

**“AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA  
CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO”**

**RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 007-2024 EMUSAP S.A./Ama3**

**Chachapoyas, martes 16 de enero 2024**

**VISTO**

El Informe N° 002-2024-EMUSAP S.A./GG/OII/ de fecha 09 de enero de 2024 del Analista de Imagen y Promoción, remite para su aprobación el Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 para la EPS EMUSAP S.A., adjuntado el referido documento de gestión, con el proveído de Gerencia General, y;

**CONSIDERANDO:**

Que, la EPS EMUSAP S.A. es una empresa prestadora de servicios de saneamiento de accionariado municipal, constituida como empresa pública de derecho privado, bajo la forma societaria de sociedad anónima, cuyo accionariado esta suscrito y pagado en su totalidad por la Municipalidad Provincial de Chachapoyas, posee patrimonio propio y goza de autonomía administrativa, económica y de gestión. Su ámbito de competencia es la localidad de Chachapoyas, incorporado al Régimen de Apoyo Transitorio (RAT) por el Consejo Directivo del OTASS a través de su Sesión N° 013-2018 de fecha 19 de noviembre de 2018, acuerdo que fue ratificado por el Ministerio de Vivienda Construcción y Saneamiento - MVCS mediante Resolución Ministerial N° 375-2018-VIVIENDA de fecha 6 de noviembre de 2018.

Que, el artículo 31° del Texto del Reglamento de Organización y Funciones de la EPS EMUSAP S.A., aprobado por Resolución de Gerencia General N° 157-2023-EMUSAP S.A./Ama3, señala que el Equipo de Imagen Corporativa y Gestión Social, es la Unidad Funcional que depende de la Gerencia General, responsable de formular, proponer y ejecutar las estrategias de comunicación, gestión social, prensa e imagen corporativa.

Que, el numeral 32.1 del artículo 32° del Texto del Reglamento de Organización y Funciones, señala que el Equipo de Imagen Corporativa y Gestión Social, tiene entre sus funciones: Elaborar y proponer políticas y lineamientos de comunicación, gestión social y prensa alineados a los objetivos de la Empresa, así como también el numeral 32.6 prescribe como otra de sus funciones: formular, ejecutar y supervisar las acciones de comunicación, educación sanitaria, gestión social y prensa que la empresa implemente.

Que, atendiendo a ello, mediante Informe N° 002-2024-EMUSAP S.A./GG/OI de fecha 09 de enero de 2024, el Analista de Imagen y Promoción, presenta el Plan Estratégico de Comunicaciones (PEC) 2024-2025, que incluye los procesos de Comunicación Interna y Externa. Asimismo, dicho plan tiene como objetivo en el caso de la comunicación interna, fortalecer el compromiso para querer una imagen y reputación de la empresa como un lugar donde se valoran y respetan a los empleados, así como, se promueva su desarrollo y crecimiento profesional; para el caso de la comunicación externa promover la imagen y reputación de la empresa a través de actividades que demuestren su compromiso con la comunidad y el medio ambiente, y que a la vez permitan generar un impacto positivo en la sociedad.

Que, conforme se indica en el documento del visto, se presenta el Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 para la EPS EMUSAP S.A., donde se ha realizado un diagnóstico situacional, y se propone estrategias y actividades de comunicación que permitirán cumplir los objetivos propuestos, dicho plan consta de 30 folios.

Que, el objetivo del presente Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 para la EPS EMUSAP S.A., se da en el marco de la modernización de los servicios de saneamiento. Al respecto, se toma como referencia el Reglamento de la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento, los objetivos de la política pública del sector saneamiento.

Que, mediante proveído de Gerencia General de fecha 09 de enero de 2024 inserto en el informe N° 0002-2024-EMUSAP S.A.-GG-OII/, solicita a la Gerencia de Asesoría Jurídica: formular resolución de aprobación del presente plan de comunicaciones.



En virtud de ello, resulta necesario que vía acto resolutivo se formalice la aprobación del Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 de la EPS EMUSAP S.A.

Estando en aplicación de las facultades conferidas a esta Gerencia General en el Artículo 40° Numeral 3 del Estatuto de la Empresa, y demás normas concordantes, con los vistos del Gerente de Administración y Finanzas, Gerente de Operaciones, Gerente Comercial, Gerente de Asesoría Jurídica y la Jefa (e) de Desarrollo y Presupuesto.

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR** el Plan de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 de la EPS EMUSAP S.A., que como anexo forma parte integrante de la presente resolución en treinta (30) folios.

**ARTÍCULO SEGUNDO.- DISPONER** que el Analista de Imagen y Promoción realice la implementación, seguimiento y evaluación del Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 de la EPS EMUSAP S.A.

**ARTÍCULO TERCERO.- NOTIFICAR** a los órganos internos de la empresa y demás instancias competentes interesadas, para los fines pertinentes.

**ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER** la publicación de la presente resolución y anexo en el portal institucional [www.emusap.com.pe](http://www.emusap.com.pe) y en el Portal de Transparencia de la EPS EMUSAP S.A.

**REGISTRESE, COMUNIQUESE Y PUBLÍQUESE**

  
  
ING. Carlos Alberto Mestanza Iberico  
GERENTE GENERAL

C.c

Archivo.

Registro de Resolución: 2446.004



**INFORME N° 010-2024-EMUSAP S.A./GG/GAJ/Ama3**

PARA : ING. CARLOS ALBERTO MESTANZA IBERICO  
GERENTE GENERAL - EMUSAP S.A.  
ASUNTO : RESOLUCIÓN DE APROBACION DE PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN  
INTERNA Y EXTERNA 2024-2025 DE LA EPS EMUSAP S.A.  
REF. : PROVEIDO DE GERENCIA GENERAL INSERTO EN EL INFORME N° 002-2024-  
EMUSAP S.A./GG-OII  
FECHA : Chachapoyas, 16 de enero de 2024

Es grato dirigirme a usted para saludarle y al mismo tiempo presentarle la resolución de aprobación del Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024-2025 de la EPS EMUSAP S.A.

Es todo cuanto tengo que informar a usted para su conocimiento y demás fines conforme a ley.  
Atentamente,

 EMUSAP S.A.

  
WILBER SANTILLAN TAFUR  
GERENTE ASESORIA JURIDICA

NT 2446.003

PROVEIDO - Gerencia General - EMUSAP S.A.  
Fecha: 16.ENE. 2024  
Departamento - Área - Personal - Señor (a) (srta)  
1 Asesor Jurídico  
2 Impresión Resolución para Firma  
3  
ING. CARLOS ALBERTO MESTANZA IBERICO  
GERENTE GENERAL

*Resol. 007  
Fecha: 16-01-2024  
Mg. 2446.004*

"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho".

