

PREMIOS EIKON 2018 – Categoría 1 – Campaña general de comunicación institucional: Esta categoría apunta sólo a aquellas presentaciones que contemplen programas destinados a diversos públicos y con múltiples acciones que tengan una coherencia unificadora.

AGUAS CORDOBESAS: “EL AGUA NOS UNE, EL FUTURO TAMBIÉN”



Twitt: Con la campaña “El Agua nos Une, el Futuro también” @aguascordobesas logró renovar y fortalecer la imagen positiva de la empresa, consolidando su compromiso con la comunidad #Eikon2018

Nombre de la compañía o institución: Aguas Cordobesas

Área de Relaciones Institucionales de Aguas Cordobesas

Responsables del Plan:

Enrique Sargiotto- Gerente General

Equipo: *Lic. Cristina Barrientos (Jefe RRII) Arq. Alejandro Montenegro (Jefe Desarrollo RRHH) - Lic. Jéssica Nogueira (RRII)- Lic. Lucia Lorenzatti (Com. Internas)*

Agencia: .JPG

Aguas Cordobesas es la empresa concesionaria del servicio de agua potable para la ciudad de Córdoba. Esto significa que es el Estado, por intermedio de la Subsecretaría de Recursos Hídricos, quien mantiene para sí la titularidad pública del servicio. El contrato de concesión fue otorgado por la Provincia en 1997 por 30 años.

Con más de 1.500.000 habitantes servidos y más de 170.000.000 metros cúbicos de agua distribuida por año, se ha convertido en una de las principales empresas argentinas de servicio.

Comprometida con el desarrollo de la vida en forma sustentable, su VISIÓN ES SER REFERENTE EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CIUDAD MEJOR. Para lograrlo, opera bajo un Modelo de Gestión Sustentable.

Fue la primera empresa de la provincia en lograr la certificación de las tres normas internacionales que componen el "Sistema de Gestión Integrado":

- Norma ISO 14.001 de Gestión Medioambiental
- Norma ISO 9001 de Gestión de Calidad
- Norma OHSAS 18.001 de Salud y Seguridad Ocupacional.

Sumó también la acreditación a la Norma ISO 17025 de Ensayos Analíticos en el Laboratorio Central. En 2014 adherimos al Pacto Global de las Naciones Unidas y a la Norma ISO 26000 de RSE y reporta su Gestión Social, Económica y Ambiental a través del GRI. (www.aguascordobesas.com.ar).

1.2- El Contexto

2017 fue un año donde las empresas de servicios públicos en general estuvieron en la agenda social, política y mediática debido, principalmente, a las actualizaciones tarifarias en todo el país y Córdoba, no fue la excepción. La opinión pública con respecto a las empresas de servicios públicos y al rol que las empresas privadas y el estado tienen en la gestión de las mismas, volvió a ocupar un lugar en la agenda.

Asimismo, 2017 fue un año, donde también se produjeron algunos eventos de carácter excepcional y donde el cambio climático, provocó en Córdoba dos hechos muy importantes que tuvimos que afrontar:

- El 28 de marzo un fuerte temporal registrado en la zona de Paravachasca, produjo un incremento en el nivel de turbiedad del agua en el canal que la transporta hacia la Planta Potabilizadora Los Molinos. Dicha Planta abastece el 30% de la ciudad de Córdoba¹.
- En agosto 2017 se quemaron en la provincia 45.800 hectáreas. Esta cifra es cuatro veces más que la superficie quemada en 2014 y en 2016, y más del doble de la registrada en 2015². En este marco, tres grandes incendios, casi consecutivos, se produjeron en zonas cercanas a la cuenca que provee de agua cruda a Planta Suquía, la cual abastece al 70% de la ciudad de Córdoba.

Ambos hechos, totalmente ajenos a la empresa, produjeron un impacto en el servicio al exigir que las Plantas Potabilizadoras restringieran la producción de agua hasta tanto se normalizaran los parámetros necesarios para continuar con el proceso de potabilización.

Otro hecho importante que impactó en el servicio, fue el incremento de intervenciones en la vía pública debido a obras de terceros. "La ciudad es un obrador"- manifestaron tanto el Intendente de la ciudad³ como el Gobernador, debido a las obras viales, de cloacas, gasoductos, etc. Todo esto provocó un 30% más de roturas en la red de distribución.

En este contexto, el 7 de mayo, Aguas Cordobesas cumplió 20 años de la concesión del servicio en la ciudad Córdoba.

