

Estrategia de comunicación y relacionamiento para la Dirección de Aguas de EPM

Trabajo de grado para optar al título de Comunicadora y Periodista

Natalia Isabel Franco Muñoz

Asesor

Diego León Salazar Vargas

Comunicador y relacionista corporativo

Corporación Universitaria Lasallista

Facultad de Ciencias Sociales y Educación

Comunicación y Periodismo

Caldas- Antioquia

2013

Tabla de Contenido

Resumen.....	5
Abstract	6
Objetivos	8
Objetivo general	8
Objetivos específicos	8
Justificaciones	9
Impacto científico y tecnológico	9
Impacto social y económico	10
Fundamentación	11
Estrategia	11
La Planeación Estratégica.....	12
La Comunicación.....	13
La Comunicación en la Organización	14
La Comunicación Interna	15
La Comunicación Externa.....	16
La Estrategia de Comunicación	16
La Comunicación y la Plataforma de Medios	18
La Intranet	18
Boletín Interno	18
Política de Comunicaciones de EPM.....	19
Correo Unificado en EPM.....	19
Boletín Telefónico Metropolitano	20
Telerevista.....	20
Los Eventos.....	21
Metodología	22
Resultados	24
Boletín Telefónico.....	25
Correo Unificado de la Dirección de Aguas.....	25
Telerevista.....	26
Despliegue estratégico del Grupo EPM a funcionarios de la Dirección de Aguas.....	26
Día del Agua.	27
Desayuno de reconocimiento a los funcionarios especialistas en Sistemas Hídricos Urbanos de la Universidad de los Andes	27
Segundo Encuentro Ambiental y Social Aguas.....	27
Análisis de Resultados.....	29
Conclusiones.....	31

Recomendaciones.....	33
Referencias.....	34
Apéndices.....	36

Lista de Apéndices

Apéndice A. Plan de divulgación del Aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto.....	36
Apéndice B. Publicación intranet Bitácora	37
Apéndice C. Publicación Correo unificado Dirección de Aguas	38
Apéndice D. Publicación Correo unificado de la Dirección Servicios Institucionales.	39
Apéndice E. Publicación Boletín Estamos Ahí.....	40
Apéndice F. Publicaciones en redes sociales.....	41
Apéndice G. Boletín Telefónico	42
Apéndice H. Correo unificado Dirección de Aguas	45
Apéndice I. Despliegues estratégicos del Grupo EPM a funcionarios de la Dirección de Aguas.	46
Apéndice J. Publicaciones Día del Agua.....	47
Apéndice K. Desayuno de reconocimiento a los funcionarios especialistas en Sistemas Hídricos Urbanos de la Universidad de los Andes	48
Apéndice L. Segundo Encuentro Ambiental y Social Aguas	49
Apéndice M. Diagnóstico Micrositio de la Dirección Aguas y plan de mejoramiento	
Apéndice N. Lineamientos Correo unificado Dirección Aguas EPM	
Apéndice O. Reporte del plan de divulgación de aplicativo de interrupciones programadas	
Apéndice P. Boletín telefónico 24 y 25 de mayo	
Apéndice Q. Nota Telerevista: Nuevo Carrotanque de EPM	
Apéndice R. Nota Telerevista: 38 años de servicio Juan Alberto Montoya	

Resumen

Una estrategia de comunicación y relacionamiento permite ejecutar acciones a partir del análisis de las necesidades de la organización a través de sus grupos de interés, apoyándose de distintas herramientas de comunicación para cumplir con los objetivos y planes que pretenden informar adecuadamente a los diferentes públicos. Por lo tanto este trabajo es una aproximación a la implementación de una estrategia de comunicación y relacionamiento para la Dirección de Aguas de EPM, donde se pretende fortalecer las relaciones con los grupos de interés a partir de la buena gestión de la comunicación.

Palabras claves: comunicación, periodismo, estrategia, medios de comunicación, eventos.

Abstract

A communication and relationship strategy can perform actions based on the analysis about the needs of any organization through its stakeholders, and also based on different communication tools to meet the goals that aim to properly inform to different audiences. Therefore, this paper is an approach to the implementation of a communication and relationship strategy to the EPM Water Business, which aims to strengthen relationships with the stakeholders throughout a good communication management.

Keywords: communication, journalism, strategy, media, events.

En la actualidad, las organizaciones deben relacionarse efectivamente con sus grupos de interés para generar en las mismas confianza, seguridad, cercanía y así mismo mantener en el tiempo una buena reputación que le permita ser un referente destacado en el mercado. Es el caso de EPM, una organización que desde sus inicios en el año 1955 tuvo como meta ser una empresa reconocida por la calidad de la prestación de los servicios públicos en Antioquia, y hoy 58 años después, es una organización reconocida no solo a nivel nacional sino que a través de sus filiales en el exterior está construyendo historia.

La práctica empresarial se inició el 21 de enero y culminó el 21 de julio de 2013 en la Unidad de Comunicaciones de EPM, la cual estuvo enfocada a apoyar la gestión de la comunicación de la Dirección de Aguas, con especial énfasis en el soporte a los medios digitales.

Justamente esta práctica empresarial pretendió aportar a las estrategias de comunicación de cara a esos grupos de interés, con los cuales es fundamental mantener una relación y allí la comunicación juega un papel preponderante.

Objetivos

Objetivo general

Contribuir al desarrollo de la estrategia de comunicación y relacionamiento de la Dirección de Aguas de EPM con sus diferentes grupos de interés.

Objetivos específicos

- Diagnosticar y diseñar el plan de mejoramiento de los contenidos de la Dirección de Aguas en la intranet de EPM: Bitácora
- Desarrollar contenidos para los medios externos e internos, asociados a la divulgación del Aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto.
- Elaborar contenidos asociados a la Dirección de Aguas para los diferentes medios institucionales de EPM.
- Apoyar los eventos que con diferentes grupos de interés tiene previsto realizar la Dirección de Aguas.

Justificaciones

Impacto científico y tecnológico

La comunicación es un proceso social amplio que impacta de diversas maneras a los grupos de interés de una organización, es tarea del comunicador y de las actividades que lleva a cabo, ayudar al mejoramiento de los flujos de información que permitan comunicar de una manera adecuada y oportuna.

El proceso de gestión de la comunicación como es denominado en EPM, es la principal herramienta para desarrollar los objetivos que están planteados dentro del plan de trabajo, teniendo como base fundamental mi formación académica en áreas como la comunicación organizacional, el periodismo, las relaciones públicas, la comunicación digital, el protocolo, e incluso desde la comunicación audiovisual; todas estas bases serán fundamentales a la hora de hacer realidad los objetivos propuestos en la práctica empresarial.

Buscando el desarrollo integral como profesional en comunicaciones, es clave la contribución también con los conocimientos para la gestión organizacional en temas como protocolo y relaciones públicas; generando así sinergias de conocimiento para alcanzar el diseño de acciones de comunicación más efectivas para la organización y al mismo tiempo en mi crecimiento como profesional.

