandestinos regularizados
Sensibilizar a la población sobre adecuado uso de los servicios sanitarios	% reducción de atoros del sistema de alcantarillado Nº UND registrados

## Artículo III. ESTRATEGIA DE INTERVENCIÓN

La estrategia de intervención partirá de dos temáticas transversales a posicionar: el valor económico del agua y el buen uso los servicios de agua potable y alcantarillado. El Plan contará de 06 campañas de sensibilización y 04 actividades de apoyo que complementan las funciones del área.

### *f. EJES TEMÁTICOS*

A partir de los resultados del diagnóstico, se desprende que los mensajes urgentes de posicionar son:

## EJES TEMATICOS



VALOR ECONÓMICO DEL AGUA



BUEN USO DE LOS SERVICIOS

**g. MAPA DE INTERVENCIÓN CON PÚBLICO Y ACTORES INVOLUCRADOS**

Mapa de Intervención – Educación Sanitaria									
Objetivo Específico	Público	Eje Temático	Campaña	Actividad	Medios	Espacios	Actores Involucrados	Indicadores	Fuente de Verificación
Sensibilizar al 30% de estudiantes de instituciones educativas sobre el adecuado uso de los servicios sanitarios y el valor económico del agua	Instituciones Educativas de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru Inca del nivel primaria y secundaria	BUS, VEA	Campaña Escuelas Ambientales	Charlas de sensibilización a estudiantes	Comunitario	Centro Educativo	Institución Educativa	% Reducción de pérdidas de agua	Fotografía de charla Lista de participante
				Visitas guiadas a las instalaciones		Instalaciones de la EPS			Fotografía Lista de visitantes
Sensibilizar al 80% del Público objetivo secundario sobre los beneficios de la micro medición	Población usuaria de los servicios de agua potable y alcantarillado	BUS, VEA	Campaña Micro medición	Diseño de folletos y afiche	Intermedial	Público	EPS	% de medidores instalados	Factura de pago de la imprenta
				Gasfitero del hogar		Domicilios	EPS-Dirigentes Vecinales		Actas firmadas
				Talleres sectorizados		Público			Actas de talleres
				Testimonios de micro medición		Domicilios	EPS – Usuarios focalizados		Videos y grabación de testimonio
				Instalación de gigantografías		Oficina de recaudación y zonales	Municipios, dirigentes vecinales		Fotografía de banderolas instaladas
				Spot radial y televisivo	Masivo	TV y radio	MMCC		Contratación MMCC
Sensibilizar a la población sobre el valor económico del agua y el adecuado uso de los servicios sanitarios	Instituciones Educativas de Pisco, San Andrés y Túpac Amaru Inca	BUS, VEA	Campaña Día Mundial del Agua	Conferencia de prensa	Intermedial	Casa de la Cultura	EPS- Aliados por el Agua	% incrementación de la facturación	Publicación diarios locales
				Concurso de Dibujo	Comunitario	Plaza de Armas			Fotografías de los estudiantes
				Foro: agua y desarrollo	Comunitario	Auditoría ALAS			Fotografías, acta de compromisos
				Pasacalle	Intermedial	Plaza de Armas			Fotografías del pasacalle

Objetivo Específico	Público	Eje Temático	Campaña	Actividad	Medios	Espacios	Actores	Indicadores	Fuente de Verificación
---------------------	---------	--------------	---------	-----------	--------	----------	---------	-------------	------------------------

