E.P.S. SEDACAJ S.A.
Oficina General de Planificación
RECIBIDO
13 MAR 2024
Nº Doc. 266

INFORME Nº 020 - 2024 - CDCMEIIAGC-GG/ EPS SEDACAJ S.A.

A : Mcs. Econ. Milagros M. Castañeda Silva.
Jefe Oficina General de Planificación y Presupuesto EPS SEDACA S.A.

Asunto : Alcanza Plan de Comunicación 2024.

Referencia : Memorando Nº 020-2024-MMCS-OGPP/EPS SEDACAJ S.A.

Fecha : Cajamarca, 12 de marzo de 2024.

Por medio del presente hago llegar a usted mi cordial saludo, al mismo tiempo en atención al documento de la referencia, alcanzar a su despacho el plan de Comunicación para el año 2024.

Sin otro particular, es todo cuanto informo a usted.

Atentamente,

Lic. Corina Del Campo Misahuamán
Especialista Imagen Institucional –
Apoyo Gerencia Comercial.

Se adjunta lo indicado en 01 anillado.
c. c:
-Archivo

E.P.S. SEDACAJ S.A.
PROVEÍDO
OGPP
PARA: Especialista de Imagen.
ACCIÓN: Proceder con firma del Plan de Comunicación
JEFE OGPP
FECHA 3/4/24

Mcs. Econ. Milagros M. Castañeda Silva
Jefe Oficina General de Planificación
y Presupuesto
E.P.S. SEDACAJ S.A.

OGP
Se atienda lo solicitado.

PLAN DE COMUNICACIÓN 2024

E.P.S.

CONTENIDO

I. Introducción 3

II. JUSTIFICACIÓN: 3

III. Diagnóstico 5

3.1. Situación Actual 5

3.2. Misión 7

3.3. Visión 7

3.4. Valores 7

3.5. Análisis FODA 8

IV. Meta 17

4.1. Objetivos Institucionales 17

4.2. Segmentación: 18

V. Campañas de Sensibilización 20

5.1. Objetivos de la publicidad 20

5.2. Estrategias 21

5.3. Selección de medios 22

5.4. Comunicación Interna: 23

5.5. Campañas a Ejecutar 24

5.6. Plan Operativo 25

5.7. Control y seguimiento 27

5.8. Conclusiones y recomendaciones 28

I. Introducción

El éxito y el impacto de los objetivos empresariales que EPS SEDACAJ S.A. ha replanteado dependen, en gran medida de las actividades de comunicación y difusión. Estas actividades fortalecerán la imagen de la empresa comprometida con ofrecer un servicio de calidad que contribuya al desarrollo de la población de Cajamarca, permitiendo así una coordinación y articulación entre las diferentes áreas que la conforman, para difundir, amplificar y gestionar la información con los actores relevantes.

El Plan está diseñado desde un concepto de flexibilidad, actualización permanente, reformulación de objetivos.

Planificar la Comunicación, para los próximos meses, requiere de una visión que tenga en cuenta: los procesos sociales, movilidad constante de las opiniones y emociones, debilidades o fortalezas institucionales, cambios políticos y económicos, fluctuaciones de los mercados, novedades científicas, idiosincrasias y características socio-culturales, influencia de los redes virtuales, avance tecnológico, vulnerabilidad individual y colectiva, desastres de origen natural y antrópico, como así también, todo evento que influya en el contexto.

II. JUSTIFICACIÓN:

El Plan de Comunicaciones tiene por objeto coadyuvar en la consecución de los objetivos estratégicos de la empresa, es una herramienta que servirá de marco para las acciones comunicativas que desarrollará la EPS SEDACAJ S.A., durante el ejercicio 2024. La comunicación debidamente planificada se convierte en un instrumento de gestión, de negociación y de control.

En el ámbito de la EPS SEDACAJ S.A., las estrategias de comunicación social destinadas a la concientización acerca de las causas y

consecuencias del uso indiscriminado y desperdicio del agua potable, son aún escasas y, si bien existen esfuerzos aislados de comunicadores, éstos no ayudan a generar cambios de comportamiento y actitudes, deseables en la población cajamarquina.