¹ Redacción La Voz (2017, Marzo 28). Un fuerte temporal causó desastres en Villa Parque Santa Ana. *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/un-fuerte-temporal-causo-desastres-en-villa-parque-santa-ana>

² Colautti, Fernando (2018, Enero 26). En 2017 se quemaron 45.800 hectáreas en Córdoba. *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/en-2017-se-quemaron-45800-hectareas-en-cordoba>

³Redacción La Voz (2017, Marzo 1). Mestre anunció una inversión histórica y dijo que "Córdoba es un obrador". *La Voz del Interior*. Recuperado de <http://www.lavoz.com.ar/politica/mestre-anuncio-una-inversion-historica-y-dijo-que-cordoba-es-un-obrador>

En 2017 Aguas Cordobesas cumplía 20 años y queríamos festejarlo. Desde el año anterior se fue diseñando el plan de comunicación basado en este importante acontecimiento en la historia de la empresa. Sin embargo, el contexto nos exigió ajustarlo y repensar algunas acciones que teníamos previstas, reforzando siempre los objetivos que nos habíamos propuesto lograr con ella.

Era nuestro año, un momento para renovar nuestro compromiso con la comunidad y que ésta se sienta parte de la empresa. Queríamos poner en valor todo lo que aprendimos, mostrar el camino recorrido y de qué manera crecimos junto a los cordobeses.

Somos una empresa en acción, en constante movimiento y que mira hacia el futuro. Nuestro plan debía comunicar el compromiso con el desarrollo de la vida en forma sustentable lo cual, implica que trabajamos para proveer un servicio de agua de calidad a los cordobeses de hoy y también para las generaciones futuras.

Mensaje Clave:

El agua nos une, el futuro también.
Aguas Córdoba, 20 años trabajando para una ciudad mejor

Los Objetivos del Plan:

Objetivo general:

- Renovar y fortalecer la imagen de Aguas Cordobesas como una empresa activa, comprometida con el presente y el futuro de su comunidad, la calidad del servicio que brinda y sus clientes.

Objetivos Cualitativos:

- Constituirnos en referentes del recurso: somos la empresa que más sabe del agua en la ciudad de Córdoba.
- Generar una evolución de la imagen de marca brindando modernidad y frescura al diseño.
- Desarrollar una campaña 360° que refleje la visión de la empresa y el compromiso asumido desde el inicio de la concesión.
- Fortalecer la imagen positiva de la empresa.
- Genera una vinculación positiva con todos los públicos directos.
- Generar una vinculación positiva con los medios de comunicación, líderes de opinión y comunidad.

Objetivos Cuantitativos:

- Mantener el Índice de Imagen Positiva logrado en la Encuesta Semestral de Marzo 2017.
- Incrementar un 5% los atributos de la empresa como comprometida con los clientes, la comunidad, la educación y la calidad del producto.
- Mejorar 5 puntos el nivel de Conformidad con la Empresa.
- Alcanzar a 500.000 usuarios con comunicaciones directas de la empresa, al menos 10 veces durante el transcurso del plan.

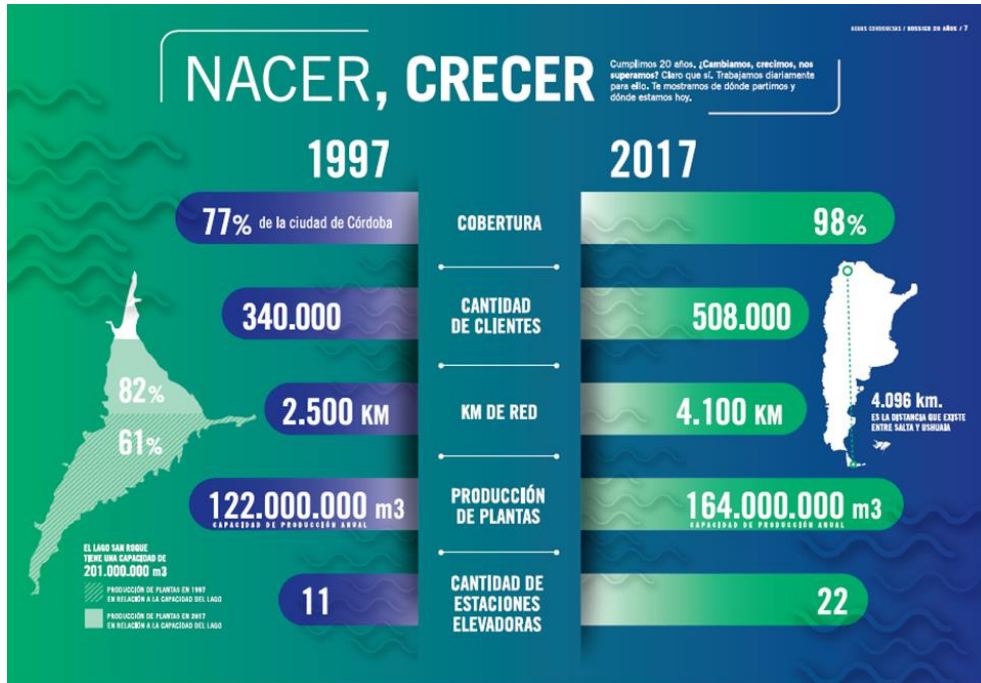
Público Principal:

- Comunidad General y Usuarios del Servicio: 1.547.091 habitantes de la ciudad de Córdoba – Cantidad de clientes 507.715.-

Públicos Secundarios y Sinérgicos:

- Público Interno: 479 colaboradores
- Medios de Comunicación y Líderes de Opinión

Tomamos como punto de partida los principales hitos de la concesión para mostrar desde donde partimos hace 20 años, y donde estamos hoy. Así, pusimos en valor 20 años de trabajo, donde le recordamos a toda la comunidad todo lo que aprendimos, cómo trabajamos, y principalmente qué y quienes nos motivan a mejorar cada día.