Impacto social y económico

Con este proyecto, se buscó a través de la comunicación fortalecer el relacionamiento de la Dirección de Aguas de EPM con sus diferentes grupos de interés, y son los diferentes medios y herramientas de comunicación para que funcionarios, clientes y usuarios estén informados de manera rápida y oportuna en temas tan sensibles como las interrupciones programadas del servicio de acueducto o de otras situaciones que de acuerdo con las circunstancias, los puedan impactar ya sea de manera positiva o incluso negativa. Es justamente a través de la estrategia de comunicación que se puede realizar un trabajo a favor de la buena reputación organizacional.

A través de la contribución a la estrategia de comunicación y relacionamiento de la Dirección de Aguas, se da cumplimiento a un mandato institucional que está expresado a través de los objetivos estratégicos de la compañía, que justamente se plantean, como fortalecer las relaciones y la comunicación efectiva con los grupos de interés tanto internos como externos. Visto desde esta perspectiva, una contribución que se hace en desarrollo de la práctica, es materializar esa declaratoria empresarial.

Fundamentación

La Unidad de Comunicaciones de EPM es una dependencia staff de la Gerencia General, en este sentido participa en las decisiones estratégicas de la empresa, prestan asesoría en la gestión integral de la comunicación interna y externa, de acuerdo con las necesidades de las diferentes dependencias y negocios de la organización; entienden la comunicación como un sistema en donde todos los elementos no son realidades independientes sino que están en relación directa con todo el grupo empresarial. Centran la atención en escenarios organizacionales para darle un tratamiento mucho más humano que agregue valor a la gestión empresarial, contribuyendo a la comunicación efectiva y al mismo tiempo a facilitar el entendimiento con los grupos de interés internos y externos. (Bitácora, Unidad de Comunicaciones)

Siendo coherentes con lo anterior y teniendo en cuenta el objetivo general del trabajo, el cual apunta al desarrollo de la estrategia de comunicación y relacionamiento para la Dirección de Aguas, es importante definir en primera instancia el concepto de estrategia.

Estrategia

Una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas u objetivos y políticas de una organización y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar (Quinn). En EPM, desde los diferentes planes estratégicos de sus dependencias y negocios, siempre tienen en cuenta llevar a cabo estrategias que estén ligadas a las políticas institucionales y cumplir del mismo modo con los objetivos organizacionales que son pensados y estructurados para beneficiar a la empresa y sus diferentes grupos de interés.

Planear de forma estratégica es una labor compleja a la hora de estructurar y ejecutar planes, sin embargo cuando esto se realiza, se tiene un orden para llevar a cabo diferentes acciones que ayuden a la gestión de los procesos que son realizados en las empresas.

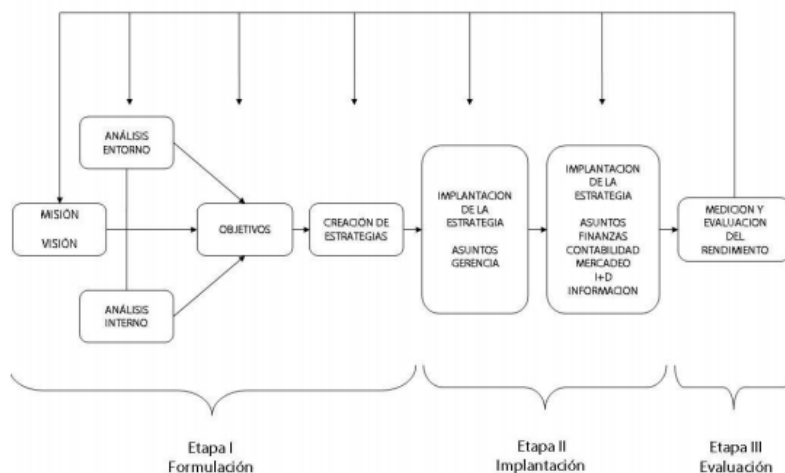
La Planeación Estratégica

Es un proceso continuo y a largo plazo, en donde se ven involucrados todos los grupos de interés de una organización, en estas planeaciones, se establecen las formas de actuación, actividades con sus respectivos responsables, indicadores de seguimiento a los procesos y administración de los recursos humanos y técnicos. También es importante analizar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno donde se llevará a cabo la planeación de las diferentes estrategias.

La planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño. Al mismo tiempo ayuda a adquirir un concepto más claro de la organización, formulando planes y actividades que hagan realidad las metas, inclusive permite prepararse ante los rápidos cambios de ambiente que se presentan en las organizaciones. (Cuero, Espinosa, Guevara, Montoya, Orozco & Ortiz, 2007).

A continuación se muestra el gráfico que explica el proceso de la planeación estratégica:

Esquema del proceso de planificación estratégica



No se entienda en otro contexto diferente la planeación estratégica al propio énfasis desde la perspectiva comunicacional de las organizaciones. En este sentido vale la pena hacer recorrido por estos conceptos.

La Comunicación

Es el insumo principal de la gestión, en el marco de este ejercicio académico. Es pues el proceso social más importante donde se intercambian ideas, se socializan experiencias, se unifican conceptos, y las personas llegan acuerdos que solo son logrados con una buena gestión de la comunicación.

La comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, el progreso, los cambios y el comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. Es el intercambio de pensamientos, información, hechos, ideas, opiniones o emociones entre dos o más personas para lograr confianza. (Miller, 1968)

La Comunicación en la Organización

Joan Costa (1999) destaca 10 “axiomas” para explicar el papel de la comunicación caracterizándola como una actividad principal y necesaria al interior de cualquier organización.

1. Lo más importante de la comunicación es el receptor, ya que este es quién determina la forma, el contenido, el lenguaje, las imágenes, los repertorios, los códigos, los valores y los medios.

2. La comunicación cuesta. Entre los cuales se encuentran: costo de acceso a la información (dificultad o facilidad) que presenta al destinatario; costo temporal (duración de la comunicación), costo energético (esfuerzo físico, si lo hay), el costo atencional (dificultad de percepción), costo intelectual (dificultad de comprensión) y el costo de riesgo (frustración).

3. La comunicación como un proceso dinámico que contiene los principios de retroacción. La sustancia del proceso de comunicación, es el retorno de la información, conocido como feedback.

4. La comunicación es dialéctica, el receptor no es pasivo y el emisor también es receptor.

5. Hay una comunicación interpersonal que es un paradigma y una comunicación de difusión que es unilateral. A su vez existe una comunicación próxima y lejana, cálida y carismática, fría y funcional, semántica y estética.

6. Hay dos modos por los cuales se manifiesta la comunicación: por medio de mensajes y de actos.

7. La comunicación atraviesa todos los procesos de la organización.

8. La comunicación abarca dos magnitudes: física y psicológica. La primera son los canales y los medios y la segunda los mensajes y los actos.