**INFORME N° 000002-2024-EMUSAP S.A.- GG-OII/**

**SEÑOR** : **ING. CARLOS MESTANZA IBERICO**  
Gerente General

**DE** : **LIC. ESTUARDO RAFAEL CHAVARRY MORALES**  
Analista de Imagen y Promoción

**ASUNTO** : **PRESENTACIÓN DE LA SUBSANACIÓN DE OBSERVACIONES DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA.**

**FECHA** : **Chachapoyas, 09 de enero de 2024.**

Con especial agrado me dirijo al despacho de su digno cargo, a fin de expresarle un cordial saludo y a la vez hacerle llegar **la subsanación de las observaciones** presentadas al **Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa con vigencia 2024-2025**, el mismo que se presentó mediante INFORME N° 001 – 2024 con fecha 08 de enero del presente año.

Asimismo, solicito ante su despacho proceder con la gestión correspondiente para su aprobación e iniciar con su ejecución. Me despido agradeciendo de antemano la atención brindada.

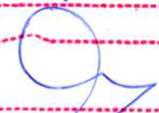
- Adjunto Correcciones del Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa- EMUSAP S.A.

Atentamente:

**EMUSAP S.A.**  
*[Firma]*  
Lic. Estuardo Rafael Chavarry Morales  
ANALISTA DE IMAGEN Y PROMOCIÓN

NUMERO DE TRÁMITE:  
2464.001

2446.002

<b>PROVEÍDO - Gerencia General - EMUSAP S.A</b>	
Fecha: <b>09 ENE 2024</b>	
Departamento - Área - Personal - Señor (a) (srta)	
1	<i>Asesor Jurídico</i>
2	<i>Formulo postulación de aprobación del pte plan de comunicación</i>
3	
 <b>ING. CARLOS ALBERTO MESTANZA IBERICO</b> GERENTE GENERAL	

# **Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa 2024 EMUSAP S.A.**

---

**Oficina de Imagen y Promoción.**

**Chachapoyas, enero de 2024.**

## ÍNDICE:

- Presentación de la organización
- Base legal
- Evaluación de la situación actual de la comunicación en la EPS
  - Política de comunicación de la EPS Emusap S.A.
  - Necesidades en la oficina de comunicación
  - Estudios de evaluación y medición
- Enfoques de comunicación
- Diagnóstico
- 4.1 Análisis FODA
- 4.2 Análisis CAME
- 4.3 identificación de situaciones positivas y negativas de la organización
- Público objetivo
  - Público interno
  - Público externo
- Estrategias
  - Comunicación interna
  - Comunicación externa
- Objetivos
- Mensajes clave
- Actividades
- Selección de medios
- Productos de comunicación
- Presupuesto
- Programación
- Evaluación, medición y monitoreo



## 1. Introducción

### Presentación:

Para EMUSAP S.A., contar con un Plan Estratégico de Comunicación Interna y Externa es de importancia medular. Si además esta empresa desarrolla servicios que integran una agenda de prioridades para el desarrollo de una sociedad, la comunicación y su estrategia se convierten en un soporte vital de articulación de esfuerzos en los ámbitos internos y externos de la empresa y contribución a la difusión de avances de política pública relacionada a su sector, y de promoción de “educación o social” como factor clave para involucrar a la ciudadanía en el logro de tales objetivos de desarrollo.

Para el caso específico de EMUSAP S. A., se trata de emprender desafíos de imagen institucional, educación sanitaria. Así también, se debe considerar que la comunicación cumple funciones instrumentales, las que propician interacción con diversos grupos de interés, tanto internos (trabajadores, sindicato) como externos (ente rector, entes reguladores, fiscalizadores, sociedad civil, etc.).

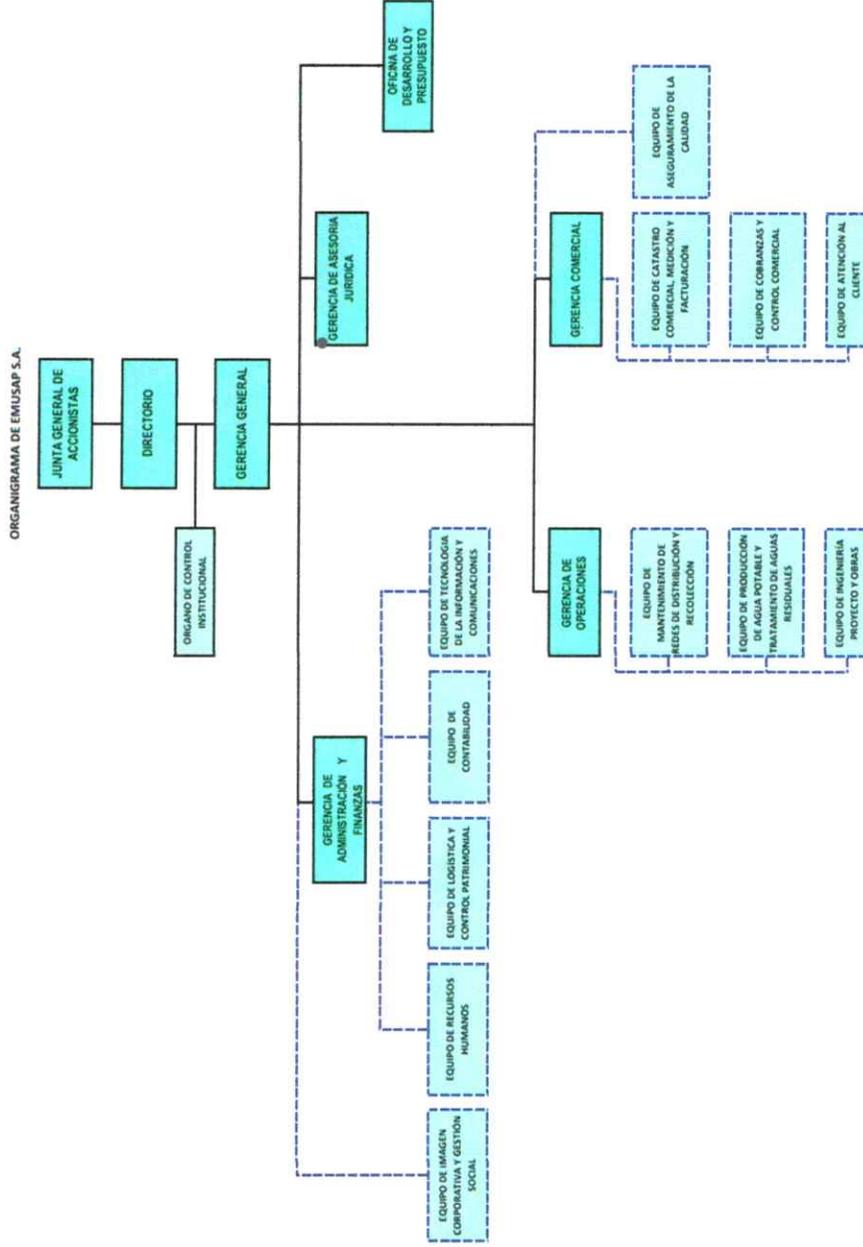
En el ámbito de la Responsabilidad Social y Comunicaciones específicamente, la organización debe empeñarse en mantener una agenda de sinergia con sus grupos de interés, además de cuidar y consolidar su imagen externa.