AGUAS CORDOBESAS, 20 AÑOS TRABAJANDO PARA UNA CIUDAD MEJOR

Así surgió la **CAMPAÑA**:

[Click en la imagen para ver el Spot Institucional](#)



*Hace 20 años que estamos acá, acá y acá.
Hace 20 años que trabajamos así, así, así y así.
Que creemos en esto, en esto, y en esto.
Que nos ocupa hacer las cosas bien por él, por ella y por ellos.
Hace 20 años que estamos comprometidos
con una Córdoba cada día mejor.
Hace 20 años que el cuidado del agua y del planeta
nos moviliza a mejorar día tras día.
Hace 20 años que el agua nos une...y el futuro también.*

EVOLUCIÓN DE LA IDENTIDAD DE MARCA

Se propuso una evolución de la identidad que permita visualizar, tanto en lo estético como en lo discursivo, el compromiso de la empresa con el presente y el futuro de la comunidad. Es por ello que se definió por un lado generar una evolución de la imagen de marca brindando modernidad y frescura al diseño, a través de un sistema iconográfico basado en el estilo gráfico del isotipo de Aguas Cordobesas, adaptable a cada instancia de comunicación de la marca (Agua y el deporte, agua y la ciudad, agua y las obras, agua y todo).



Asimismo, se diseñó un slogan específico para celebrar las dos décadas de crecimiento junto a la ciudad y que acompañó a todas las comunicaciones realizadas durante el año aniversario con diversas aplicaciones:



Por otro lado, este cambio de imagen se plasmó en la evolución del slogan: EL AGUA NOS UNE, EL FUTURO TAMBIÉN, reforzando el compromiso y la visión de la empresa a largo plazo.

CATEGORIA 1 Campaña general de Comunicación Institucional

LANZAMIENTO NUEVA CAMPAÑA

La nueva campaña 360° se diseñó para reflejar el compromiso con todos los públicos.

Público Interno: se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- ✓ Convocatoria de todos los colaboradores que también cumplieran 20 años con la organización (25% de la empresa), de esta manera se realizó una foto grupal que luego fue tapa del Anuario interno, y regalo para los participantes.
- ✓ Se realizó el Día de Campo Aniversario, un evento Interno para toda la familia de Aguas donde se presentó la campaña antes de su lanzamiento externo.
- ✓ Colaboradores participaron en el spot publicitario.
- ✓ Se lanzó el nuevo sitio interno para colaboradores: **UNE** que implicó un cambio radical en la estrategia de comunicación interna de la compañía. La cual entre sus principales fortalezas tiene: la integración de este canal con las redes sociales, acceso externo remoto y la posibilidad de acceder desde cualquier dispositivo al ser responsive.
- ✓ Se realizó el Desafío 2017- 20 años, un Evento Interno outdoor destinado solo a colaboradores donde se trabajó el sentido de pertenencia a la organización y el trabajo en equipo.
- ✓ Se realizó un Anuario y dossier sobre el Aniversario.

Público Externo

Se lanzó la Campaña Masiva en todos los sistemas: Radio, Vía Pública, Gráfica, TV, web y Redes Sociales.



Cientes: Se renovó la imagen en el Edificio Corporativo y en la principal oficina de Atención a Clientes.

- Más de 300 m2 de ploteo en oficinas comerciales y Edificio Corporativo



- Carpeta Institucional
- Pie de mailing institucional y en envío digital de la factura
- Presencia del nuevo slogan en envíos gacetillas de prensa, notas web, dorsos de factura y contenido de redes sociales.
- Dorsos de factura
- Ploteo de turneros en oficina de atención al cliente en Humberto Primo
- Renovación de la imagen de la flota
- **Sitio web:** se renovó totalmente para ofrecer un sitio más ágil, dinámico y accesible desde cualquier dispositivo. Además cuenta con **2 nuevos micrositos: ESPACIO CLIENTES Y ESPACIO EDUCACIÓN.**