9. Los mensajes han de ser correctamente establecidos por la empresa y comprendidos por su destinatario.

10. La comunicación no es sólo un proceso de influencias, sino también un poder persuasivo e informativo.

La comunicación en la empresa es indispensable y por lo tanto requiere de personas comprometidas que realicen una buena gestión que permita proyectar los objetivos organizacionales. Los colaboradores deben emitir mensajes cercanos que propicien el diálogo y que informen de manera adecuada los mensajes. La comunicación organizacional siempre debe dar cumplimiento a las estrategias de comunicación que son planteadas en los distintos programas para mejorar las relaciones con los grupos de interés.

La Comunicación Interna

Hacemos alusión a esta comunicación cuando está direccionada hacia los públicos internos o los grupos de interés internos de la compañía.

Kreps (1990) define la comunicación interna como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. Ha de ser fluida, implicante, motivante, estimulante y eficaz en sí misma. Debe obedecer a una cultura y a una identidad. Y estar orientada a la calidad en función del cliente (Costa, 1998)

La Comunicación Externa

Cuando enfocamos la comunicación a los públicos o grupos de interés externos a la empresa es cuando el apellido de la comunicación asume esta característica.

Las organizaciones deben ser muy cuidadosas a la hora de comunicar a sus públicos externos ya que involucra variantes definitivas como la reputación organizacional y la imagen de la empresa.

EPM por ser una organización de naturaleza pública, debe informar a la comunidad de las acciones que realiza para cumplir con las metas y objetivos que se trazan y que los involucran de manera directa. Es justamente en este punto donde la comunicación externa juega un papel trascendental a la hora de comunicar y relacionarse con esos grupos de interés, puesto que las informaciones que se emiten deben ser claras, transparentes y oportunas.

Al respecto, Gary Kreps indica que: La comunicación externa se utiliza para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización. La información enviada por medio de canales externos puede utilizarse para influir sobre las actividades de los individuos y de los grupos e el entorno relevante “la comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre las organizaciones y sus entornos relevantes. (Kreps, 1995).

La Estrategia de Comunicación

Una estrategia de comunicación agrupa varias concepciones de tipo estratégico que mejoran las relaciones internas y externas que tiene la organización con sus funcionarios, clientes y usuarios, por tal motivo es muy importante tener discursos claros que creen una homogeneidad

dentro de la empresa, donde las metas sean un proceso compartido, en el cual todos reflejen sus propósitos laborales y personales.

Una estrategia de comunicación, fomenta cuantitativa como cualitativamente, intercambios de información, con el objetivo de que la comunidad conozca que es lo que sucede en su entorno, pero también este proceso debe servir para estimular una actitud positiva sobre las condiciones socioculturales en que se encuentra la organización (Arellano ,2013).

Para los autores de la tesis *Planeación Estratégica* de la Universidad Nacional de Colombia, la planeación es la etapa que forma parte del proceso administrativo mediante la cual se establecen directrices, se definen estrategias y se seleccionan alternativas y cursos de acción, en función de objetivos y metas generales económicas, sociales y políticas; tomando en consideración la disponibilidad de recursos reales y potenciales que permitan establecer un marco de referencia necesario para concretar programas y acciones específicas en tiempo y espacio. (Cuero et. al., 2007).

Para el adecuado desarrollo de las estrategias y todo lo que involucra llevarlas a cabo, se debe seguir un plan, que nos permitirá tener un orden de las actividades que se van a desarrollar. El plan debe ser viable y pensado de acuerdo a la organización y su razón de ser, siempre debe apuntar a los objetivos que se han planteado y finalmente debe dar respuesta a las necesidades de la empresa.

La Comunicación y la Plataforma de Medios

La comunicación en las organizaciones, se da a través de diferentes medios, ya sean internos o externos. En este marco referencial es necesario conceptualizar algunos medios para comprender mejor la dinámica de los mismos.

La Intranet

Es un sistema privado de información que es utilizado en las organizaciones para realizar múltiples actividades como: informar a los colaboradores a través de noticias y artículos de interés, consultas de bases de datos, acceso a archivos compartidos, invitación a eventos, rendiciones de cuentas, entre muchas más actividades que son realizadas de acuerdo a las necesidades de la misma organización.

Para Gustavo Gretter, la intranet es un sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la compañía. La información que en ella reside tiene como objetivo asistir a los trabajadores en la generación de valor para la empresa. Las organizaciones insumen gran cantidad de información para dar soporte a su operativa diaria, ya sea generada internamente como proveniente de fuentes externas. Se encuentra información, como memorandos, reportes, información de productos, análisis de mercados, contratos, artículos de interés, minutas de reunión, información interna, manuales y procedimientos. (Gretter).

Boletín Interno

El boletín interno es una herramienta de uso cotidiano en las organizaciones. Se trata de la comunicación escrita más recurrente en los procesos de comunicación organizacional escrita,

tanto en el sector público como en el privado, y aunque su formato, soporte y presentación varían como muestra de creatividad, sus contenidos y su finalidad, sin importar la organización, son similares. En él se encuentra la voz de la organización hacia sus públicos internos, y en muchos casos, hay espacio para las voces de los empleados, intentado, de alguna manera, un diálogo institucional. El responsable de ese encuentro es el comunicador empresarial, que en la mayoría de los casos es el encargado de tomar la decisión sobre los contenidos, el estilo de redacción y la distribución del boletín (Gallego. Osorio. Sánchez, 2009).

Política de Comunicaciones de EPM

“La comunicación en Empresas Públicas de Medellín tiene como marco de actuación el respeto, la transparencia, la oportunidad, la pertinencia, la veracidad y el diálogo y está orientada a garantizar su reputación y a mantener una adecuada relación con los grupos de interés, para contribuir a la sostenibilidad y al desarrollo de la estrategia del Grupo EPM.” Teniendo la anterior premisa, la práctica empresarial siempre estuvo orientada a esta política de comunicaciones, permitiendo una forma de actuación coherente y orientada siempre a las necesidades de la Dirección de Aguas a nivel comunicativo y relacional.

Correo Unificado en EPM

El correo unificado es un medio de carácter informativo, que pretende en primer lugar disminuir el exceso de envío de información a través del correo electrónico por parte de una Dirección a los funcionarios de EPM.

El correo unificado es un medio administrado por la Unidad de Comunicaciones y su diseño está a cargo de la Subdirección Identidad Empresarial dependencia responsable de velar por la buena aplicación de la marca EPM.

Boletín Telefónico Metropolitano

Es un medio de comunicación interno de EPM, el cual es realizado por la Unidad de Comunicaciones y que apunta básicamente a informar a operadores de tanques y bombeos que no cuentan con un computador para estar informados de las noticias que se generan en la organización. Todos los viernes y sábados, la firma contratista EMTELCO S.A se encarga de llamar a los funcionarios para leer el boletín. Es un excelente medio de comunicación que reduce las barreras tecnológicas y aumenta la calidad de la información.

