

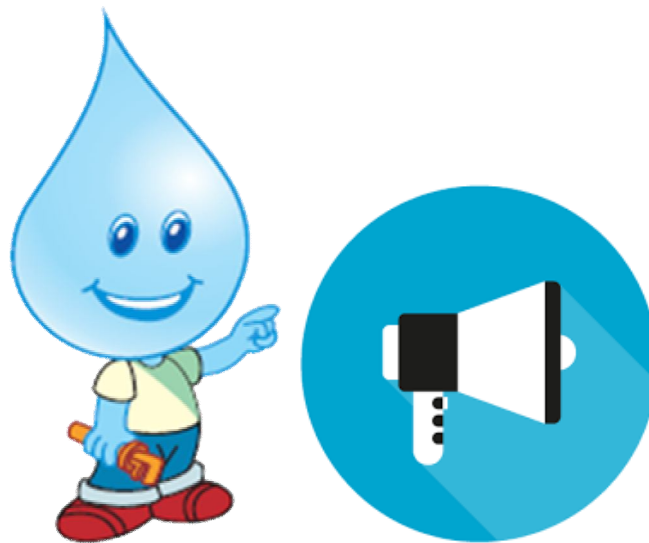


SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



PLAN DE PUBLICIDAD DE LA EPS SEDA HUANUCO S.A. 2016.



Oficina de Imagen Institucional

HUANUCO, ENERO DEL 2016.



SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



PLAN DE PUBLICIDAD DE SEDA HUANUCO S.A. DEL AÑO 2016.

I. INTRODUCCION.

La Oficina de Imagen Institucional de la Empresa SEDA HUANUCO S.A. es la unidad orgánica encargada de proponer, desarrollar, ejecutar y monitorear la estrategia de comunicación entre la Empresa y los medios de comunicación social de alcance Local, Regional y Nacional; elaborando y difundiendo el material informativo, la misma que va más allá de la difusión, proyectando una imagen pública positiva institucional, optima e integral ante los usuarios y la población en general, asegurando canales adecuados de información

Con tal propósito, es importante establecer que la comunicación de la Empresa SEDA HUANUCO S.A. debe poseer un significativo sentido social y de servicio público, vale decir una comunicación integral y articulada dirigida al servicio de la ciudadanía, la misma que se verá reflejado en resultados de la gestión.

En estos tiempos la comunicación se convierte en una herramienta imprescindible de los procesos de desarrollo, propiciando que las personas mejoren sus capacidades de información y ejerzan sus derechos como ciudadanos activos y sean actores y gestores de un efecto multiplicador de la opinión pública proactivo consolidando los objetivos de la Empresa.

En ese contexto, la finalidad del presente Plan de Publicidad de la Empresa Seda Huánuco S.A. correspondiente al presente año es una guía para la ejecución de las actividades en el ámbito publicitario de la Empresa a fin de contribuir en el empoderamiento del valor económico del agua, uso adecuado de los servicios básicos de agua desagüe, asimismo apoyar en el cumplimiento de los objetivos, las políticas y las estrategias de Seda Huánuco S.A.

Por ello, resulta muy importante implementar Planes de publicidad y estrategias comunicacionales que contribuyan a informar a los usuarios, población en general y aliados estratégicos sobre las acciones y políticas de la EPS a fin de lograr una participación activa y articulada en los planes, programas y proyectos que desarrolla la Empresa.





SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

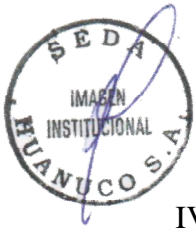
*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



II. BASE LEGAL.

- Ley No. 28411 – Ley General del Sistema Nacional de presupuesto.
- Ley No. 30372, Ley de Presupuesto 2016.
- Ley No. 28874, Ley que regula la publicidad estatal
- Ley No. 28278 Ley de Radio y Televisión.
- Decreto Legislativo No. 1017, Ley de Contrataciones del Estado, modificado mediante Ley 29873.
- D.S. No. 184-2008-EF, Reglamento del D.L. No. 1017, Ley de Contrataciones del estado. Modificado por D.S. No. 138-2012-EF.
- Código Civil vigente
- Ley No. 27444, Ley de Procedimientos Administrativo General
- Ley No. 27806, Ley de Transparencia y de Acceso a la Información Pública.
- Resolución Ministerial No. 426-2007-VIVIENDA. Modelo de código de Buen Gobierno corporativo y Manual de Rendición de cuentas y Desempeño de las EPS.