							Involucrados		
			Campaña Día Interamericano del Agua	Izamiento	Comunitario	Plaza de Armas	EPS – Aliados por el Agua		Fotografía con autoridades
				Concurso de Dibujo y Periódico Mural	Comunitario	Centros Educativos	Instituciones Educativas		Dibujos de los participantes fotografías
				Calendario del Agua	Intermedial	Público	EPS		Factura de pago imprenta, stock de calendarios
				Pasacalle temático			Instituciones Educativas		Fotografías
				1000 compromisos con el agua			Aliados		Acta de los Compromisos, stiker
Sensibilizar a la población sobre el adecuado uso de los servicios sanitarios	Población usuaria de los servicios de agua potable y alcantarillado	BUS	Campaña del uso adecuado del alcantarillado : Tu puedes ayudar	Videos	comunitario	público	EPS – MMCC	% reducción de atoros del sistema de alcantarillado	Reclamos, fotografía
				Folletería			Ferias informa		Factura de imprenta
				Charlas			Dirigentes		Asistencia
				Recibos de agua			EPS		Recibo de pago impreso
				Gigantografía			EPS		Factura de imprenta
				Notas de prensa			MMCC		Reporte email de periodistas
				Perifoneo			EPS		Recibo por honorarios
			Campaña VMA	Talleres informativos sobre el buen uso del alcantarillado	comunitario	Reuniones con UND	UND, mercados, camales, restaurante, fabrica	Nº UND registrados	Asistencia fotografías
				Difusión Spot TV	Masivo	TV. radio			Contratación de MMCC

#### ***h. CAMPAÑAS ESCUELAS AMBIENTALES***

Se trabajará con Instituciones Educativas de Primaria y Secundaria la propuesta abordará el uso de metodologías participativas y dinámicas que presenten, a través de los talleres que convocarán a todas las secciones por grado, diversos temas relacionados al consumo responsable del agua en la escuela y en casa, la formación de hábitos sanitarios, conocer a través de proyección el sistema de abastecimiento de la EPS para Pisco y tratamiento de las aguas servidas

A continuación se detallan las actividades a realizar:

- Sensibilizar a estudiantes de primaria y secundaria sobre la importancia del cuidado, el uso responsable del agua y reducir el desperdicio/consumo del agua potable.
- Visitas guiadas a la galería de filtración, laboratorio de control de calidad y lagunas de oxidación.
- Sensibilizar a los profesores entregándoles a su vez material informativo para que promueva en sus estudiantes los contenidos de Educación Sanitaria como parte de la currícula del curso Ciencia Tecnología y Ambiente (CTA) y/o Tutoría.
- Identificación de conexiones e infraestructura por reparar.
- Se trabajará en coordinación con la Ugel Pisco y el área de comercial para lograr que I.E. reduzcan su consumo de agua potable.

#### ***i. CAMPAÑA DE MICROMEDICIÓN***

Esta campaña está dirigida hacia los usuarios que tienen un escaso conocimiento de los beneficios que se obtiene con la micro medición. Nuestra finalidad es promover una actitud positiva sobre los sistemas de medición y la instalación del medidor; ya que a través de este sistema se podrá controlar el consumo de agua e identificar fugas intradomiciliarias. A continuación se detallan las actividades de la campaña:

- Diseño de folleto informativo y afiche: éstos deben visibilizar con ilustraciones y escaso texto escrito los beneficios de la micro medición, de acuerdo a la línea gráfica de la EPS. Asimismo, deberán incluir el teléfono de contacto del área de la oficina de Atención al Usuario.
- Gasfitero del Hogar: se conforma un equipo responsable de revisar el estado de las instalaciones internas las conexiones y participación en talleres, se coordinará con la Gerencia General para que vía acto resolutivo, designe a la persona encargada de liderar el equipo de gasfitería.
- Talleres sectorizados: En coordinación con la Gerencia Comercial se identificarán los sectores donde se instalan los medidores y a partir de ahí se organizaran talleres a fin de difundir temas comerciales (facturación con medidores, costo por M3), valor económico del agua, uso racional del servicio, tips prácticos de ahorro de agua, detección de fugas.
- Testimonio de Micro medición: se contara con el archivo de 05 testimonios tomados de los sectores donde actualmente se cuenta con medición.
- Instalación de Gigantografías: se colocara en los sectores identificados y lugares estratégicos como a lo largo de la calle en bodegas y/o bazares, paraderos, oficinas de recaudación y zonales un mes antes de la instalación.



- Spot radial y televisión: contratación de medios de comunicación para la difusión de spot publicitarios para conocer los beneficios del medidor.