Telerevista

Es un medio digital cuyo público objetivo es la Gente EPM que tiene acceso a un computador. En este espacio se narran historias audiovisuales de interés para todos los funcionarios; las temáticas de este medio son por lo general reconocimientos, nuevas adquisiciones, hobbies de funcionarios y sus familiares, equipos de trabajo, avances de obras de todo el Grupo empresarial entre otros. Su periodicidad son 45 días calendario.

Los Eventos

Son espacios creados por entidades, consultores, empresas y profesionales, con el objetivo de brindar información superior a un determinado grupo de personas o instituciones. Se utiliza para satisfacer necesidades requeridas que cumplan con los requisitos solicitados por el cliente.

Según la Doctora María Asunción Galmés Cerezo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga en España: “En los últimos años la importancia de la organización de eventos dentro de las estrategias de comunicación de las empresas ha aumentado notablemente. La pérdida de eficacia de otras herramientas tradicionales ha hecho que las empresas estén buscando nuevos caminos para transmitir mensajes apropiados a sus públicos. En este contexto, los eventos han demostrado ser una útil herramienta de comunicación, que ha permitido que el sector haya experimentado un importante crecimiento. (Galmés, 2011).

Metodología

Para dar cuenta del cómo se materializó cada objetivo específico de este ejercicio académico de la práctica empresarial, a continuación se señala el abordaje metodológico.

Para el cumplimiento del primer objetivo enfocado al diagnóstico y plan de mejoramiento, se procedió inicialmente a observar el micrositio de la Dirección de Aguas en la intranet Bitácora, a partir de unas categorías previamente establecidas para su respectivo análisis. Se revisó la actualidad informativa, el diseño del sitio, rutas de navegación, los contenidos y la distribución de la información; posteriormente se procedió a indagar a algunas personas, ajenas a la Dirección de Aguas, para que observaran y comentaran cómo veían el sitio. Posteriormente se complementó la matriz a partir de los comentarios de las personas. Luego se elaboró un cruce de la información y a partir de allí se identificaron acciones de mejoramiento para que sean implementadas desde la Dirección de Aguas a través de sus webmasters, con el fin de actualizar los contenidos generando mayor participación en la plataforma que tiene como objetivo principal informar a los funcionarios de la Dirección.

Para el desarrollo de los contenidos asociados a la notificación de las interrupciones programadas del servicio de acueducto, se definió inicialmente una plantilla para estructurar la divulgación en los diferentes medios de comunicación de EPM, donde se estableció el medio, el público que impacta, la actividad o mensaje y el responsable. La plantilla fue la guía de trabajo para informar a los funcionarios, clientes y usuarios. Después de culminar la fase informativa, se realizó un reporte donde se evidencia la divulgación completa.

Para la elaboración de contenidos asociados a la Dirección de Aguas, se siguió lo establecido en el protocolo ya establecido en la Unidad de Comunicaciones de EPM, el cual

consiste en la realización de un comité de medios, donde los comunicadores de los distintos negocios y dependencias de la empresa postulan temas para que sean producidos y divulgados; en este caso las comunicadoras de la Dirección de Aguas, Ana Lucía Cañola y Gloria Isabel Arcila acuerdan las necesidades informativas del negocio, proponiendo diferentes temas para que sean difundidos en los medios de comunicación de la organización. Las propuestas son discutidas en el consejo de medios, siendo aprobadas, ajustadas o negadas; luego, se reúne el equipo de trabajo donde se coordinan las actividades y se reparten las responsabilidades.

Para la producción de contenidos se realizaron diversas actividades como la reportería, la producción fotográfica, la redacción de noticias, crónicas y reportajes.

Para el apoyo y acompañamiento a los eventos de la Dirección de Aguas con sus grupos de interés, se identificaron las actividades, previo a los eventos se realizaron y revisaron listas de chequeo y finalmente se apoyó desde la Unidad de Comunicaciones estos eventos con actividades de comunicación y logística: organización previa de los eventos, divulgación de información, reportería, registro fotográfico, además de otras actividades puntuales, que fue necesario realizar para garantizar el éxito de esta actividad.

Resultados

Las actividades que dieron cumplimiento a los objetivos planteados en este trabajo de grado fueron:

Con respecto al Diagnóstico del micrositio de Aguas en la intranet Bitácora, se elaboró el diagnóstico basado en la observación y análisis de las categorías señaladas en la metodología y se plantearon acciones de mejoramiento (ver archivo diagnóstico y propuestas de mejoramiento).

Frente al objetivo asociado a la Divulgación del Aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto y de acuerdo con el plan de trabajo, se impactó la mayoría de los medios de comunicación de EPM, logrando informar a funcionarios, clientes y usuarios de la nueva plataforma que ha sido creada para mantener informada a la comunidad de las interrupciones programadas, que se presentan por labores de mantenimiento, reposición y modernización de redes de acueducto. Con este tema ya está cumplida la primera fase que es la informativa, aún falta la fase educativa que se ejecutará a medida que el aplicativo sea reconocido por la comunidad.

En desarrollo del plan de divulgación del Aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto se recopilaron todas las piezas informativas con las cuales se impactaron los medios de comunicación de EPM. En la divulgación interna se publicó la información en ocho medios de comunicación (correos unificados, boletines, noticias y banner en la intranet Bitácora). En la divulgación externa se utilizaron 5 medios de comunicación (boletín de prensa, noticia en portal EPM, redes sociales: Facebook y Twitter, programa radial Aló EPM Metropolitano, mensaje en factura y banner en portal corporativo). Este informe se presentó a los jefes correspondientes y funcionarios implicados en este tema.

Con respecto al tercer objetivo de elaborar contenidos asociados a la Dirección de Aguas para los diferentes medios institucionales de EPM, se procedió de la siguiente manera:

Boletín Telefónico.

En los seis meses de práctica se realizaron 24 ediciones de este boletín. Para su elaboración fue necesario hacer rastreo de información, contactar diferentes funcionarios para ampliar informaciones y finalmente la redacción de las noticias para enviarlas a EMTELCO S.A, firma contratista que se encarga de llamar a los operadores de tanques y bombeos, dándoles a conocer la información que se genera al interior de la organización de manera clara, oportuna y pertinente.

Correo Unificado de la Dirección de Aguas

Es un medio de comunicación interno de EPM muy similar a un boletín, el cual es enviado mensualmente a los funcionarios de la Dirección de Aguas a través de un correo electrónico. Sus contenidos son variados y está dividido por secciones que pretenden posicionar al medio al interior de la Dirección. Durante la práctica se elaboraron las ediciones de los meses de febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio. El proceso de producción inicia desde la convocatoria que se realiza a los funcionarios, donde ellos proponen temas, posteriormente se realizan las entrevistas, se hace el respectivo registro fotográfico y finalmente se redactan los artículos para su posterior publicación. Adicionalmente frente a este medio se realizó la propuesta de lineamientos del Correo unificado, en donde queda explícita la política de comunicaciones de la organización, explicación del medio con sus respectivas características, su estructura, una breve

descripción de las secciones con las temáticas y aspectos que se deben tener en cuenta para redactar los artículos.