CATEGORIA 1 Campaña general de Comunicación Institucional

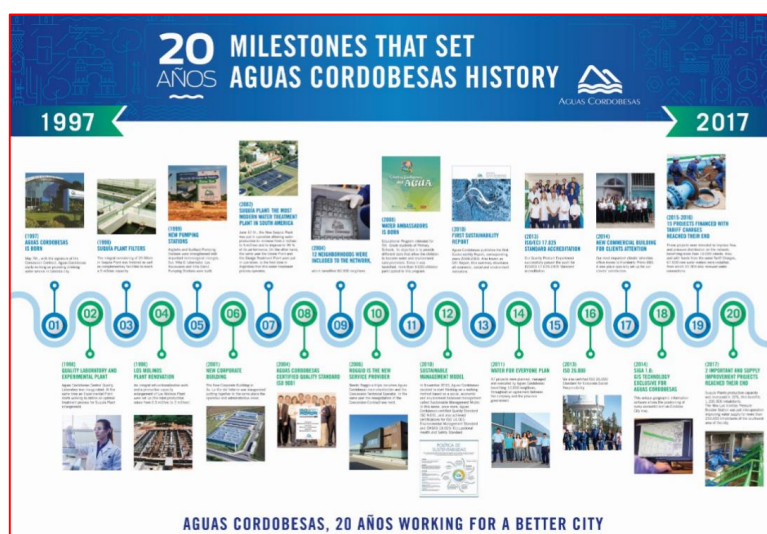
A través de la nueva web ponemos a disposición de nuestros clientes la posibilidad de administrar su propio tiempo, realizar gestiones on line, un chat on line que resuelve sus dudas e inquietudes sin necesidad de asistir a una oficina comercial. Asimismo, podrán encontrar consejos para cuidar el recurso y material educativo para toda la familia.



Nuevo Aplicativo Mobile para Clientes: se lanzó en el marco del año aniversario la aplicación mobile multiplataforma que permite estar más cerca de la comunidad, brindar información del servicio en tiempo real, consultar estado de cuenta y solicitar asistencia técnica, estés donde estés.

Para proveedores: Se diseñó un Portal especial en el nuevo Sitio Web, a través del mismo se centraliza todas las consultas de proveedores agilizando la gestión.

Para Accionistas: Se preparó un material especialmente diseñado para este público de interés, brindando información tanto en español como en inglés sobre la compañía. El soporte fue impreso y digital.



Para Líderes de Opinión y Periodistas

- Se desarrollaron visitas a las Plantas Potabilizadoras para dar a conocer cómo es el proceso de potabilización.
- Se armó un **Dossier de Prensa** con información de interés sobre la empresa y los principales hitos de la compañía.
- **Participación junto a la Gerencia General en los principales programas y medios de comunicación** de la ciudad de Córdoba, con el objetivo de poner en agenda el aniversario de la empresa, y haciendo foco en las perspectivas futuras.
- Publicamos nuestro **8° Reporte de Sustentabilidad** en formato digital y una versión reducida impresa. Asimismo desarrollamos una sección espacial en la nueva página web para presentar nuestro compromiso con los públicos, detallado en el mismo Reporte GRI.
- Reforzamos Twitter como canal de comunicación con periodistas, brindando información de servicio y relevante.

Para la Comunidad en General

Festejamos 20 años con Obras:

- Se desarrolló un **Plan de Comunicación** para informar sobre las **OBRAS al Servicio del Agua Potable** para todos los Cordobeses. El plan se actualiza en forma mensual e informa sobre el status de las mismas y está disponible en nuestro sitio web. Asimismo, semanalmente se publicaron novedades el avance de obras en redes sociales.
- **Se realizaron eventos de inauguración para 2 obras importantes** para la ciudad:
 - Ampliación de un 10% de la capacidad de potabilización en **Planta Suquía**: es decir el agua que consumen 120.000 personas en un día y que beneficia a 1.200.000 habitantes.
 - Construcción de una **Nueva Estación Elevadora de Presión** en la zona Sur: lo que beneficia a más de 250.000 cordobeses de la ciudad.

Ambos eventos contaron con la presencia de funcionarios Provinciales y Municipales, y también se invitó a la prensa local.

- **Renovamos nuestro Centro de Operaciones en Planta Suquía**: con la más moderna tecnología.
- **Generamos Contenido de Marca** en los principales medios de la provincia: La Voz del Interior, Canal 12 y Cadena 3, donde nos sumamos a las ediciones digitales con contenido especialmente diseñado. Somos especialistas y profesionales en el cuidado del agua. A través de estos canales nos constituimos en referentes y en la voz autorizada para hablar del tema. **Varias de estas notas lograron posicionarse entre las 5 más leídas de cada medio.**

The screenshot shows the La Voz website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo 'La Voz' and menu items: 'Ahora', 'Política', 'Ciudadanos', 'Sucesos', 'Negocios', 'Tecnología', 'Videos', and 'Contenido exclusivo'. Below the navigation bar, three article cards are displayed, each with a date, a title, a short text snippet, and a representative image.