#### ***j. CAMPAÑA DIA MUNDIAL DEL AGUA***

- Organización de Actividades: Con participación de los Aliados por el Agua como conferencia de prensa, concurso de dibujo, Foro “Agua y Desarrollo Sostenible”, izamiento del pabellón nacional y pasacalle contando con la invitación de las instituciones educativas. Esta campaña es compartida con diferentes instituciones como ALA Pisco, Junta de Usuarios de Pisco, Hospital San Juan de Dios, Municipalidad Provincial de Pisco, Universidad Alas Peruanas, Universidad Telesup, Dirección Regional de la Producción.

#### ***k. CAMPAÑA DIA INTERAMERICANO DEL AGUA***

- Concurso de Dibujo: a través de las redes sociales, medios de comunicación masiva se hará público la campaña, se invitará a las Instituciones Educativas a la participación que se realizará de forma interna escuela por escuela, donde cada estudiantes presentará un dibujo el cual será seleccionado por sus profesores para entrar al concurso de dibujo y ser presentados a la EPS. Los dibujos ganadores serán pintados en un telar y se presentaran en un pasacalle.
- Concurso de Periódicos Murales: se presenta un periódico por I.E. el cual será exhibido en la Plaza de Armas de la ciudad.
- Pasacalle temático: se expondrá telares pintados por dibujantes ganadores del concurso de dibujo, se entregara material como globos, pancartas a las I.E. participantes. El pasacalle se denominar “Conoce el agua que consumes”. Se contará con el apoyo de los aliados estratégicos.
- Calendario del Agua: Actividad institucionalizada por la EPS. Se estima un tiraje de 2 millares, distribuidos entre los trabajadores, usuarios en general, instituciones públicas y privadas. Se seleccionarán las fotos o dibujos que serán utilizadas en el diseño del almanaque institucional del año 2016
- 1000 compromisos con el Agua: se cuenta en la actualidad con un libro numerado que tiene como función plasmar compromisos relacionados con el agua, mensajes o reflexiones, una gigantografía con 30 compromisos y stiker denominado “Yo también cuido el agua potable”. La actividad se desarrollará en cada evento donde participe la EPS y está dirigido al público en general.

#### ***l. CAMPAÑA DE USO ADECUADO DEL ALCANTARILLADO “TU PUEDES AYUDAR”***

- Videos: Grabación, diseño y difusión de videos relacionados con robo de tapas de buzón, atoros, aniegos, viviendas y/o locales perjudicados. Las grabaciones están supeditadas a los reclamos de los usuarios, llamadas telefónicas.
- Diseño y distribución de folletos: tomando como referencia el archivo fotográfico se diseñará el material para ser colocados en puntos estratégicos.
- Charlas: coordinación con dirigentes y/o líderes de la zona para realización de charlas informativas con el apoyo de un personal con conocimiento de gasfitería.
- Recibos de agua: a través de documento presentado a la oficina de facturación se inserta un mensaje por mes en los recibos de agua.
- Gigantografías: se colocará en los sectores identificados y lugares estratégicos como a lo largo de la calle en bodegas y/o bazares, paraderos, oficina de recaudación y zonales.
- Notas de prensa: en coordinación con la oficina de imagen institucional se emitirá a los medios de comunicación notas de prensa por mes.

- Folleteria: se diseñara un folleto de 6 páginas donde indica el cuidado, manejo y conservación de los servicios sanitarios en domicilio y servicios de saneamiento de las calles.
- Perifoneo: se entregará el mensaje al encargo del perifoneo por las calles de la ciudad.

*m. CAMPAÑA VMA*

- Talleres informativos: La actividad está dirigida a los nuevos Usuarios No Domésticos (UND), como a los UND registrados, en coordinación y avance del encargado del VMA se informara sobre la normativa y consecuencias, asimismo dar sostenibilidad al proceso a través de orientaciones para que los UND presenten la actualización de la Declaración Jurada entre otros. Se ha diseñado material informativo.
- Difusión Spot TV.: A partir de los videos que fueron producidos y financiados con AKUT se diseña un plan de medios para su difusión.