III. OBJETIVO.



1. Facilitar el acceso a la información a usuarios, aliados y público en general, poniendo énfasis en las grandes mayorías, en relación a las políticas, planes y programas que ejecuta la Empresa Seda Huánuco S.A.
2. Contribuir al logro de los objetivos de la EPS. Seda Huánuco S.A.

IV. ESTRATEGIAS.

Las campañas publicitarias que comprende el presente Plan de Publicidad son a propuesta y priorización de la Oficina de Imagen Institucional, según requerimientos de las Gerencias de Línea, con aprobación del despacho de la Gerencia General de la EPS.

Se tiene identificadas las estrategias a seguir durante el año 2016 con el objetivo de dar a conocer a los usuarios y población en general.

Estrategia 1: Motivar a través de la publicidad, el aspecto cognitivo de la población respecto a los servicios que brinda la Empresa a la ciudadanía para su integración y/o concientizar (respecto al buen uso del servicio de agua potable, alcantarillado y Drenaje Pluvial)

Estrategia 2: Difundir por los medios de comunicación social, la importancia de los servicios de agua potable, Alcantarillado y Drenaje Pluvial, a fin de lograr el empoderamiento de la colectividad que estos servicios permiten mejorar la calidad de vida.

Estrategia 3: Priorizar la difusión publicitaria a través de radio y televisión, complementando con la publicidad alternativa en la vía pública y otros de espacios de concentración masiva de la población.



SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



Estrategia 4: fortalecer la publicidad en los medios de comunicación; prensa escrita, radial y televisiva, complementadas con entrevistas, ruedas de prensa, conferencias de prensa, informes periodísticos, etc.

Estrategia 5: Difundir y generar corrientes de opinión favorables de los servicios que presta la Empresa (agua potable apta para consumo humano, alcantarillado y Drenaje Pluvial que contribuyen a mejorar la calidad de vida)

V. CAMPAÑAS:

1. CAMPAÑAS CONTRA FUGAS Y DERROCHE DE AGUA POTABLE.

Tiene por finalidad de informar a los usuarios, que eviten las fugas de agua por desperfecto de las instalaciones sanitarias, por el uso indiscriminado del servicio generándose mayor consumo y alto costos en la facturación, consecuentemente se conciben molestias y reclamos en las oficinas de la Empresa. Por lo tanto amerita informar y sensibilizar a los usuarios, que a “mayor consumo de agua mayor será la facturación”.

2. CAMPAÑA SOBRE EL VALOR ECONOMICO DEL AGUA POTABLE.

En la actualidad muchas personas aun siguen pensando que el agua potable que llega a su casa es directamente del río, regalo de Dios, no valoran y desconocen la inversión de la EPS. Por lo tanto es necesario desarrollar esta campaña a efectos de generar actitudes de cambio y lograr que los usuarios valoren y reconozcan que potabilizar el agua cuesta mucho dinero y mucho trabajo de la EPS para dotar el servicio a la población con el valor agregado del producto final llamado agua potable apto para consumo humano.

3. CAMPAÑAS PARA INSENTIVAR AL PAGO PUNTUAL.

La campaña tiene por finalidad promover y concientizar a una cultura de pago puntual en los usuarios a fin de bajar la cartera morosa, evitar molestias en nuestros usuarios por cortes y pago por derecho de reapertura.

4. CAMPAÑAS PARA PROMOVER EL USO ADECUADO DEL SISTEMA DE ALCANTARILLADO.

- **EVITAR ATOROS Y ANIEGOS.**

Generar actitudes de cambio, que los usuarios deben estar informados que el sistema de alcantarillado es una infraestructura que sirve para transportar aguas servidas y no es un basurero para arrojar; papeles, bolsas, cascaras, botellas, restos de comida, viseras de animales, plumas, y otros objetos similares que causan atoros y aniegos.

- **EVITAR ECESOS DE VALORES MAXIMOS ADMISIBLES (VMA)**

Con esta campaña buscamos evitar el deterioro del sistema de alcantarillado, disminuir la contaminación del río Huallaga y promover en los usuarios no domésticos que coloquen rejillas, trampa para





SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



retención de grasas y sólidos a fin de que eviten sobre pasar los valores máximos admisibles establecidos por la normatividad legal.

5. CAMPAÑAS CONTRA EL DELITO DE HURTO DE AGUA POTABLE

- ALTO A LAS INSTALACIONES CLANDESTINAS DE AGUA Y ALCANTARILLADO.