Telerevista

Se realizaron dos notas para este medio: la primera sobre la nueva adquisición de un carro tanque realizada por el Área de Distribución Secundaria de Agua Potable, el cual cuenta con una capacidad de almacenamiento de 10.000 litros lo cual equivale a 10 m³ de agua potable. En la segunda nota se resaltó el trabajo realizado por el funcionario Juan Alberto Montoya del Área de Potabilización quien trabajo en EPM por 38 años.

Finalmente, para dar cumplimiento al objetivo de apoyar los eventos con los diferentes grupos de interés, es importante destacar en estos resultados el apoyo a los siguientes eventos:

Despliegue estratégico del Grupo EPM a funcionarios de la Dirección de Aguas

A partir de este año, el Grupo EPM está realizando los despliegues de la estrategia del Grupo a todos los funcionarios de la organización. Es un evento interno donde jefes y funcionarios comparten el nuevo direccionamiento estratégico para los siguientes 10 años. Durante la práctica se realizó apoyo a 6 despliegues de la Dirección, realizando registro fotográfico y ejerciendo labores de logística en los eventos.

Día del Agua.

EPM y su Fundación, se unieron el pasado 22 de marzo para celebrar el Día Internacional del Agua. Desde la Unidad de Comunicaciones, se realizó todo el plan de divulgación para invitar al público interno y externo de la organización a participar de las diferentes actividades programadas para conmemorar este día. Con este tema se logró impactar todos los medios de comunicación de EPM.

Desayuno de reconocimiento a los funcionarios especialistas en Sistemas Hídricos Urbanos de la Universidad de los Andes.

Este evento interno se realizó en la Sala de Juntas en el piso 13 del Edificio EPM, un desayuno de reconocimiento a 34 funcionarios de la Dirección de Aguas que finalizaron los estudios en Sistemas Hídricos Urbanos en alianza con la Universidad de los Andes.

Para este evento se elaboró la invitación al desayuno, textos guías para los discursos del Gerente General Juan Esteban Calle y el Director de Aguas Eduardo Cadavid Restrepo, las palabras para la entrega del libro y finalmente se apoyó la logística en el marco del evento.

Segundo Encuentro Ambiental y Social Aguas.

El 22 de abril, se llevó a cabo en el Parque Explora este evento interno que reunió alrededor de 130 funcionarios de la Dirección de Aguas donde se abordaron temas como la gestión del recurso hídrico, la cultura del agua, nuevos métodos constructivos para la reparación y reposición de redes de acueducto y los avances para mitigar el ruido de las instalaciones operativas de la Subgerencia Operación y Mantenimiento Aguas. Además se presentaron los

resultados arrojados en materia ambiental y social por las empresas filiales de Aguas de EPM, y los avances ambientales del Interceptor Norte y la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales Bello. Se apoyó al evento en materia de logística y divulgación en algunos medios de comunicación de la organización.

Análisis de Resultados

Para el Grupo EPM es importante mantener buenas relaciones con sus grupos de interés. El compromiso, la transparencia, la responsabilidad, la confiabilidad, la innovación y la calidez, son los valores que siempre desean transmitir en cada acción que realizan para llevar a los usuarios servicios públicos de calidad.

Justamente la práctica empresarial y específicamente este trabajo de grado evidencian de manera clara el cumplimiento de los objetivos a partir de herramientas como la observación, el desarrollo de contenidos mediante acciones de comunicación y finalmente ejecución de planes que alimentan el programa de comunicaciones para la Dirección de Aguas de EPM.

El diagnóstico realizado en el micrositio de aguas en la intranet corporativa Bitácora, evidencia de manera clara el incumplimiento de parámetros básicos de comunicación como la actualidad informativa, pues fue el aspecto más preocupante que se encontró en el análisis, debido a que los contenidos no son actualizados en forma continua y los funcionarios no encuentran información útil. Al mismo tiempo los contenidos son muy extensos y mucha información se encuentra oculta para el usuario, siendo éste un inconveniente en la navegación del sitio.

Siendo coherentes con la teoría, la intranet en las organizaciones debe apuntar a informar de manera oportuna a los colaboradores a través de noticias y artículos de interés. El micrositio de Aguas no cumple con esta premisa.

Por otro lado en el desarrollo de contenidos para los medios externos e internos asociados al Aplicativo de Interrupciones Programadas del Servicio de Acueducto, se tiene un balance positivo de la gestión de la comunicación que se implementó a través de la estrategia de

divulgación, pues se impactaron todos los medios de comunicación cumpliendo el objetivo de generar en los funcionarios, clientes y usuarios un hábito de consulta permanente que les permita estar informados de las interrupciones.

Todos los temas que se incluyeron en la planeación estratégica del programa de comunicación para la Dirección de Aguas, son importantes para el Grupo Empresarial, puesto que aportan a la estrategia global de la organización. De acuerdo con el trabajo realizado en la elaboración de contenidos asociados a la Dirección, se puede afirmar que fue un trabajo muy positivo, ya que permitió informar de manera clara, oportuna y pertinente a los diferentes grupos de interés y se siguieron los parámetros que deben cumplir los diferentes medios de comunicación de EPM. Al mismo tiempo, se logran cumplir con las premisas básicas de comunicación interna y externa que apuntan al buen relacionamiento con los públicos a partir de la generación de contenidos.

Finalmente el apoyaron los eventos de la Dirección lo cual evidencia que este tipo de estrategias son una buena forma de gestionar la comunicación y que son claves para relacionarse adecuadamente con los grupos de interés de la organización. Las asistencias fueron buenas, las temáticas enriquecedoras para los funcionarios y el clima laboral mejora notablemente en estos espacios.

Los eventos se convierten en parte vital de las organizaciones, y en EPM es importante incluirlos en los planes de trabajo para poder emitir contenidos de una forma más cercana y dinámica, por esta razón, es importante ser organizados y ágiles en la ejecución de los mismos para cumplir de manera adecuada con los objetivos que se tienen planeados.

Conclusiones

De acuerdo al proyecto asignado y con la posterior formulación de objetivos, se puede concluir en primera instancia que la gestión de la comunicación a través de la intranet corporativa, es un buen mecanismo que funciona en la mayoría de las organizaciones, pues permite contar con información unificada que es de utilidad para los colaboradores. Sin embargo, la Dirección de Aguas no cumple en su mayoría con las categorías que se definieron previamente, representando un inconveniente para sus funcionarios a la hora de conocer procesos e información que necesitan en sus labores diarias; cabe resaltar, que es una labor no sólo de la Unidad de Comunicaciones, la generación de contenidos es un trabajo interdisciplinar con las subgerencias, áreas y los webmasters que son los directamente encargados de administrar las plantillas del micrositio de Aguas.