- Article 1:** 25 de agosto de 2017, Espacio de marca. Title: **Incendios: prevenirlos para cuidar el agua y el ambiente**. Text: 'El arrastre de las cenizas que provocan los incendios afecta a ríos, arroyos y lagos. Además, el fuego destruye la biodiversidad, aumenta la desertificación y disminuye la calidad de la atmósfera en general. ¿Qué hacer para evitarlos?'. Image: A forest fire at night with orange flames and dark smoke.
- Article 2:** 23 de agosto de 2017, Espacio de marca. Title: **¿Por qué consumir agua de la canilla?**. Text: 'Control y análisis diarios, disposición permanente y cuidado del medio ambiente son algunas de las razones más importantes.'. Image: A young child with curly hair drinking water from a glass.
- Article 3:** 21 de agosto de 2017, Espacio de marca. Title: **Ahorra agua con el lavarropas: seis consejos útiles**. Text: 'Casi todas las familias cuentan con un...'. Image: A woman's hands loading laundry into a washing machine.

AGUAS CORDOBESAS



ESPACIO PATROCINADO



Cómo mantener el agua de la pileta durante todo el año

Descubrí cómo cuidar tu pileta a lo largo del año



ESPACIO PATROCINADO



Ahorrar agua en la cocina: seis recomendaciones prácticas

Conocé los consejos para incorporar en tu rutina diaria



ESPACIO PATROCINADO



¿Cuántos litros de agua debe almacenar mi tanque?

El tanque de agua permite que cada hogar cuente con una reserva que le otorga autonomía ante situaciones de emergencia. Aquí te contamos qué capacidad debe

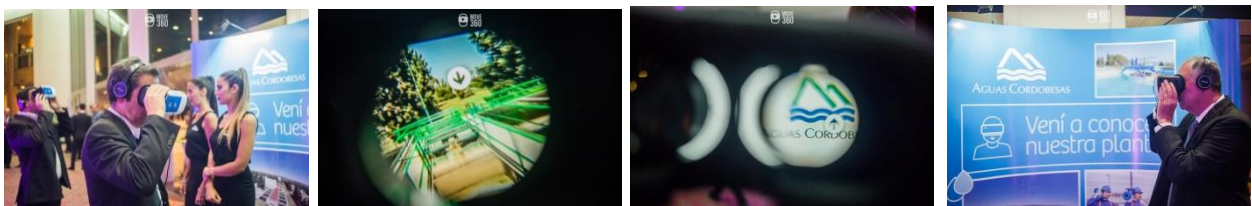
- Se realizaron **Visitas Abiertas a las Plantas Potabilizadoras para todos los vecinos y a través de REALIDAD VIRTUAL las Plantas salieron a la Comunidad.** Con un cronograma de visitas, ambas plantas recibieron a los asistentes que pudieron recorrer y conocer cada instancia del proceso, como así también interactuar con los profesionales que trabajan en ella.

Por otra parte, aprovechando la tecnología que ofrece la **REALIDAD VIRTUAL**, Planta Suquía salió a la **Comunidad**. Un recorrido 360º por las instalaciones, permitieron a más de **453.000 cordobeses** conocer en detalle el proceso de potabilización, viviendo una experiencia innovadora con los cascos y el audio propios de la realidad virtual que nos permitió alcanzar a más personas. Estuvimos presentes en los siguientes eventos:



- **Feria del Libro** – Del 7 al 24 de Septiembre, donde transitaron más de 1.200.000 personas.
- **Jornada de Puertas Abiertas Universidad Siglo 21** – Octubre 2017 – Contó con la participación de más de 5.000 jóvenes.
- **Congreso del Agua**: los días 8,9 y 10 de Noviembre – Participaron 2.500 profesionales del medio.
- **Evento Fundación Junior Achivement Córdoba** – Noviembre 2017- Participaron 500 líderes educativos y empresarios.

Asimismo, dejamos disponible esta posibilidad de recorrer las instalaciones de Planta Suquía por dentro en nuestro sitio web, como así también lo difundimos en redes sociales y en nuestros espacios de marca en La Voz del Interior y en el Doce.tv.



➤ Seguimos apoyando a la Educación y la Formación Continúa

Se dictó el **3er. Curso de Instaladores Sanitaristas** en 6 centros de la ciudad de Córdoba, acción realizada junto al Ministerio de Trabajo y Educación de la Nación, la Fundación UOCRA y la Dirección de Empleos de la Municipalidad de Córdoba. Se beneficiaron 120 personas, recibiendo no sólo la capacitación sino también ropa de trabajo, elementos de seguridad, materiales para realizar las prácticas y una certificación oficial.

Se formó **CORE (Córdoba Responsable)**, una alianza público-privada que conformamos junto a ADEC, Cormecor, COTRECO, Crese, Ecogas, EPEC, Lusa y a la Municipalidad de Córdoba con el objetivo de articular acciones para generar conciencia de un cambio de hábitos en la ciudadanía de Córdoba respecto al uso de los recursos naturales. En el marco de la cual se dictaron 2 Diplomaturas en Gestión Sustentable de los Recursos.