Esta campaña tiene por finalidad de evitar las instalaciones clandestinas de agua potable y alcantarillado incidiendo en el artículo 185 del código procesal penal vigente. (El hurto de agua está penado), que los pobladores estén informados de las sanciones y penalidades, el objetivo también es reducir la pérdida de agua no facturada.

- ALTO A LA MANIPULACION DE MEDIDORES

Esta campaña se realizará con el siguiente mensaje “Está prohibido manipular o alterar el medidor, sin embargo muchos malos usuarios manipulan el medidor a fin de no pagar por el servicio, no es justo, mientras usted paga otros roban el agua, denúncielos.”



6. PROMOVER EL USO ADECUADO DEL SISTEMA DEL DRENAJE PLUVIAL.

La presente campaña tiene por finalidad de promover en la población el uso adecuado del sistema del drenaje pluvial evitando que arrojen al conducto objetos que causan atoros y malos olores, la población debe estar informado que el drenaje es un sistema únicamente para evacuar agua de lluvia.

7.- CAMPAÑA DE MEJORA Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL.

La presente campaña está relacionada con la difusión de las buenas gestiones, proyectos, obras y adquisiciones que logra la Empresa, asimismo dar a conocer a la población de la calidad de servicio que brinda la Empresa y de las constantes mejoras que garantizan la sostenibilidad económica.

8.- CAMPAÑA DEL PLAN MAESTRO OPTIMIZADO (PMO).

Tiene por finalidad de informar a la población de los beneficios que conlleva el Plan Maestro optimizado de la EPS. La campaña se desarrollará antes, durante y después de la aprobación por la SUNASS.



SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



9.- CAMPAÑA DE CORTES DEL SERVICIO DE AGUA POTABLE.

Esta campaña se realizará cada vez que la Empresa programe los trabajos de mantenimiento, por lo tanto se realizará la campaña de difusión de aviso a los usuarios, asimismo afrontar los cortes imprevistos generados por muchas razones siempre generan gastos por comunicados a los usuarios.

10.- CAMPAÑA DE RESPETO MUTUO (Empresa – Usuarios)

El objetivo de esta campaña es evitar que se generen altercados o maltratos entre los usuarios y trabajadores en trabajos de campo y Oficina.

VI. MATERIALES A EMPLEARSE EN LAS CAMPAÑAS.

- **Audiovisuales:** Spots de Radio y televisión, documentales, informes y reportajes periodísticos.
- **Impresos:** Dípticos, trípticos, afiches, volantes, mosquitos, banner, gigantografías. Stikers.
- **Promocionales:** Polos, gorros, lapiceros, llaveros y otros.



VII. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE.

- Radio
- Televisión
- Prensa escrita
- Internet – redes sociales
- Otros medios no convencionales de publicidad.

VIII. PROPUESTA PARA SELECCIONAR MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE.

Para difundir la publicidad a fin de lograr los objetivos es necesario emplear diversos medios de comunicación social que nos ofrece el mercado, tales como:

- Publicidad en televisión a nivel de Huánuco, Tingo María y Aucayacu.
- Publicidad en Radio, en las 3 localidades
- Publicidad en prensa escrita
- Publicidad en la vía pública (carteles y gigantografías)
- Publicidad en Internet (Pagina Web de la Empresa y Facebook)

Las variables y/o criterios más importantes a tomar en cuenta para definir la **selección adecuada de los medios de comunicación a contratar** en cada caso son:



SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



- Rating, cobertura y credibilidad en caso de la televisión. (teniendo en cuenta local y Nacional)
- Audiencia en el caso de radio (teniendo en cuenta local y nacional)
- Tiraje, distribución y lectoría en caso de los medios impresos.
- Resultados del sondeo de percepción de usuarios que realiza anualmente la EPS.
- Contratación de publicidad de manera rotativa o alternada con los medios y programas periodísticos locales que cuenten con autorización por el Ministerio de transportes y Comunicaciones.

IX. ANALISIS DE LA ESTRATEGIA.

La estrategia contenida en este documento se plasma mediante procedimiento que garantice la máxima eficiencia del componente comunicación. La Imagen de la Empresa SEDA HUANUCO S.A., se constituye en la percepción ciudadana a través de los medios de comunicación masiva.

X.- PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCION DE LAS CAMPAÑAS.