Por todo lo enunciado, cobra mayor trascendencia, el presente plan de comunicación; pues éste organiza y orienta todas las actividades e iniciativas de la empresa en una dirección coherente de comunicación, que aporta a su credibilidad. Este plan enlaza la comunicación interna y externa de EMUSAP S. A., en el propósito de generar la debida participación en cada caso y de configurar sinergias efectivas para la creación de valor.



### 1.1 Organigrama.

Organigrama de la EPS EMUSAP S.A.



Versión 10  
Abril 2023



## 1.2. Visión.

- Abastecer los servicios de saneamiento a las localidades de nuestro distrito; con calidad, eficiencia y responsabilidad social; conservando y protegiendo la cuenca hidrográfica de Tilacancha, Allpachaca; y el entorno ecológico de la ciudad de Chachapoyas.

## 1.3. Misión.

- Ser una empresa consolidada que se diferencia positivamente en el sector de saneamiento por brindar un servicio de alta calidad a la población chachapoyana.

## 1.4. Valores Institucionales:

- Calidad.
- Eficiencia.
- Responsabilidad Social.
- Honestidad.
- Responsabilidad.
- Respeto.
- Trabajo en Equipo.
- Identificación y compromiso institucional.

## 1.5. Competencias corporativas:

Corresponden al conjunto de conocimientos y habilidades que están relacionados entre sí, ya que, en combinación, permiten el desempeño satisfactorio del trabajador de EMUSAP S.A. para alcanzar las metas organizacionales.

Se han establecido las siguientes competencias corporativas para EMUSAP S.A.; es decir aquellas que todo trabajador debe tener y aplicar en la realización de sus funciones:

- Compromiso e integridad:** Asumir los objetivos y metas de la organización aportando acciones alineadas a las disposiciones organizacionales, actuando de manera transparente, lo que le permite asumir las consecuencias por sus actos y hacer las enmiendas que sean necesarias generando credibilidad.
- Orientación al cliente:** Brindar un servicio óptimo y eficiente de agua potable y alcantarillado para satisfacer las necesidades y expectativas de los usuarios buscando la mejora continua en su atención con el objetivo de establecer una relación asertiva entre comunidad – empresa.
- Orientación a resultados:** Actuar de manera oportuna y proactiva para conseguir los objetivos de la empresa, fortaleciendo lo vínculo entre las

diferentes áreas de trabajo para asegurar el cumplimiento de objetivos y metas, así como la sostenibilidad de la empresa.

**2. Base Legal:**

El PEC de la EPS EMUSAP S.A. se ha elaborado teniendo en cuenta:

- Estatuto de la EPS EMUSAP S.A.
- Reglamento interno de Trabajo de la organización.
- Ley N°. 31638, Ley de presupuesto del sector público para el año fiscal 2023.
- Ley N.A 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la información Pública.
- Ley N.A 31515, Ley que modifica la Ley N.A 28874, Ley de Publicidad Estatal.
- Ley N.º 28983, Ley de igualdad de oportunidades entre Mujeres y Hombres.

**3. Enfoques de comunicación:**

Los enfoques de comunicación pretenden fomentar un cambio de comportamiento en cada usuario o colaborador que forma parte de la organización, de manera transversal y sin distingo de relación contractual con EMUSAP S.A.

De acuerdo con ello, las diversas acciones y actividades consideradas en el presente Plan Estratégico de Comunicación Externa e Interna considerarán mínimamente 2 tipos de enfoques de comunicación para su consideración y aplicación práctica.

**Enfoque de interculturalidad:** Fomenta la sana convivencia entre las personas de las diversas áreas de la empresa y su relación con la población usuaria y no usuaria de los servicios que brinda; considerando que es una comunidad de personas de diferentes culturas y religiones que son protagonistas y titulares de derechos.

**Enfoque de participación:** Es la forma de práctica investigativa en la cual grupos de personas organizan sus actividades con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida y aprender de su propia experiencia, atendiendo a valores y fines compartidos.

En la aplicación práctica de las estrategias y actividades se tendrá en cuenta lo siguiente.

ENFOQUE TRANSVERSAL	VALORES	ACTITUDES
	Respeto a la identidad cultural	Reconocimiento al valor de las diversas identidades culturales y relaciones de pertenencia del público usuario y no usuario.

INTERCULTURAL	Justicia	Respeto a los derechos de todos, exigiendo sus propios derechos y reconociendo derechos a quienes le corresponde.
	Dialogo intercultural	Fomento de una interacción equitativa entre diversas culturas mediante el dialogo y el respeto mutuo.
PARTICIPACIÓN	Igualdad.	Reconocimiento al valor inherente de cada persona, por encima de cualquier diferencia de género.
	Empatía	Reconoce y alora las emociones y las necesidades afectivas de las otras y los otros, mostrando sensibilidad e identificando situaciones de desigualdad.



**4. Evaluación de la situación actual de la comunicación en la organización:**



**4.1. Política de comunicación de la organización:**

En la actualidad, EMUSAP S.A., no cuenta con una política de comunicación formal que este planteada en un documento de gestión que haya sido aprobado ni de conocimiento de la alta dirección sobre todo para su cumplimiento en todas las líneas jerárquicas de la empresa.



Conociendo dicha carencia sobre una política formal que se aplique transversalmente a todas las áreas de EMUSAP S. A., el presente Plan de Comunicación Interna y Externa, que servirá como el documento de gestión que plantee los diferentes lineamientos de comunicación necesarios y de cumplimiento obligatorio en las diversas acciones que se presenten en la empresa e impacten en la imagen y la reputación de esta.



**1. Comunicación basada en la ética y los valores:** La política de comunicación de EMUSAP S.A. debe estar basada en los valores éticos de la empresa, como la honestidad, la responsabilidad y la transparencia. Los mensajes de la empresa deben reflejar estos valores en todas las comunicaciones internas y externas.

**2. Enfocarse en los intereses de los clientes:** La comunicación de EMUSAP S.A. debe estar enfocada en los intereses y necesidades de sus clientes. La empresa debe escuchar activamente las quejas y sugerencias de los clientes y responder con rapidez y eficacia a sus solicitudes.