Respecto a la planeación y ejecución del plan de divulgación del Aplicativo de interrupciones, se puede concluir que al contar con los medios necesarios y contenidos de buena calidad, se puede realizar una muy buena gestión de la comunicación a través de la información, logrando impactar de manera positiva a los funcionarios, clientes y usuarios interesados en estar más informados de las interrupciones programadas del servicio de acueducto para prepararse ante estas eventualidades que se presentan.

El manejo de la comunicación en EPM, es un proceso en el que participa un gran equipo de trabajo como lo es, la Unidad de Comunicaciones, de acuerdo al trabajo realizado en la generación de contenidos para la Dirección de Aguas y el apoyo a sus diferentes eventos, significó aportar conocimientos y habilidades que permitieran cumplir con las estrategias y

acciones del programa de comunicaciones de la Dirección y al mismo tiempo aportar al plan de comunicaciones de la Unidad.

Realizar la práctica en la Unidad de Comunicaciones de EPM, una empresa reconocida por los colombianos por la prestación de servicios públicos, representó para mí un gran reto como profesional, me permitió abarcar todas las ramas de la comunicación y poner en práctica todos los conocimientos adquiridos durante el pregrado de Comunicación y Periodismo, igualmente es una experiencia importante del inicio de la vida laboral que me permitió participar de situaciones reales que se viven en el entorno organizacional, demostrando confianza y madurez para cumplir con las tareas asignadas.

Finalmente, este proyecto representó una experiencia real donde se pusieron a prueba los conocimientos que se adquirieron durante el proceso académico en la universidad, es un inicio para seguir llevando a cabo estrategias de comunicación que permitan mejorar las relaciones entre directivos y grupos de interés. El trabajo en equipo, la buena disposición de trabajo, cumplir con los objetivos planteados y los deberes, llevaron a tener una excelente experiencia personal y laboral.

Recomendaciones

El micrositio de Aguas en la intranet Bitácora, debe ser reestructurado para tener más orden, actualidad e información útil y visible, por este motivo, se debe realizar una reunión con los webmasters encargados, donde se ponga en marcha el plan de mejoramiento que se realizó a partir del diagnóstico. Es un ejercicio que se debe realizar desde la Unidad de Comunicaciones, con el apoyo de las diferentes subgerencias y áreas de la Dirección para que la nueva distribución de la información con las demás categorías que se definieron sean efectivas y cumplan con los parámetros de una intranet corporativa.

La gestión de la comunicación en EPM logra ser efectiva y cumple con las teorías alrededor de la comunicación organizacional. Se recomienda que haya más integralidad entre los dos equipos que conforman la Unidad de Comunicaciones (interno y externo), para que las acciones y estrategias vayan encaminadas siempre a un mismo objetivo.

Respecto a los diferentes jefes de la Dirección de Aguas, se recomienda que prioricen los temas que requieren apoyo de comunicación, con el fin de que se precisen los más importantes y su gestión sea efectiva desde el apoyo que se brinda desde la Unidad.

Finalmente, este proyecto es solo un acercamiento a un proceso de comunicación y relacionamiento, que si es realizado de una manera estratégica y organizada siempre serán cumplidos los objetivos comunicacionales que se plantean desde la Dirección de Aguas y al mismo tiempo aportan a los ideales de la organización. La comunicación y su buena gestión son claves para mantener buenas relaciones entre directivos y grupos de interés.

Referencias

Arellano, Enrique. (2013). La Estrategia de Comunicación Orientada al Desarrollo de la Cultura Organizacional. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/n62/varia/earellano.html>

Bitácora EPM. (s.f.) Intranet de la organización, donde se encuentra alojada información útil para los funcionarios de EPM.

Costa, Joan. (1998). La Comunicación Interna. Herramienta Estratégica de Gestión para las Empresas. Recuperado de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>

Costa Joan. (1999), La comunicación en acción, Barcelona, Editorial Paidós.

Cuero, Junior. Espinoza, Ana Milena. Guevara, Martha Inés. Montoya, Katherin. Orozco, Leidy. Ortiz, Yeidi. (s.f.) Planeación Estratégica. Henry Mintzberg. Recuperado de: http://www.docentes.unal.edu.co/catellocat/docs/Fundamentos/Segundo_Parcial/conten.pdf

F. David (2003). Conceptos de Administración Estratégica; Editorial Pearson-Prentice Hall, México.

Gallego, Mónica. Osorio, Jhon Jaime. Sánchez, Diego Alonso. (s.f.) El Boletín Interno: Una Fotografía de la Organización por Dentro. Recuperado de <http://scienti.colciencias.gov.co:8084/publindex/docs/articulos/1692-2522/2291501/12.pdf>

Kreps, Gary. (1990). La Comunicación Interna. Herramienta Estratégica de Gestión para las Empresas. Recuperado de <http://www.reddircom.org/textos/f-serrano.pdf>

Quinn, James Brian. Los conceptos de estrategia. (s.f.) Recuperado de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/agronomia/2008868/lecciones/capitulo_2/cap2lecc1.htm

Galmés, María Asunción. (2011). La Organización de Eventos como Herramienta de Comunicación de Marketing. Modelo Integrado y Experiencial. Recuperado de <http://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>

Apéndices

Apéndice A. Plan de divulgación del Aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto.

Grupo de interés	Medio	Público	Actividad y mensaje	Responsable	Publicaciones y observaciones
Comunicación externa	Redes sociales	Público externo/ usuarios redes sociales	Informar a todos los seguidores de la red, la nueva herramienta de consulta sobre las interrupciones programadas del servicio de acueducto. Video sobre los beneficios que trae el aplicativo a la comunidad / Entrevistas	Lina Echeverri / Natalia Franco	En twitter se realizaron 3 tweets el 21 de marzo. En Facebook se realizó la publicación el 21 de marzo con 16 likes y fue compartido por dos usuarios. Constantemente se le hace promoción al aplicativo en redes, acompañado de las notificaciones y especificaciones de los barrios con interrupción programada de alto impacto.
	Aló EPM Metropolitano	Público externo/oyentes y comunidad en general	Invitación por parte del locutor y de los oyentes a consultar semanalmente el aplicativo para crear un hábito en la comunidad. Entrevista para el área responsable del aplicativo el día de su salida al aire.	Ana Cañola / apoya: Natalia Franco	El programa se realizó el martes 12 de marzo a la 1:00 p.m. por Radio Paisa – RCN 1.140 AM, el funcionario que habló del aplicativo fue el Jefe del Área Distribución Acueducto Fernando Calad Chica.
	Mensaje en factura	Clientes y usuarios	Scroll explicando brevemente el aplicativo.	Ana Cañola /apoya: Natalia Franco	Se publicará en la factura del mes de junio
	Botón en portal	Clientes y usuarios	Botón de acceso rápido al aplicativo que estará visible por 1 mes / En la sección "Clientes y Usuarios" permanente	Mercadeo interactivo / Ana Cañola	Se habilitó desde el pasado 13 de marzo el botón en el portal corporativo de EPM que direcciona al aplicativo. Hasta la fecha, el botón continua en el portal en la parte inferior izquierda de la sección "Clientes y usuarios"