*n. ACTIVIDADES DE APOYO*

- Día Mundial del Medio Ambiente: A celebrarse el 05 de junio en coordinaciones con diferentes instituciones se desarrolla actividades como ferias informativas, pasacalles entre otras actividades
- Día Mundial del Lavado de Manos: en ocasión a este día conmemorado todos los 15 de octubre, el área de Educación Sanitaria apoyara a la Dirección Regional de Salud y Municipalidad Provincial de Pisco con la difusión de las actividades, folletos, mensajes en los recibos de agua. A su vez, hará uso de un módulo de exposición, en el cual se entregará material de sensibilización sobre las campaña, se realizara procedimiento del lavado de manos con agua y jabón. Sin embargo, la EPS no asumirá un rol protagónico en la organización o desarrollo del evento. Dicho evento es presentado con la celebración por el Día Mundial de la Alimentación.
- Elaboración y distribución de merchandising: se diseñan diferentes accesorios como llaveros, lapiceros, folder en el marco de las actividades programadas. Los folder son entregados a los clientes nuevos a través del área de atención al usuario.
- Promover visitas guiadas: a las Galerías de Filtración “Alberto Toguchi Arakawa”, reservorios, Cámara repartidora, laboratorio, Plantas de Tratamiento de Aguas servidas “Boca de Río”, canalizar las visitas y en ocasiones guiar a las diferentes delegaciones (Universidad, Institutos, Instituciones Educativas, otros) interesados en visitar nuestras instalaciones.







p. PRESUPUESTO

SERVICIO – MATERIALES – ACTIVIDAD 2015	BIENES	SERVICIOS	TOTAL
<b>ACTIVIDADES</b>			
<b>CAMPAÑA ESCUELAS SALUDABLES</b>			
Materiales: caños, trompo, pegamento, cinta teflón, otros	800.00		800.00
Movilidad para visitas ( 04 visitas al año financiados por la EPS)		800.00 * 4	3200.00
Refrigerio para visitas (04 visitas * 30 personas)		5*30*4	600.00
Impresión de certificados		30*4	120.00
<b>CAMPAÑA MICROMEDICIÓN</b>			
Folletería (05 millares "El medidor y sus beneficios")		300*5	1500.00
Gasfitero del hogar: wincha, llave stilson, cinta teflón, trompitos, llave inglesa, pegamento, caja para herramientas	250.00		250.00
Impresión de afiche (01 millar)		350.00	350.00
Impresión de merchandising: llaveros o lapiceros		500.00	500.00
Polos (50 polos de algodón)		20*50	1000.00
Bamderola de tela		120.00	120.00
Gigantografías (04 color, de 1.50 x 1 metro)		200*4	800.00
Contratación de medios de comunicación para la difusión (800 x mes)		800 * 3	2400.00
<b>CAMPAÑA DÍA MUNDIAL DEL AGUA</b>			
Impresión de llaveros %		130.00	130.00
Impresión de globos/paliglobos %		160.00	160.00
Contratación de payaso		170.00	170.00
Materiales para los concursos: cartulina, lápices, colores, borradores		200.00	200.00
Chalecos 24 unidades		24*35	840.00
<b>CAMPAÑA DÍA INTERAMERICANO DEL AGUA</b>			
Materiales para los concursos: cartulina, lápices, colores, borradores		200.00	200.00
Impresión de globos/paliglobos %		160.00	160.00
Alquiler de sillas (50)		50*1.50	75.00
Alquiler de taburetes (10)		10*5	50.00
Premios 1er y 2do puesto de 02 concursos		4*50	200.00
Materiales para pasacalle: telares, pintura, pinceles		500.00	500.00
<b>CAMPAÑA TÚ PUEDES AYUDAR A CUIDAR EL ALCANTARILLADO</b>			
Grabación para perifoneo y radio (studio)		700.00	700.00
Impresión de gigantografía		120.00	120.00
Grabación para televisión		800.00	800.00
Impresión de folletería 3 millares		1700.00	1700.00
<b>CAMPAÑA VMA</b>			
Refrigerio		150.00	150.00
Contratación de medios de comunicación (3 meses)		800.00*3	2400.00
DVD en blanco		25.00	25.00
<b>ACTIVIDADES DE APOYO</b>			
Día Mundial del Medio Ambiente		30.00	30.00
Día Mundial del Lavado de manos		150.00	150.00
Visitas Guiadas		200.00	200.00
<b>TOTAL</b>			<b>20.600.00</b>