En ese sentido, el Plan de Comunicaciones de la EPS SEDACAJ S.A., al considerar una serie de acciones de comunicación programadas para ejecutar el año 2024; basada desde la percepción de los usuarios y los colaboradores de la empresa, así como un análisis del área de Imagen Institucional y una identificación de los grupos de interés de la empresa; ha identificado los factores prioritarios a intervenir, delimitando objetivos, estrategias y acciones, además de cronogramar estas intervenciones y considerar los presupuestos necesarios.

La Oficina de Imagen Institucional, busca accionar una comunicación estratégica eficaz, para ello se ha tomado en cuenta las fortalezas y debilidades del ambiente interno y externo, sobre todo se ha logrado determinar qué es lo que EPS SEDACAJ S.A. en este momento es capaz de hacer, con los medios y recursos disponibles, así como los elementos de la estructura interna que como veremos en el análisis FODA se muestran inadecuados e insuficientes a la hora de una mayor exigencia del público externo y de la persecución de objetivos.

De ahí la importancia de que la EPS SEDACAJ S.A. planifique la gestión de las comunicaciones de la empresa, para tomar el control sobre sí misma y que no sólo reaccione frente a estímulos externos o procedimientos internos, sino que logre una ejecución efectiva y una evaluación que permita obtener los frutos esperados.

El Plan permitirá que todas las acciones comunicativas que se han detectado en el ámbito de la EPS, se puedan articular y organizar dentro de una misma estrategia comunicacional. Esto permitirá direccionar de forma óptima todos los mensajes que se necesita comunicar a todos los sectores de la población, adaptándolos a cada segmento de la sociedad y cada realidad socioeconómica y cultural.

Se ha captado que los niveles de penetración del tema, es desigual en los distintos públicos y que es preciso ofrecer: más difusión y permanente seguimiento para evaluar los avances y, en caso sea necesario, mejorar las estrategias para que el impacto de la información pública y la comunicación sobre el uso racional del elemento básico, como es el agua, alcance significativamente a los distintos grupos de la sociedad.

Así también, es importante que la EPS SEDACAJ S.A., como organización, asuma el compromiso de ejecutar el presente plan, como trabajo serio y responsable, basado en las necesidades reales y las posibilidades de la empresa.

III. Diagnóstico

3.1. Situación Actual

La EPS SEDACAJ S.A. tiene en su ámbito de responsabilidad la administración de los servicios de agua potable y alcantarillado sanitario de las localidades de Cajamarca, Contumazá y San Miguel.

En cuanto al sistema integral de agua potable en la localidad de Cajamarca cuenta con tres captaciones de agua superficial, el Río Grande y el Río Porcón que alimentan a la PTAP El Milagro y el Río Ronquillo que alimenta a la PTAP Santa Apolonia. Las características de las captaciones y las líneas de conducción a las Plantas de Tratamiento se pueden ver en el Cuadro N.º 1

Cuadro Nº 1: Fuentes de Captación de Agua - Cajamarca

FUENTES	LUGAR DE CAPTACIÓN	LÍNEAS DE CONDUCCIÓN			CAUDAL AUTORIZADO (ANA)
		DESTINO	LONGITUD	CAPACIDAD MÁXIMA	
Rio Ronquillo	El Ronquillo 2.836 m.s.n.m.	PTAP Santa Apolonia	2,156.00 ml. AC 12", PVC 12", FF 12"	80-100 l/s	100 l/s
Río Porcón	Huambocancha Alta 2.862 m.s.n.m.	PTAP El Milagro	1,700.00 ml. AC 14", AC 12", AC 10"	100 l/s	100 l/s
Río Grande	Llushcapampa 2.870 m.s.n.m.	PTAP El Milagro	2,618.00 ml. AC 16" AC 12"	240 l/s	200 l/s

Cabe resaltar que en épocas de lluvia se dispone de suficiente agua cruda, sin embargo, en los meses de estiaje (mayo a setiembre) el caudal del Río Porcón, es mínimo llegando en un promedio de 10.3 l/s y el Río Ronquillo de 30 l/s, situación que se ve agravada por el uso intensivo de las aguas para los terrenos de cultivo en las partes altas de la cuenca, siendo necesario una gestión planificada y coordinada entre las áreas de la EPS.