Grupo de interés	Medio	Público	Actividad y mensaje	Responsable	Publicaciones y observaciones
Comunicación externa	Boletín Estamos Ahi	Público externo inscrito al boletín (Empresarios)	Noticia donde se informe a los inscritos sobre el nuevo aplicativo en el servicio de acueducto, enfatizando en los beneficios que obtendrán al conocer semanalmente información sobre las interrupciones.	Natalia Franco/ Catalia Correa	Publicado el 23 de marzo en la edición número 33
	Portal corporativo	Público externo/ funcionarios, clientes y usuarios (grupos de interés)	Banner informativo en el portal sobre el aplicativo. El objetivo es captar la atención de los funcionarios, clientes y usuarios mientras navegan por la plataforma.	Ana Cañola/Identidad Empresarial	El Banner se publicó en el portal el 10 de abril

Apéndice B. Publicación intranet Bitácora

Toda la Intranet

Bitácora

epm®

Inicio | Navegando por EPM | Aplicaciones | Formularios Corporativos | Directorio Bitácora | Preguntas Frecuentes | ¿Cómo lo hago?

Bitácora » Pasa la Voz » Ingresa a nuestro nuevo aplicativo de interrupciones del servicio de acueducto

Pasa la Voz: Ingresa a nuestro nuevo aplicativo de interrupciones del servicio de acueducto

Cerrar

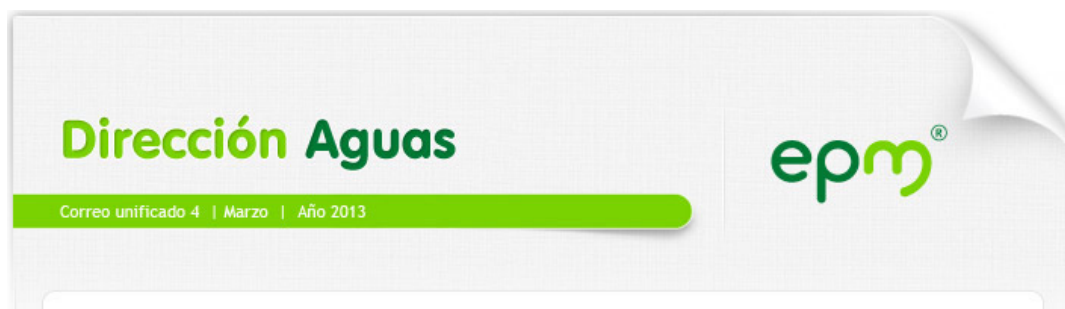
Enviarme alertas

Título	Ingresa a nuestro nuevo aplicativo de interrupciones del servicio de acueducto
Cuerpo	 <p>Pensando en nuestros clientes y usuarios y con el objetivo de ofrecerles información oportuna sobre las interrupciones programadas de acueducto que les permitan prepararse frente a las mismas, hemos creado un aplicativo en el que podrán consultar las interrupciones que son realizadas por labores de mantenimiento, modernización, reposición de redes de acueducto y reparación de la infraestructura.</p> <p>Comparte esta información con tus familiares y amigos e ingresa para conocerlo haciendo clic aquí</p>
Caduca	

Creado el 14/03/2013 16:31 por LINA MARIA ECHEVERRI GOMEZ
Última modificación realizada el 14/03/2013 16:31 por LINA MARIA ECHEVERRI GOMEZ

Cerrar

Apéndice C. Publicación Correo unificado Dirección de Aguas



Lo que hacemos

- **Aplicativo de interrupciones, una manera oportuna para estar informado.**



Con el fin de mantener informada a la comunidad y pensando siempre en nuestros clientes, desde el pasado 4 de marzo, se encuentra habilitado en nuestro portal corporativo www.epm.com.co en la sección "Clientes y usuarios" en la pestaña de "Interrupciones", el nuevo aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto. En esta plataforma, encontrarás información que será muy útil para ti y todos los que te rodean, como fecha y hora de inicio de la interrupción, los municipios impactados con sus respectivos barrios, el tiempo aproximado de duración, los tanques que abastecen cada sector y la fecha y hora de restablecimiento del servicio.

Las interrupciones programadas se realizan con el fin de mantener un servicio de buena calidad, por esta razón es necesario realizar trabajos de modernización y reposición de redes, como actividades de mantenimiento y reparación de la infraestructura. Comparte esta información con tus compañeros de trabajo, familiares y amigos. No esperes más e ingresa para conocerlo dando [clic aquí](#).

Apéndice D. Publicación Correo unificado de la Dirección Servicios Institucionales.

Dirección Servicios Institucionales



Correo Unificado DSI | Edición: 158 | Semana del 21 de marzo al 4 de abril | Año: 2013

● Ahora cuentas con el aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto:

Con el fin de mantener informada a la comunidad y pensando siempre en nuestros clientes, desde el pasado 4 de marzo, se encuentra habilitado en nuestro portal corporativo www.epm.com.co en la sección "Clientes y usuarios", el nuevo aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto. En esta plataforma, encontrarás información que será muy útil para ti y todos los que te rodean, como fecha y hora de inicio de la interrupción, los municipios impactados con sus respectivos barrios, el tiempo aproximado de duración, los tanques que abastecen los sectores y la fecha y hora de restablecimiento del servicio. [\[Ver más\]](#)

Las interrupciones programadas se realizan con el fin de mantener un servicio de buena calidad, por esta razón es necesario realizar trabajos de modernización y reposición de redes, como actividades de mantenimiento y reparación de la infraestructura. Comparte esta información con tus compañeros de trabajo, familiares y amigos. No esperes más e ingresa para conocerlo en: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Interrupcionesdelservicio.aspx



Apéndice E. Publicación Boletín Estamos Ahí



A partir de ahora podrás consultar las interrupciones programadas del servicio de acueducto en nuestro sitio web




EPM realiza interrupciones programadas de acueducto con el objetivo de hacer mantenimiento y adelantar procesos de modernización en el sistema, que le permitan ofrecer un servicio de calidad a sus clientes y usuarios.

Pensando en tu comodidad y en que puedas prepararte ante estas situaciones, hemos creado un aplicativo donde podrás consultar las interrupciones programadas, el motivo de las mismas, los barrios impactados y los horarios de inicio y finalización.

[Ver más...](#)

Apéndice F. Publicaciones en redes sociales

 **EPM estamos ahí**
16 de abril

Debido al lavado de un tanque de nuestro sistema de acueducto es necesario interrumpir este servicio en los barrios del municipio de Medellín: Antonio Nariño, Juan XXIII - La Queiebra, Eduardo Santos (San Cristóbal), Santa Margarita, desde las 8 pm del miércoles 17 de abril hasta las 5:00 am del 18 de abril. La interrupción abarcará las direcciones: De cl 45 A a la 65. Entre crr 103 y 136. Agradecemos tu comprensión. Para más información, comunícate con nosotros en el teléfono 44 44 115. Recuerda que puedes consultar nuestras interrupciones programadas del servicio de acueducto ingresando a: http://www.epm.com.co/site/clientes_usuarios/Clientesyusuarios/Interrupcionesdelservicio.aspx

Me gusta · Comentar · Compartir

A 4 personas les gusta esto.