**3. Planificación de la comunicación de crisis:** EMUSAP S.A. debe contar con un plan de comunicación de crisis para manejar situaciones imprevistas que puedan surgir. este plan debe incluir un equipo de respuesta a crisis y un protocolo claro para manejar las comunicaciones en situaciones de emergencia.



**4. Comunicación interna efectiva:** La comunicación interna es clave para el éxito de la empresa. EMUSAP S.A. debe tener una política clara de comunicación interna que fomente la colaboración y el trabajo en equipo, y que permita a los empleados estar informados sobre las novedades y los cambios en la empresa.

**5. Relaciones con los sindicatos:** EMUSAP S.A. debe tener una política clara para la gestión de las relaciones con los sindicatos. La empresa debe mantener una comunicación abierta y transparente con los representantes sindicales y trabajar de manera colaborativa para resolver cualquier conflicto.

**6. Comunicación innovadora:** EMUSAP S.A. debe estar abierta a la innovación en la comunicación y utilizar nuevas herramientas y tecnologías para llegar a su audiencia de manera más efectiva. Por ejemplo, la empresa puede utilizar las redes sociales y las aplicaciones de mensajería para comunicarse con sus clientes y empleados de manera más rápida y efectiva.

**7. Evaluación y mejora continua:** La política de comunicación de EMUSAP S.A. debe ser evaluada y mejorada continuamente para garantizar su eficacia. La empresa debe medir el impacto de su comunicación y realizar ajustes según sea necesario para mejorar la eficacia de sus mensajes.

#### 4.2. Necesidades de comunicación de la organización

El área de comunicación de EMUSAP S.A. es de reciente creación e implementación y cuenta con un analista imagen. Asimismo, la infraestructura y el equipamiento necesario para desarrollar las actividades de la oficina aun es básico, por lo que se requiere contar con más equipos audiovisuales y personal especializado en diseño gráfico y edición. Por lo que, se requiere un presupuesto asignado específicamente para las actividades de la oficina de comunicación, el cual permita poner en marcha el plan estratégico de comunicación interno y externo en todas sus líneas.

Cabe resaltar que, la gerencia general convoca a la oficina de comunicación en las diferentes reuniones de directorio para informar de las acciones que se vienen desarrollando y permite sugerir diversas estrategias de comunicación para llegar en forma oportuna y directa a la población.

	Lo que se tiene	Lo que se espera	Costo aproximado	Comentarios
<b>Necesidades</b>				
<b>Presupuesto</b>	S/.	S/.	S/.	
<b>Personal</b>	Analista de imagen Asistente de Imagen.	Especialista en diseño gráfico Especialista en edición de videos	S/ 20,000.00	Actualmente, solo se cuenta con el Analista, solo se requiere personal de apoyo.

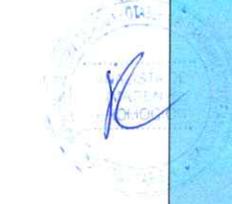
<p><b>Infraestructura</b></p>	<p>inmobiliario o prestado</p>	<p>02 módulos para computadora</p> 	<p>S/. 1360.00</p>	<p>Estructura y mandil en melamine de 19mm, de 03 cajones - Dimensiones: Larg:1.20m Ancho: 0.70m Alto: 075m - Color: negro</p>
<p><b>Equipamiento o tecnológico</b></p>	<p>Sillas prestadas</p>	<p>02 SILLAS DE OFICINA GIRATORIAS</p> 	<p>s/. 800.00</p>	<p>Material del tapiz: PU Cuerina; Material del Relleno: Esponja; Material de la estructura: 80% Polipropileno y 15% metal; Resistencia de la silla: 100 kg; Alto de silla: 104-112 cm; Ancho de silla: 60 cm; Profundidad de silla: 69 cm; Color de silla: Negro; 1 Placa con mecanismo de inclinación; 2 Apoyabrazos de silla: Ajustables; Altura de la silla: Respaldo Regulable; Marca de silla: ATP; Medida cajas de silla: 78 x 48 x 48cm; Tipo de silla: Silla Giratoria; Base de metal cromada con 5</p>



			Aspas; Incluye ruedas ABS de alta resistencia.
Cajones prestados	<p><b>ESTANTE DE MELAMINA CON DOS PUERTAS Y LLAVE</b></p> 	S/. 980.00	<p>Alto: 2 Metros. Ancho: 80 Centímetros. Fondo: 37 Centímetros.</p> <p>* 05 Niveles interior con medidas para ARCHIVADOR oficina.</p> <p>* 02 Puertas para todo el mueble con llave.</p> <p>Color negro, fabricado en melamina 18MM.</p>
No se cuenta con el material	<p><b>STEMA DE MICRÓFONO DE SOLAPA INALÁMBRICO</b></p> 	S/. 664.00	<p>2.4G, transmisor doble y 1 receptor de micrófono de solapa de forma inalámbrica en la cámara, smartphone, tableta, micrófono inalámbrico.</p>
No se cuenta con el equipo	<p><b>K&amp;F CONCEPT TRÍPODE PROFESIONAL DE FIBRA DE CARBONO CON MONOPIE Y</b></p>	S/. 630.00	<p>Patas de fibra de carbono de 8 capas</p> <p>Columna central desmontable y reversible</p>


		<p>RÓTULA DE BOLA (70")</p> 		<p>Gancho de lastre</p> <p>Separación de piernas independiente</p> <p>La pata extraíble se convierte en monopie/bastón de trekking</p> <p>Rótula compatible tipo Arca con placa de liberación rápida</p>
<p>No se cuenta con el equipo</p>		<p>MANFROTTO GIMBAL 460 KIT</p> 	<p>S/2,579.00</p>	<p>arga útil de 10 libras</p> <p>Acceso LCD táctil a la mayoría de los modos/configuraciones</p> <p>Plataforma Arca-Swiss y placa QR</p> <p>Bloqueos de eje para un fácil equilibrio</p> <p>Panorámica de 360°, inclinación de 230° y rotación de giro de 360°</p> <p>Hasta 12 horas de duración de la batería</p> <p>Aplicación complementaria para iOS/Android</p>