Las plantas de tratamiento de agua potable Santa Apolonia y El Milagro se encuentran ubicadas en las faldas del Cerro Santa Apolonia y Huambocancha Baja (a 4.5 Km. al norte de la ciudad) respectivamente.

Cuadro N° 2: Plantas de Tratamiento de Agua Potable - Cajamarca

PLANTA DE TRATAMIENTO	UBICACIÓN	ANTIGÜEDAD	PROMEDIO CAPACIDAD NOMINAL DE TRTAMIENTO	PROMEDIO CAUDAL DE PRODUCCIÓN
Santa Apolonia	Cerro Santa Apolonia	84 años	70 l/s	65 l/s
El Milagro	Huambocancha Baja	44 años (con mejoras recientes)	200 l/s	180 l/s

3.2. Misión

Brindar servicios en agua potable y alcantarillado sanitario, atendiendo la demanda con calidad, responsabilidad social, ambiental, con una gestión moderna, sostenible, competitiva y transparente.

3.3. Visión

Liderar la prestación de servicios de agua potable y alcantarillado sanitario que contribuye al bienestar y la salud de la población; en armonía con el medio ambiente, logrando la satisfacción plena de nuestros usuarios.

3.4. Valores

- Servicio
- Honestidad
- Respeto socio-ambiental
- Perseverancia
- Lealtad con el cliente interno y externo
- Responsabilidad
- Eficacia

3.5. Análisis FODA

- **Fortalezas:**

Empresa Líder.

EPS SEDACAJ S.A. es la empresa líder en el sector Agua y Saneamiento en la región. Es la empresa más grande de saneamiento en Cajamarca.

Capacidad Operativa.

La empresa posee la mejor capacidad operativa en el tratamiento de agua potable en la región. Cuenta con los mejores profesionales del sector, técnicos calificados y con amplia experiencia.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

Número de Clientes.

En la ciudad de Cajamarca actualmente se cuenta con 52 mil usuarios de agua potable y alcantarillado sanitario.

En la ciudad de San Miguel se tiene 1,821 usuarios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario.

En la ciudad de Contumazá se tiene 1,343 usuarios de Agua Potable y Alcantarillado Sanitario.

Sumando un total de 55,174 usuarios del servicio de agua potable y alcantarillado sanitario.

Gestión Moderna.

Desarrolla una gestión empresarial moderna con el soporte de la adquisición de nuevas tecnologías en sus diversos procesos, con soluciones innovadoras para la consecución de su plan de inversiones, sea a través de alianzas público privadas, concesiones, y otros mecanismos de financiamiento.

Mejoras en la Gestión Comercial.

La Empresa ha implementado mejoras en la gestión comercial como la facturación, cobranza e identificación de conexiones clandestinas.

Obras de Mejoramiento y Renovación en Agua Potable en la localidad de Cajamarca

Programa de inversiones de mejoramiento y renovación a ser ejecutada durante el tercer periodo regulatorio en la localidad de Cajamarca, habiéndose considerado la ejecución de obras en las componentes de captación superficial, conducción de agua, tratamiento, almacenamiento,

rehabilitación de redes y renovación de medidores del sistema de agua potable.

Tratamiento de Aguas Servidas.

Se viene socializando el proyecto de la construcción de la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales PTAR Cajamarca, importante obra de saneamiento que beneficiará de manera directa a más de 250 mil pobladores de la ciudad de Cajamarca.

Lucha frontal contra las Conexiones Clandestinas.

La empresa se encuentra en constante vigilancia para la verificación y detección de fugas en conexiones, fugas y conexiones clandestinas.

- **Oportunidades - Inversiones**

I n v e r s i o n e s

I

Instalación de Medidores de agua potable:

La instalación del cumplimiento de instalación de medidores para las conexiones de agua potable se convierte en una oportunidad para mejorar nuestra imagen con nuestros usuarios y potenciales usuarios.