Embajadores del Agua: el programa educativo que se dicta en colegios primarios de la ciudad de Córdoba se DIGITALIZÓ para llegar a más niños y colegios durante 2017.

Continuamos dictando el **Programa Sustenticos en colegios secundarios**, donde los jóvenes aprenden a través de una simulación a desarrollar una empresa sustentable. Asimismo, se desarrolló una sección exclusiva en Espacio Educación de la nueva web para mostrar de qué se trata el programa con videos e imágenes.

Se renovaron las secciones de los programas educativos en la nueva web, dándoles mayor jerarquía y accesibilidad en la web y se desarrolló un espacio propio a cada uno con nuevo contenido:

- **Córdoba se vistió de Aguas Cordobesas en la Maratón Aniversario** que se llevó a cabo junto a La Voz del Interior y Canal 12. Más de 6.000 inscriptos, número que superó ampliamente las ediciones anteriores.
- **Se renovó el puesto de hidratación**, vistiendo con la campaña aniversario tanto el camión aguador, las mesas y los vasos.
- Se participó en **más de 25 eventos deportivos y comunitarios** en diversos puntos estratégicos de la ciudad, coronando un año especial para nuestra empresa donde, una vez más, pusimos de manifiesto el compromiso con el deporte, y la familia cordobesa.

RESULTADOS E IMPACTO DEL PLAN

El plan ha sido exitoso, superando ampliamente los objetivos planteados. La empresa logró consolidar su imagen y posicionamiento en la ciudad de Córdoba, se constituyó en un referente en el cuidado del recurso.

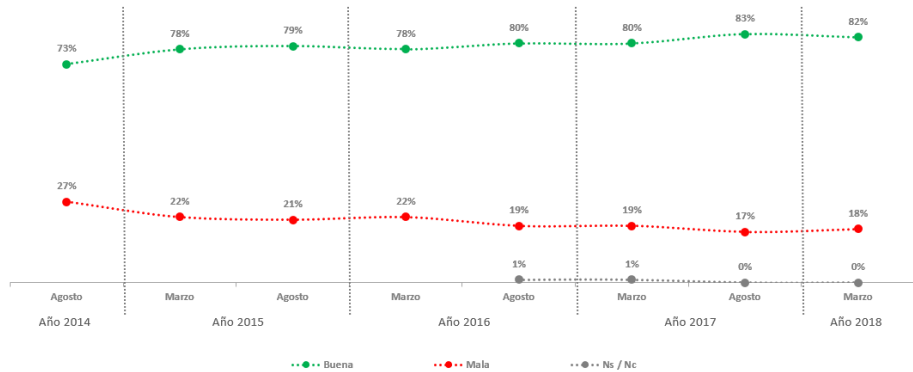
A través de cada acción propuesta mostramos una empresa en movimiento, que avanza, que evoluciona y que está a la altura de lo que hoy exige la sociedad a una empresa que brinda un servicio público tan esencial para la vida como es el agua. Veamos los resultados en números.

- La identidad de marca evolucionó con un nuevo sistema iconográfico más moderno y fresco y la formulación del nuevo slogan: **EL AGUA NOS UNE, EL FUTURO TAMBIÉN**, renovando así la vigencia del compromiso asumido con la comunidad. Se diseñó un **logotipo de los 20 años** que acompañó toda la comunicación de la empresa durante el año aniversario.
- Se participó en más de **30 eventos**.
- Se obtuvo un **82% de imagen positiva***, 2 puntos porcentuales más que la medición de marzo 2017, fortaleciendo la imagen y ratificando el alto nivel de aceptación.

Imagen de Aguas Cordobesas

Nota 1: hasta agosto del 2016 se medía Insatisfecho con los valores 1, 2 y 3, Indiferente con 4 y Muy Satisfecho 5, 6 y 7

Nota 2: desde marzo de 2017 se mide Mala con valores 1, 2, 3, 4 y 5 y Buena con 6, 7, 8, 9 y 10.



117



➤ De marzo 2017 a marzo 2018, se incrementó la imagen de la empresa como:

- comprometida con los clientes, 11 puntos porcentuales (69 %)
- comprometida con la comunidad, 11 puntos porcentuales (63 %)
- comprometida con la Educación, 19 puntos porcentuales (53%)
- preocupada por la calidad del producto, 9 puntos porcentuales (62%).