  	<p>No se cuenta con el equipo</p>	 <p><b>Disco duro externo 2TB</b></p>	<p>S/. 300.00</p>	<p>software de diseño gráfico, ilustración y técnico - CoreIDRAW S/1 300.00 por año</p> <p>Windows 11 o Windows 10 (versión 21H1 o posterior), de 64 bits, con las últimas actualizaciones</p> <p>Intel Core i3/5/7/9 o AMD Ryzen 3/5/7/9/Threadripper, EPYC</p> <p>Tarjeta de vídeo compatible con OpenCL 1.2 con más de 3 GB de VRAM</p> <p>8 GB de RAM</p> <p>5,5 GB de espacio en el disco duro para los archivos de la aplicación e instalación</p>
 	<p>No se cuenta con el material</p>	<p><b>01 KIT LIMPIEZA PROFESIONAL 6 En 1 Lentes Cámaras Nikon Canon</b></p> 	<p>S/. 65.00</p>	<p>Kit de limpieza de cámara profesional para cámaras DSLR - Canon, Nikon, Pentax, Sony - Herramientas y accesorios de limpieza.</p>
	<p>01 cámara fotográfica</p>	<p><b>- 01 CÁMARA CANON XA40 PROFESSIONAL</b></p>		<p>non XA40 Professional UHD 4K Videocámara (3666C002) con</p>

		<p><b>UHD 4K CAMCORDER CON BOOM INCORPORADO</b></p> 	<p>S/. 9000.00</p>	<p>batería extra, bolsa acolchada suave, tarjeta de memoria de 64GB, luz LED, dioptrías de cerca, lentes y paquete más avanzado (renovado)</p>
		<p><b>crófono de video M-1 para entrevista DSLR</b></p> 	<p>S/. 132.66</p>	<p>tikysky Micrófono de cámara, micrófono de escopeta para Canon Nikon Sony Fuji Videomic con parabrisas, conector de 0.138 in</p>
<p><b>Licencias de software</b></p>	<p>Se cuenta con programas descargados</p>	<p>Adobe Premiere Pro for Windows Adobe Photoshop Adobe Ilustrador</p>	<p>S/. 820.20</p>	<p>Consigue las más de 20 aplicaciones de Creative Cloud, incluidas Photoshop y Acrobat Pro. Paga S/ 820.20/año durante el primer año y S/ 1,236.00/año después.</p>
<p><b>Total</b></p>			<p>S/. 38.830.86</p>	



**4.3. Estudio de evaluación y medición:**

Actualmente, EMUSAP S.A. no cuenta con documentos de evaluación ni estudios de posicionamiento ni percepción que permitan conocer en qué estado se encuentra la imagen y la reputación de la empresa tanto para el cliente interno como externo. El presente Plan Estratégico de Comunicación servirá de punto de partida, considerando las estrategias y actividades plateadas, para un futuro monitoreo, evaluación y medición de las herramientas desarrolladas durante el año 2023.

**5. Diagnostico:**

**5.1. Análisis FODA de la organización:**

ANÁLISIS OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL	
<b>FORTALEZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal identificado con las competencias corporativas.</li> <li>Compromiso y acción frente a mejoras del servicio como ampliación de redes, cambio de medidores y mantenimiento.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación interna limitadas, requiere desarrollar competencias de comunicación entre trabajadores.</li> <li>Falta de actuar a tiempo en algunas áreas de la empresa.</li> <li>Escaso conocimiento de trabajo y las acciones que desarrolla la empresa por los usuarios.</li> <li>Limitaciones en el financiamiento de obras.</li> <li>Falta de contacto de relación con los medios de comunicación y prensa.</li> <li>Falta de un plan de contingencia ante posibles emergencias que pongan en riesgo a la empresa.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento poblacional.</li> <li>Crecimiento, macroeconómico que genera mayor capacidad adquisitiva en la población.</li> <li>Capacidad de aprender y conocer sobre el trabajo de EMUSAP S.A., por parte de los usuarios.</li> <li>Uso de redes sociales como medio de comunicación e información.</li> <li>Contacto cercano con los diferentes medios de comunicación.</li> <li>Convenios firmados con instituciones aliadas</li> </ul>



<b>AMENAZAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informalidad urbana y sus consecuencias.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distorsión o mala información que tiene aspiraciones políticas sobre la población de la gestión de la empresa.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prácticas de instalaciones clandestinas, uso inapropiado del agua y hurto en algunos sectores de la población.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de la oferta hídrica por el cambio climático.</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riesgos por desastres naturales que afecten la infraestructura sanitaria</li> </ul>



**5.2. Análisis CAME (complementa al FODA).**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D1: Comunicación interna limitada, requiere desarrollar competencias de comunicación entre trabajadores.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C1: Desarrollar competencias o capacitaciones reuniones de integración y de intercambio de experiencias.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D2. Falta de actuar a tiempo en algunas áreas de la empresa.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C2: Desarrollar una mejor comunicación entre las áreas involucradas para atender las emergencias que se reportan.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D3. Escaso conocimiento del trabajo y las acciones que desarrolla la empresa por los usuarios</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C3: Aplicación de un correcto plan de difusión a través de los medios a fin de dar a conocer las acciones que cumple la empresa.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D4. Limitaciones en el mantenimiento de la línea de conducción de Tilacancha.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C4: Fortalecer el plan de mantenimiento periódico de la bocatoma, líneas de conducción y distribución.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D5. Falta de contacto y relación con los medios de comunicación y prensa.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C5: Promover espacios de entrevistas y ruedas de prensa con los medios de comunicación.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D6. Falta de un plan de contingencia ante posibles emergencias que ponga en riesgo a la empresa.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>C6: Implementar un plan de contingencia en caso se presente cualquier incidente que ponga en riesgo a la comunidad de la compañía.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A1: Informalidad urbana y sus consecuencias.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A1: La empresa cuenta con los recursos para mejorar la infraestructura.</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A2: Distorsión o mala información que tiene la</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A2: Brindando una información veraz y oportuna de los</b></li> </ul>



<p><b>población de la gestión de la empresa.</b></p>	<p>problemas que originan la falta de agua en la ciudad y alrededores.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A3:</b> Practicas de instalaciones clandestinas, uso inapropiado del agua y hurto en algunos sectores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A3:</b> Campañas de sensibilización para concientizar a la población del uso racional del agua.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A4:</b> Disminución de la oferta hídrica por el cambio climático.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A4:</b> Aprovechamiento de las vertientes naturales de agua existentes en la zona para restablecer la oferta hídrica en la ciudad.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A5:</b> Riesgos por desastres naturales que afecten la infraestructura sanitaria.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>A5:</b> Implementar un plan de contingencia ante posibles desastres naturales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F1:</b> Personal identificado con las competencias corporativas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>M1:</b> Eventos motivacionales y de capacitación, que involucren a todo el personal de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F2:</b> Compromiso y acción frente a mejoras del servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>M2:</b> Establecer metas claras y medibles involucrando a todos los trabajadores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O1:</b> Crecimiento poblacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E1:</b> Priorizar la ejecución de nuevos proyectos que permitan mejorar la producción y distribución del recurso hídrico.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O2:</b> Crecimiento macroeconómico que genera mayor capacidad adquisitiva en la población.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E2:</b> Brindando un servicio de calidad la empresa obtendrá una mejor imagen y por ende genera mayores recursos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O3:</b> Capacidad de aprender y conocer sobre el trabajo de EMUSAP por parte de los usuarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E3:</b> Fomentar campañas de sensibilización y empoderamiento de la función que cumple la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>O4:</b> Uso de redes sociales, como medio de comunicación e información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>E4:</b> Aprovechar el conocimiento de nuevos programas y aplicaciones que se vinculan con las redes sociales para sacar los mejor de ellos.</li> </ul>