 **Carlos Cifuentes** Super buena información ojala cada ves que tengan estos inconvenientes se lo hagan saber a la ciudadanía
16 de abril a la(s) 14:16 · Me gusta

 **EPM estamos ahí** @EPMestamosahi 21 mar
Cuéntale a tus familiares y amigos del aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto: bit.ly/13DaGZ4
Abrir

 **EPM estamos ahí** @EPMestamosahi 21 mar
¿Sabías qué ya está disponible el aplicativo de interrupciones programadas del servicio de acueducto? Ingresa ya a: bit.ly/13DaGZ4
Abrir

 **EPM estamos ahí** @EPMestamosahi 21 mar
Infórmate semanalmente de las interrupciones programadas del servicio de acueducto en nuestro sitio web: bit.ly/13DaGZ4
Abrir

 **EPM estamos ahí** @EPMestamosahi 21 mar
A partir de ahora podrás consultar nuestras interrupciones programadas del servicio de acueducto ingresando a: bit.ly/13DaGZ4
Abrir

Apéndice G. Boletín Telefónico

Boletín Telefónico



Buenos días,

¿Con quién hablo por favor?

A continuación te leeré el Boletín Telefónico realizado por la Unidad de Comunicaciones de EPM, un boletín para operadores de tanques y bombes de EPM.

Conoce en qué consiste el Sistema integrado de gestión de la calidad de la Subgerencia Operación y Mantenimiento Aguas

En enero de este año, se aprobó la integración de los seis sistemas de gestión de la calidad de la Subgerencia Operación y Mantenimiento Aguas certificados bajo la norma NTC ISO 9001. Estos seis sistemas son Captación de agua cruda, Potabilización, Distribución primaria y secundaria de agua potable, y Recolección, Transporte y Tratamiento de aguas residuales. Lo anterior, con el propósito de facilitar la planeación de los procesos de la cadena de prestación del servicio bajo un solo esquema, logrando una visión más holística del negocio, unificado propósitos, objetivos, indicadores y metas para orientar eficazmente la estrategia competitiva de la gestión integral del ciclo del agua. Además, permite homologar el cliente, optimizar los recursos y mejorar la gestión con los proveedores y con los procesos de soporte que impactan el negocio de aguas.

Entre el 17 y el 21 de junio se llevarán a cabo las auditorías internas y a partir del 2 de julio las auditorías externas por parte del Icontec.

Taller “El jefe como líder de cambio” en el programa Grupo EPM Sin Fronteras

El jefe como líder de cambio” es el nombre del taller al que han asistido 172 jefes del Grupo Empresarial, en los que se encuentran directivos de las filiales de aguas y de EPM. El objetivo del taller es fortalecer las competencias conversacionales de los líderes, para hacerlos más efectivos en el acompañamiento de sus equipos durante los momentos de cambio. Se espera realizar más actividades que contribuyan con el fortalecimiento de valores organizacionales como disposición al cambio, trabajo en equipo, entre otros que vayan encaminados a la consolidación del Grupo EPM como uno de los 50 mejores grupos empresariales de América Latina.

EPM amplía su servicio de gas en Urabá

EPM se consolidó como la única empresa prestadora del servicio de gas natural en Urabá, tras la adquisición de los activos de propiedad de la firma Surtigas en los municipios de Necoclí, Arboletes y San Juan de Urabá. La negociación también incluye la compra de los activos de Surtigas en Puerto Berrío, Cisneros y el corregimiento San José del Nus de San Roque, en el Nordeste del departamento. La transacción tuvo un monto global de \$ 11 mil millones y se espera que para el 2015 se cubra con este recurso un 90% del territorio antioqueño, es decir 88 municipios.

Fondo EPM contribuyendo con la educación en Antioquia

Hasta el 30 de junio estará abierta la convocatoria Fondo AMA para la Educación Superior producto de la alianza entre el Departamento de Antioquia, el Municipio de Medellín y la Fundación EPM que busca incrementar la tasa de absorción de los bachilleres, facilitando su ingreso y permanencia en las instituciones de educación superior. El Fondo pretende beneficiar durante el cuatrienio actual a 1.000 jóvenes en Medellín y a 10.000 jóvenes de bajos recursos de

las diferentes subregiones del departamento de Antioquia. Comparte esta información que puede ser muy útil para todas las personas que te rodean.

Disfruta ya de los beneficios de la Tarjeta Grupo EPM


La Tarjeta Grupo EPM te trae un abanico de posibilidades para que disfrutes de las ofertas que estarán vigentes hasta el 17 de junio. Encontrarás descuentos en televisores, reproductores de música, teatros en casa, equipos de cómputo y muchos más productos para que los disfrutes en familia. Recuerda los grandes beneficios de usar tu tarjeta: no pagas cuota de manejo, difieres las compras hasta 48 meses, tienes muchos lugares donde comprar y pagas cada mes a través de la factura de servicios públicos. Solicita ya tu crédito en cualquiera de los puntos de atención o solicita información en la línea 44 44 800.


Esta es toda la información por esta semana, agradecemos tu disposición para escuchar el boletín. Si tienes alguna duda del contenido puedes comunicarte con Ana Lucía Cañola de la Unidad de Comunicaciones en el teléfono 380 2837.

Apéndice H. Correo unificado Dirección de Aguas

Dirección Aguas

Correo unificado 7 | Año 2013






El conocimiento es protagonista en nuestra Dirección

El pasado 15 de mayo, en la Sala de Juntas, se llevó a cabo el reconocimiento a los 34 funcionarios de nuestra Dirección que obtuvieron el título de especialistas en Sistemas Hídricos Urbanos en alianza con la Universidad de los Andes.

[Ver más](#)

Conectados

Abrimos las puertas a nuestros clientes



Apéndice I. Despliegues estratégicos del Grupo EPM a funcionarios de la Dirección de Aguas.



Apéndice J. Publicaciones Día del Agua.



Programate para participar de una semana donde el agua será la protagonista



clave en el cuidado del Agua.
Ver más

EPM y su Fundación te invitan a celebrar el Día Mundial del Agua, con una variada programación educativa y cultural que se llevará a cabo entre el 16 y el 22 de marzo en el Parque de los Pies Descalzos, el Parque de los Deseos, la Biblioteca y el Museo del Agua de EPM.

Aprovecha esta oportunidad para pensar, cuál es tu papel en el entorno como defensor de este importante recurso y como un actor

Apéndice K. Desayuno de reconocimiento a los funcionarios especialistas en Sistemas Hídricos Urbanos de la Universidad de los Andes



Apéndice L. Segundo Encuentro Ambiental y Social Aguas