Posición sobre distintos aspectos de AACC: nivel de acuerdo

	Marzo 2013	Agosto 2013	Marzo 2014	Agosto 2014	Marzo 2015	Agosto 2015	Marzo 2016	Agosto 2016	Marzo 2017	Agosto 2017	Marzo 2018
Comprometida con el cuidado del agua	58%	61%	40%	50%	52%	50%	56%	59%	58%	64%	70%
Comprometida con el cliente	64%	70%	49%	54%	55%	58%	62%	63%	58%	63%	69%
Moderna	--	--	--	--	--	--	--	--	51%	55%	69%
Confiable	59%	66%	48%	51%	46%	58%	53%	65%	54%	56%	67%
Eficaz	--	--	--	--	--	--	--	--	49%	59%	66%
Comunicativa	53%	54%	41%	53%	41%	50%	56%	52%	43%	54%	63%
Que escucha y entiende a sus clientes	58%	61%	40%	50%	52%	50%	56%	61%	49%	58%	63%
Preocupada por la calidad del producto	60%	66%	41%	49%	52%	56%	55%	54%	53%	59%	62%
Comprometida con la comunidad	58%	64%	44%	48%	57%	51%	51%	57%	51%	55%	62%
Comprometida con el medio ambiente	49%	58%	37%	42%	48%	49%	47%	50%	46%	46%	59%
Cálida	34%	41%	30%	39%	41%	37%	32%	47%	43%	45%	59%
Justa	--	--	--	--	--	--	--	--	38%	42%	56%
Transparente / Sincera	34%	46%	25%	30%	28%	33%	31%	49%	41%	39%	54%
Comprometida con la educación	47%	49%	32%	36%	32%	47%	42%	44%	34%	41%	53%
Honesta	45%	51%	23%	27%	28%	31%	27%	49%	37%	39%	53%

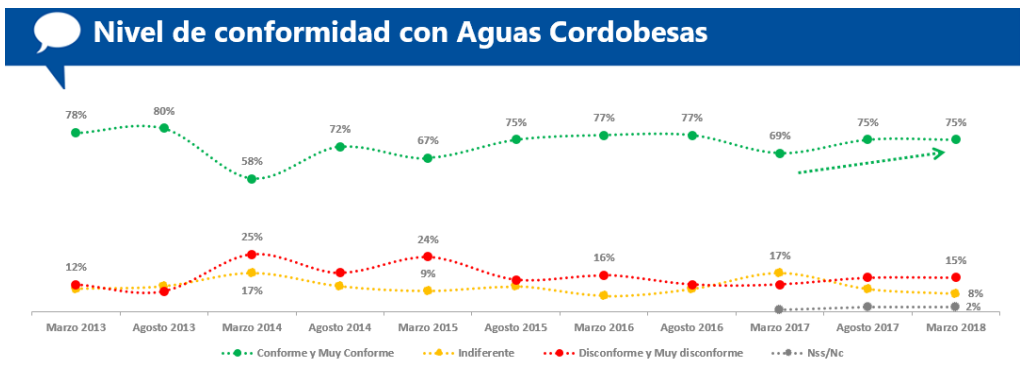
123

Base: completa.

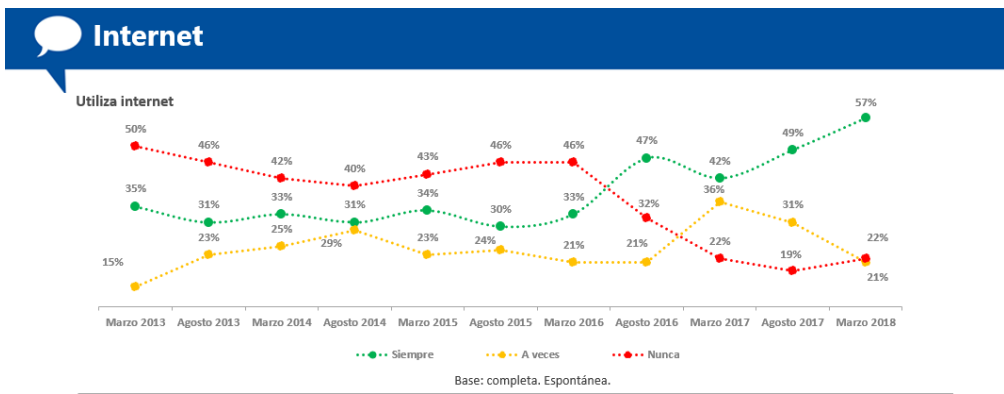


* En la encuesta semestral realizada en Marzo 2018 por la consultora Delfos.

➤ **Nivel de Conformidad con Aguas Cordobesas: recupera 6 puntos** con respecto a la medición de marzo 2017*.