- **O5: Contacto cercano con los diferentes medios de comunicación.**
- **O6: Convenios firmados con instituciones aliadas.**
- E5: Ofrecer información de calidad y organizar eventos y ruedas de prensa para dar a conocer los proyectos y logros de la empresa. Invita a los periodistas y medios de comunicación a visitar las instalaciones de la empresa y mostrarles cómo funcionan los procesos de producción.
- E6: Intercambio de experiencias, generar eventos de capacitación, pasantías y obtener financiamiento de entidades públicas y privadas para desarrollar nuevos proyectos de saneamiento.



**5.3. Identificación de situaciones positivas y negativas dentro y fuera de la organización:**

COMUNICACIÓN INTERNA	COMUNICACIÓN EXTERNA
<b>Situaciones positivas.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Personal identificado con las competencias corporativas</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos colaboradores de la empresa dispuestos a diseñar y ejecutar nuevas acciones de comunicación que pueden resultar en una ventaja competitiva.</li> </ul>
<b>Situaciones negativas.</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>No existe una comunicación oportuna entre las áreas de las EPS; por ejemplo, ante los cortes del servicio el área operativa no comunica las acciones que llevarán a cabo.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen reclamos continuos de los usuarios por temas relacionados a la publicación de cortes de agua imprevistos que se dan a diario.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Existe un limitado número de personal encargado de las actividades operativas de</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Algunas comunidades pueden tener dificultades para acceder al servicio de agua potable</li> </ul>



**mantenimiento de redes de saneamiento que además carece de capacitación técnica permanente.**

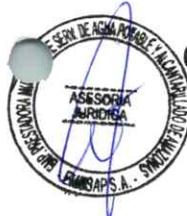
debido a problemas de infraestructura como la falta de tuberías y sistemas de distribución adecuados. La comunicación sobre estos problemas puede ser difícil y puede llevar a la frustración y la falta de confianza en la empresa.



**6. Público Objetivo:**

**6.1. Público Interno:**

- Colaboradores de EMUSAP S. A.



**6.2. Público Externo:**

- Todos los ciudadanos y usuarios de la ciudad de Chachapoyas.

**7. Estrategias:**

**7.1. Comunicación Interna:**

- E1: Estrategia de reconocimiento al cliente interno
  - E2: Estrategia de integración y relacionamiento entre áreas.
- Comunicación Externa:
- E3: Estrategia de posicionamiento
  - E4: Estrategia de relaciones públicas
  - E5: estrategia de responsabilidad social.



**8. Objetivos:**

**8.1. Objetivo General:**

**8.1.1. Comunicación interna:** Fortalecer el compromiso para querer una imagen y reputación de la empresa como un lugar donde se valoran y respetan a los empleados y se promueve su desarrollo y crecimiento profesional.

**8.1.2. Comunicación externa:** Promover la imagen y reputación de la empresa a través de actividades que demuestren su compromiso con la comunidad y el medio ambiente, y que a la vez permitan generar un impacto positivo en la sociedad.



**8.2. Objetivos Específicos:**

**8.2.1. Comunicación interna:**

- **Estrategia 1: Estrategia de Reconocimiento al Cliente Interno**  
Evaluar la satisfacción de los empleados y utilizar los resultados para reconocer y mejorar la calidad de vida laboral y la experiencia de trabajo.



- **Estrategia 2: Estrategia de Integración y Relacionamiento Entre Áreas**

Mejorar la comunicación y el relacionamiento entre los empleados, promoviendo un ambiente laboral más colaborativo y de trabajo en equipo mediante charlas internas entre las áreas.

**8.2.2. Comunicación Externa:**

- **Estrategia 1 : Estrategia de Posicionamiento:**

Un plan de comunicación ayuda a determinar cuál es la posición de su empresa en el mercado y cómo debe posicionarse para atraer más clientes. Es una estrategia de marketing centrada en distinguir una marca de sus competidores.

- **Estrategia 2: Estrategia de Relaciones Publicas:**

Fomentar y mantener relaciones efectivas con los medios de comunicación, los clientes, proveedores y la comunidad en general, mediante la realización de actividades y eventos específicos que permitan establecer una comunicación directa.

- **Estrategia 3: Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial:**

Establecer canales de comunicación efectivos y directos con los usuarios para conocer sus necesidades y expectativas, y mejorar la calidad de los productos y servicios que ofrece la empresa y su proyección a la comunidad.

**9. Mensajes claves:**

**9.1. Comunicación Interna:**

- Estrategia de reconocimiento al cliente interno: "EMUSAP, reconocemos y valoramos, nos esforzamos por proporcionar un ambiente laboral gratificante y satisfactorio para nuestros colaboradores."
- Estrategia de integración y relacionamiento entre áreas: "En EMUSAP, comprometidos en fomentar una cultura de comunicación abierta y colaboración para lograr objetivos empresariales juntos."

**9.2. Comunicación externa:**

- #TodosSomosEmusap
- #Emusapinforma
- #Agua potable para todos
- #Gotitalinforma
- #Emusapcomunica

**10. Actividades:**

**10.1. Comunicación Interna:**

- **Estrategia 1: Estrategia de Reconocimiento al Cliente Interno**  
**Actividad 2.1: Programas Formativos**



Ofrecer programas de formación y desarrollo a los empleados para mejorar su desempeño y conocimientos. Incluir en la comunicación interna mensajes que valoren el esfuerzo y el trabajo de los empleados.

**Actividad 2.2: Encuestas de Satisfacción.**

Realizar encuestas de Satisfacción de todo el personal para conocer sus necesidades y expectativas.

- **Estrategia 2: Estrategia de Integración y Relacionamiento.**

**Actividad 2.1: Eventos Inter departamentos:**

Organizar eventos y actividades que fomenten la integración y el trabajo en equipo como torneos deportivos, retos interdepartamentales, además de incluir un sistema de comunicación entre áreas para facilitar el intercambio de información.