Con la finalidad de ejecutar las campañas publicitarias se requiere efectuar las siguientes acciones:

- 1.- Contar con la disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas, previa autorización de la Oficina de planificación y presupuesto de la EPS, con visto bueno de la Gerencia General.
- 2.- Informe técnico emitido por el Especialista en Comunicación Social de la Oficina de Imagen Institucional, en la cual se describa la propuesta y se justifique técnicamente la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se requiere lograr, la cobertura, duración de la campaña e impacto de las campañas.
- 3.- Contratación del servicio de publicidad, se requerirá la firma del Gerente General, como representante legal de la Empresa.





SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.



XI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Y/O CAMPAÑAS

No.	CAMPAÑAS	Fecha Prevista de Ejecución
1	IMPORTANCIA DE LA MICRO MEDICION	Enero a Diciembre
2	VALOR ECONOMICO DEL AGUA POTABLE	Enero a Diciembre
3	PAGO PUNTUAL DE RECIBOS (bajar la morosidad)	Marzo, julio y Dic.
4	USO ADECUADO DE AGUA POTABLE, ALCANTARILLADO Y DRENAJE PLUVIAL.	Enero a Diciembre
5	CONTRA EL DELITO DE HURTO DE AGUA POTABLE (clandestino y manipulación de medidores)	Enero a Diciembre
6	MEJORA Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL. (adquisiciones, obras, gestiones)	Según gestiones y obras
7	BENEFICIOS DEL PLAN MAESTRO OPTIMIZADO (PMO). antes, durante y después	Según programación de la SUNASS
8	AVISOS POR CORTES PROGRAMADOS Y NO PROGRAMADOS DE AGUA POTABLE	Según programación de trabajos de mantenimiento.
9	RESPECTO MUTUO EMPRESA USUARIO (no a las agresiones)	Febrero, mayo, setiembre y Noviembre



XII. PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

COSTO MENSUAL	Incluido en Plan de Com. 2016
COSTO ANUAL	Incluido en Plan de Com. 2016
COSTO DE PRODUCCION DE 8 SPOT DE RADIO Y TV. DE 40' (única vez)	Incluido en Plan de Com. 2016
TOTAL ANUAL	Incluido en Plan de Com. 2016

Nota: el presupuesto está incluido en el Plan de Comunicación 2016.

IX.- CONTROL Y EVALUACION DE LOS RESULTADOS DE LA PUBLICIDAD.

La Oficina de Imagen Institucional de la Empresa a través del comunicador social realizará el seguimiento de la difusión de la publicidad y la evaluación de los resultados de la publicidad del Plan de Publicidad según el desarrollo de las campañas, estableciéndose parámetros de medición y/o indicadores que hagan factible llevar a cabo la correspondiente evaluación de resultados, al finalizar el año se aplicaran sondeo de opinión sobre satisfacción del cliente en calidad del servicio y calidad de atención para medir el impacto en la opinión pública de las campañas realizadas.



SEDA HUÁNUCO S.A. ISO 9001

*Empresa Municipal de Servicios de Agua Potable y
Alcantarillado de Huánuco Sociedad Anónima.*



XV. CONFORMIDAD DEL SERVICIO DE PUBLICIDAD DE LOS MEDIOS DE DIFUSION.

La Oficina de Imagen Institucional a través del comunicador social, en aras de la transparencia emitirá la conformidad del servicio de publicidad en base a los siguientes documentos esenciales:

- Contrato suscrito por Gerencia General, con medios autorizados.
- Comprobante de pago
- Copia del CD y/o DVD del Spot difundido, en caso medio escrito copia de la publicación.
- En caso de Programas periodísticos adjuntar copia del contrato del programa con el medio de comunicación y/o constancia otorgado por el administrador o Gerente del medio.

XVI. COORDINACION PARA EMISION DE PUBLICIDAD CON OTRAS GERENCIAS, SUCURSAL Y ZONAL.

1. Las Gerencias (operacional, comercial y administración), sucursal Leoncio Prado – Tingo María y la zonal Aucayacu deberá coordinar a través del encargado/responsable- comunicador social deberá coordinar la Oficina de Imagen Institucional y la Gerencia General para ejecutar cualquier tipo de campañas y difusión publicitaria.
2. Las Gerencias incluidas la sucursal y zonal se abstendrán de realizar gastos de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la difusión de imagen Institucional, la comunicación de sus planes y/o programas de la Empresa.



XVII. REPROGRAMACION DEL PLAN DE PUBLICIDAD.

Durante el ejercicio presupuestal el Plan de Publicidad es posible la reprogramación en función a las acciones y políticas de la Empresa, de conformidad con lo priorizado por la alta Dirección.

Huánuco enero del 2016.