- Se obtuvo una Frecuencia superior a **15 sobre los 500.000 clientes de la empresa.**
- Se desarrollaron más de **50 piezas publicitarias en el marco campaña 360º.**
- La campaña tuvo:
 - **37.181 segundos en TV** (4.903" sólo en el mes de lanzamiento)
 - **61.550 segundos en Radio** (7.410" sólo en el mes de lanzamiento)
 - Presencia en las principales arterias de la ciudad durante un mes con Publicidad en Vía Pública.
- Se creció en las **Redes Sociales un 132% en Facebook y un 76% en Twitter.**
- Las Visitas en al perfil de **Twitter se incrementaron en un 240%**, y se obtuvieron más de **300.000 impresiones** en Twitter en el **público de periodistas e influencers.**
- El Día de Campo convocó a **480 personas** entre colaboradores y sus familias.
- **91 colaboradores** participaron al Desafío 2017 – 20 años
- **Une** (Intranet) se posicionó como el **canal Nº1 de comunicación interna**, sumando **300.820 ingresos** al sitio desde su lanzamiento; un promedio de **824 visitas por día y 250 lecturas por noticia** publicada.
- **25% de los Colaboradores** fueron reconocidos por cumplir también **20 años en la empresa.**
- Logramos el **indicador de Clima Interno** más alto de la historia de la compañía con **un 83 %**, superando el objetivo de incrementar este índice en un **2%.****
- **96% de Satisfacción por trabajar en la empresa.**
- **La nueva WEB incrementó la cantidad de Páginas Vistas y Visitas al sitio, y por lo tanto el uso*.**



* En la encuesta semestral realizada en Marzo 2018 por la consultora Delfos.

** En la encuesta de Clima Interno 2017.

- **El aplicativo mobile logró mejorar la comunicación directa** para informar el estado del servicio. El

AVISO OPORTUNO DE LOS CORTES **MEJORO 21 puntos** en Marzo 2018*.

	Agosto 2016					Marzo 2017					Agosto 2017*					Marzo 2018*				
	1-2	3-4	5-6	7	Ns/Nc	1-2	3-4-5	6-7-8	9-10	Ns/Nc	1-2	3-4-5	6-7-8	9-10	Ns/Nc	1-2	3-4-5	6-7-8	9-10	Ns/Nc
Cumplimiento con los tiempos de corte		16%	16%	14%	13%	25%	20%	21%	10%	24%	20%	22%	28%	25%	5%	15%	17%	31%	28%	9%
Comunicación de la duración de los cortes		21%	15%	10%	10%	31%	20%	22%	9%	18%	20%	25%	26%	21%	8%	14%	20%	28%	25%	13%
Calidad del agua posterior al corte		--	--	--	--	27%	26%	24%	8%	15%	24%	33%	26%	13%	4%	20%	38%	25%	11%	6%
Aviso oportuno para realizar cortes		20%	13%	11%	9%	33%	20%	24%	10%	13%	22%	25%	26%	24%	3%	15%	21%	28%	27%	9%

*Hasta agosto de 2016 se evaluaban los atributos del 1 al 7, siendo 1 Muy Malo y 7 Muy Bueno. A partir de marzo de 2017 se evalúa del 1 al 10, siendo 1 Muy Malo y 10 Muy bueno

Base: personas a las que le faltó el agua desde agosto de 2017 (71%) (357 casos). Asistida.



49

- **35% de los proveedores** críticos de la compañía hoy **utilizan el Portal Exclusivo**.
- **45 periodistas** visitaron la **Planta** y **participaron de los eventos**: Inauguración Ampliación Planta Suquía y Nueva EE.
- Se publicaron **96 notas de Generación de Contenido** en La Voz del Interior, El Doce TV y Cadena 3 durante 2017. Indicadores:
 - **DOCE TV:**
 - 479.958 Alcance en Facebook
 - 31.432 Impresiones en Twitter
 - 8.178 lecturas en el sitio web
 - **La Voz del Interior:**
 - 2.899.800 Alcance de 72 Notas generadas.
 - 180.751 personas ingresaron a las notas
 - 110.484 Usuarios Registrados
 - 43.538 Notas Compartidas en distintas plataformas (Facebook/ Twitter/Whatsapp)
 - **Cadena 3:** 32.117 usuarios leyeron las notas en la web.
- **1100 Alumnos** participaron del **Programa Embajadores del Agua**
- **1400 Alumnos** participaron del **Programa Sustentic**
- **108 alumnos** egresaron del **Curso Instaladores Sanitaristas** domiciliarios mejorando su empleabilidad.
- **65 alumnos** egresaron de las **2 Diplomaturas Gestión Sustentable de los Recursos**.
- **Premio IDEA a la Excelencia Institucional:** en 2016 nos posicionamos en 7° lugar; en 2017 obtuvimos el 1° puesto.

* En la encuesta semestral realizada en Marzo 2018 por la consultora Delfos.

En Conclusión:

Luego de un año complejo, donde la Organización tuvo un alto nivel de exposición por factores externos, muchos de ellos adversos, logró reforzar y renovar su compromiso con la comunidad. Tal como lo demuestran todos los indicadores mencionados, podemos afirmar que la Campaña General de Comunicación Institucional llevada a cabo por el 20 Aniversario superó ampliamente con todos los objetivos fijados en su planificación.