**10.2. Comunicación Externa:**

- **Estrategia 1: Estrategia de Posicionamiento**

**Actividad 1.1: Difusión de material audiovisual “Todos Somos Emusap”**

Brindar conocimiento de la marca EMUSAP S.A. a través de la difusión de material audiovisual institucional con el eslogan "Todos Somos EMUSAP". Logrando una mayor recordación y posicionamiento en la mente de los consumidores.



- **Estrategia 2: Estrategia de Relaciones Públicas.**

**Actividad 2.1. Microprogramas de Radio:**

Realización de microprogramas radiales informativos en Radio Chachapoyas denominado “Gotita Informa”, esto permitirá fortalecer nuestra imagen externa, dando a conocer el trabajo que venimos realizando desde EMUSAP para el beneficio de nuestra población.



**Actividad 2.2. Actividades Semanales:**

A través de la activación de puntos de atención y recogida de información en distintos puntos de la ciudad de Chachapoyas, permitiendo una mayor interacción con los usuarios y la recolección de información para mejorar la labor de la empresa.



**Actividad 2.3: Creación de Grupos de WhatSapp:**

Creación de canales de comunicación efectivos y directos con los usuarios de EMUSAP a través de la creación de grupos de difusión de WhatsApp con los diferentes sectores de la ciudad de Chachapoyas obtenidos mediante los encuentros vecinales, fomentando una mejor comunicación y una relación más cercana con los usuarios.



- **Estrategia 3: Estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.**



**Actividad 3.1: Encuentros Vecinales:**

Su finalidad es sensibilizar y educar a la comunidad sobre el uso responsable del agua potable y el correcto uso del sistema de alcantarillado.

**Actividad 3.2: "Agua Clases"**

Fomentando la educación ambiental en las instituciones educativas de nivel secundario a través del proyecto "Agua Clases", permitiendo una mayor conciencia en los estudiantes sobre la importancia del agua y la labor que realiza EMUSAP en la ciudad de Chachapoyas, y a su vez, logrando una mayor presencia y relación con la comunidad educativa.

Asimismo, presentamos las Instituciones Educativas a intervenir: Primera visita: "I.E. Virgen Asunta"

Segunda visita: "I.E. Seminario Jesús María"

Tercera visita: "I.E. San Juan de la Libertad"

Cuarta visita: "I.E. Miguel Rubio"

Quinta visita: "I.E. María Auxiliadora"

El desarrollo de este proyecto está programado para inicios del mes de abril buscando la sensibilización y visita de campo guiadas a las plantas de tratamiento de agua potable con estudiantes de las I.E. y/o jefes de las juntas vecinales.



**11. Selección de medios:**

En este punto, definiremos los medios de comunicación con los cuales trabajaremos en calidad de medios aliados, esto con la finalidad de potenciar la imagen externa de nuestra institución, e informar a la ciudadanía mediante entrevistas, comunicado u otro material informativo de interés social.

Una acertada selección de medios garantizará una mayor eficacia en el logro de los objetivos, pues reducirá el tiempo, así como la inversión.

**11.1. Comunicación interna:**

- Actividad 1: Manejo del correo electrónico institucional.
- Actividad 2: Manejo del WhatsApp institucional.
- Actividad 3: Emplear la comunicación asertiva en todas las áreas funcionales.
- Actividad 4: Emplear las reuniones semanales, con la finalidad de dar a conocer los avances y brindar críticas constructivas para mejora en el desempeño laboral.

**11.2. Comunicación externa:**

- Actividad 1: Emplear el perifoneo como medio de comunicación eficaz.
- Actividad 2: Manejo de redes sociales como Facebook e incluir el uso de Tik Tok en la empresa para emplearlo de manera creativa e innovadora los trabajos que realiza la EPS.



- Actividad 3: Acondicionar puntos clave para emplear los Paneles en vía pública, esto con la finalidad de dar a conocer a la población, los proyectos y mejoras en el servicio de agua potable y alcantarillado.
- Actividad 4: Crear nuevos grupos de WhatsApp, esto con la finalidad de sectorizar a nuestros usuarios para brindar una comunicación más directa y confiable.
- Actividad 5: Iniciar con el programa Gotita Informa, esto con la finalidad de instaurar la comunicación para el desarrollo con nuestros usuarios, donde daremos entrada a una comunicación más directa, e informar el trabajo que realiza EMUSAP S. A., en beneficio de nuestra población.



## 12. Productos de Comunicación.

### 12.1. Comunicación interna:

- Actividad 1: PPT, Nota informativa.
- Actividad 2: Boletín, nota informativa.
- Actividad 3: Afiches, Encuestas.
- Actividad 4: Video, Nota informativa.



### 12.2. Comunicación externa:

- Actividad 1: Videos, infografías, PPT.
- Actividad 2: Spots radiales, notas de prensa.
- Actividad 3: Afiches, memes, infografías, folletería.
- Actividad 4: Notas de prensa, videos informativos, infografías.
- Actividad 5: PPT, videos, infografías, notas de prensa.
- Actividad 6: Spots radiales, infografías, folletería, video.



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

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 1.1: Embajador de la EPS	Gerente General, Gerentes de las distintas áreas	Capacitación Presencial  Digital	PPT, Nota informativa  - Comunicados en página web - Publicaciones en redes sociales - Boletín	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
Actividad 2.1: Programas Formativos	Áreas Interdepartamentos de la empresa	Impresos	- Volante mosquito - Afiche	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social



ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
		Digital	- Publicaciones en redes sociales		
Actividad 2.2: Encuestas de satisfacción.	Todas las áreas de la empresa	Impresos	- Encuestas	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social y Área de Recursos Humanos
		Digital	- Encuestas vía web		
Actividad 3: Eventos interdepartamentales	Todas las áreas de la empresa	Digital	- Publicaciones en redes sociales	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
		Impresos	-Volantes, afiches		
<b>COMUNICACIÓN EXTERNA</b>					
Actividad 2.1. Difusión de video institucional "Todos Somos Emusap"	Usuarios de la empresa EMUSAP	Digital	- Publicaciones en redes sociales	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
		Prensa	- Spot de TV		
		Radio	- Notas de prensa -Spots radios		
Actividad 2.1. Microprogramas de radio "Gotita Informa"	Usuarios de la empresa EMUSAP	Prensa	- Notas de prensa	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
		Radio	- Entrevistas		
		Tv local	-Spots radios		
Actividad 2.2. Activaciones semanales	Personas de la ciudad de chachapoyas	Prensa	- Publicaciones en redes sociales	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
		Radio	- Afiches en vía pública		
		Tv local	- Publicidad por tv		
Creación de grupos de whatsapp	Usuarios de la empresa EMUSAP	Digital	- Publicaciones en redes sociales -Uso de WhatsApp Business	-Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social, Área comercial

ACTIVIDADES	PÚBLICO OBJETIVO	MEDIO	MATERIAL	RESPONSABLE PRODUCCIÓN	RESPONSABLE DIFUSIÓN
Actividad 3.1: Encuentros vecinales	Usuarios de la empresa EMUSAP	Radio local  Digital  Prensa  Impreso	- Spot de radio  -Publicación en Redes sociales  -Notas de prensa  -Folleterías	Área comercial, Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social
Actividad 3.2 "Agua clases"	Estudiantes de los colegios de la ciudad de chachapoyas	Impreso   Digital	- Infografía  - Folleterías  -Videos informativos - Diapositivas	AREA COMERCIAL, Oficina de imagen corporativa y gestión social	-Oficina de imagen corporativa y gestión social



13. Presupuesto

FUENTE	ESTRATEGIA	ACCIÓN/ACTIVIDAD	TOTAL
Orgánico Recursos propios	1. ESTRATEGIA DE RECONOCIMIENTO AL CLIENTE INTERNO	1.1: ACTIVIDAD PROGRAMAS FORMATIVOS	S/. 1000.00
	2. ESTRATEGIA DE INTEGRACIÓN Y RELACIONAMIENTO ENTRE ÁREAS	2.2: ACTIVIDAD ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	S/. 200.00
	1. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO	1.1: ACTIVIDAD Publicación del video institucional " Todos Somos Emusap"	S/. 100.00
	2. ESTRATEGIA DE RELACIONES PUBLICAS	2.1: ACTIVIDAD Microprogramas de radio	S/.200.00
		2.2: ACTIVIDAD Activaciones semanales	S/. 200.00
		2.3: ACTIVIDAD Creación de grupos de Whatsapp	S/. 00.00
3. ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL	3.1: ACTIVIDAD Encuentros vecinales	S/. 200.00	
		3.2: ACTIVIDAD "Agua Clases"	S/. 1000.00
<b>Total:</b>		<b>S/. 3900.00</b>	



### 14. Programación: Matriz de programación de actividades

Objetivo Específico	Público objetivo	Actividad	Medio de difusión	Producto de comunicación	Meta anual	Programación de meta mensualizada											Presupuesto	Área responsable	Meta en el POI	
<b>ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA</b>																				
Evaluar la satisfacción de los empleados y utilizar los resultados para mejorar la calidad de vida laboral y la experiencia de trabajo.	Todos los trabajadores de la EPS	1.1.	Impresos	Encuestas físicas	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	S/. 1000.00	-Oficina de imagen corporativa y gestión socia	N.A.
				Encuestas virtuales																
		1.2.	Digitales		1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	S/. 0.00	-Oficina de imagen corporativa y gestión socia	N.A.
Mejorar la comunicación y el relacionamiento entre los empleados, promoviendo un ambiente laboral más colaborativo y de trabajo en equipo.	Todos los trabajadores de la EPS	2.1.	Impresos	Publicaciones en redes sociales	4	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	1	S/. 1000.00	-Oficina de imagen corporativa y gestión socia	N.A.
			Digitales	Volantes, afiches																



ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

Mejorar el conocimiento de la marca y la percepción pública de la empresa, sus valores, misión y visión, a través de estrategias de comunicación y marketing efectivas.	Usuarios de la empresa EMUSAP	1.1.	Redes sociales	Publicaciones en redes sociales	9	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	S/. 0.00	-Oficina de imagen corporativa y gestión social, área comercial	N.A.	
			Redes sociales	- Spot de TV	4	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	-				1
			Medios tradicionales y masivos	- Notas de prensa	6	-	-	1	1	1	-	1	1	1	-	-				-
			Medios tradicionales y masivos	-Spots radio	4	-	-	-	-	1	-	1	-	1	-	1				-
Fomentar y mantener relaciones efectivas con los medios de		2.1.	Medios masivos tradicionales	- Notas de prensa - Entrevistas - Spots radiales	4	-	-	-	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-Oficina de imagen corporativa y gestión social, área comercial	N.A.	

comunicación, los clientes, los proveedores y la comunidad en general.	Usuarios de la empresa EMUSAP	2.2.	Digital	- Publicaciones en redes sociales	12	-	-	1	1	2	1	2	1	1	2	-	1	S/. 200.00			
			Medios alternativos	- Afiches en vía pública	3	-	-	-	-	1	-	1	-	-	1	-	-				
		2.3.	Medios masivos tradicionales	- Publicidad por tv	2	-	-	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-				-
			Digital	- Publicaciones en redes sociales	9	-	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1				-
Establecer canales de comunicación efectivos y directos con los usuarios para conocer sus	Usuarios de la empresa EMUSAP	3.1.	Medios masivos tradicionales	Spot de radio	5	-	-	-	-	1	-	1	-	1	1	-	1	S/. 200.00	-Oficina de imagen corporativa y gestión social, área comercial	N.A.	
			Digital	-Publicación en Redes sociales	7	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	-	-				
					5	-	-	-	1	1	-	1	-	1	1	-	-				





### 15. Monitoreo, Evaluación y Medición:

El presente plan de publicidad debe ser monitoreado constantemente, para evaluar su efectividad y factibilidad, es susceptible de replanteos o modificaciones si fuera necesario. Se deberán establecer los procedimientos de control, los sistemas de monitoreo que permitan la retroalimentación de las estrategias establecidas.

Es el personal del Departamento de Planificación y Presupuesto quien está facultado para evaluar el nivel de ejecución física y presupuestal de manera mensual, asimismo, deberá ser supervisado por la alta dirección.

- a) Control permanente del plan
  - El control permanente del plan de publicidad anual nos permite asegurar que las metas y objetivos establecidos se alcancen durante el desarrollo de las diversas actividades y emisión de la publicidad. Se deberá realizar un seguimiento específico y oportuno de cada una de las estrategias planificadas.
  - Se aplicará un control estricto al cumplimiento del pauteo de los spots colocados en cada medio de comunicación, verificando horarios, programas, calidad y vigencia del material audiovisual.
  - Se deberá evaluar periódicamente la efectividad de los medios de comunicación considerados en el plan de medios, verificando sus niveles de audiencia y sintonía para determinar la renovación de los contratos de publicidad.
  - Los contenidos comunicativos de los medios de comunicación, caso programas radiales deben ser monitoreados, controlando que no sean contradictorios perjudiciales a los intereses de la empresa, en este caso se deberá buscar la respuesta adecuada y pertinente para no desinformar a la población.
  - Cada material audiovisual o escrito que sea emitido por la Oficina de Imagen Institucional (spots, comunicados, notas de prensa, videos institucionales, publrreportajes, brochure, manual e identidad corporativa, entrevista, artículos, impresiones u otros) debe responder a los objetivos del presente y será revisado y evaluado antes de su difusión.