Conexiones de agua potable y alcantarillado sanitario a futuros usuarios:

La instalación de nuevas conexiones a más familias de Cajamarca, Contumazá y San Miguel, es un acercamiento de la EPS a la población, así como permite el cierre de brechas para el sector de saneamiento.

Obras de Ampliación, Mejoramiento y Renovación en Agua Potable y Alcantarillado Sanitario en la localidad de Cajamarca, San Miguel y Contumazá:

La ejecución de estas obras, nos permite mejorar nuestra cartera de usuarios, así como mejorar nuestros servicios a nuestros usuarios, en nuestro ámbito de operación.

Reconocimiento del trabajo de la empresa y un acercamiento al cliente.

Es necesario que se dé a conocer a los clientes el trabajo que realiza la EPS SEDACAJ S.A., la calidad de su servicio, y lograr que el público reconozca la capacidad de sus trabajadores.

Concientizar al Cliente.

La empresa debe hacer conocer al cliente la preocupación por el calentamiento global, el estrés hídrico, que tome conciencia sobre la escasez de fuentes de agua y la importancia de la medición.

Comunicación con aún no clientes (usuarios potenciales).

El trabajo con dirigentes vecinales y con pobladores durante la gestión para el desarrollo de obras en sus zonas le permite a la empresa tener la oportunidad de entablar comunicación directa con sus clientes y usuarios potenciales, procurando una empatía con ellos. Esto puede ayudar a darle un rostro humano a las obras de la EPS SEDACAJ S.A., generando una buena imagen de la EPS SEDACAJ S.A.

Preocupación por el tema del agua y del ambiente.

Existe una preocupación entre la población y los líderes de opinión por los temas del agua y del medio ambiente, que puede brindarle a la empresa oportunidades de alcanzar espacios al desarrollar actividades inherentes a dichos temas. El interés en temas ambientales como el cambio climático y su incidencia en la escasez de agua que tienen los medios de comunicación podría generar espacios para buscar alianzas estratégicas con ellos, a fin de impulsar campañas informativas sobre el cuidado y uso racional del agua potable.

- **Desconocimiento**

Desconocim

Desconocimiento del servicio que se brinda:

Muchas personas desconocen que EPS SEDACAJ S.A también brinda servicios de saneamiento y su importancia. Los usuarios no saben que brindamos el servicio de desagüe, piensan que tomamos el agua del rio y la distribuimos, desconocen que pasa por un exhaustivo proceso de potabilización y que somos evaluados semanalmente con respecto a la calidad del agua por diversas instituciones relacionadas a la evaluación de la calidad de agua potable.

Antigüedad de las redes de agua y desagüe.

El sistema de agua potable de la localidad de Cajamarca cuenta con aproximadamente con más de 151,137 ml de tubería de distribución, de diferentes diámetros, el 71% de estas tuberías tienen más de 33 años de antigüedad.

La posibilidad de disminución de la capacidad de las fuentes de agua por razones climáticas o de explotación no racional.

En la ciudad de Cajamarca, el Fenómeno de Origen Climático más recurrente son las inundaciones, se presentan durante los periodos extraordinarios de lluvias. La actividad pluvial en la ciudad de Cajamarca en condiciones normales no causa mayor daño o trastorno. Sin embargo, en eventos extraordinarios se producen que ponen en riesgo el abastecimiento de agua. Las inundaciones son fenómenos naturales que tienen diferentes orígenes; en la ciudad de Cajamarca, son originadas principalmente por la acción pluvial y por el desborde de los ríos San Lucas y Mashcón, y las quebradas que atraviesan la ciudad de Cajamarca.

Poco abastecimiento.

Existen zonas de la ciudad a las que se abastece con menos de 6 horas al día por restricciones en el sistema de distribución, ya sea por altos consumo de la población o por problemas climáticos.

Saneamiento inadecuado:

No existe tratamiento de aguas residuales debido a que la PTAR existente se encuentra INOPERATIVA, la contaminación del rio Mashcón, causada por el vertimiento directo de aguas residuales perjudica a regantes de los terrenos de cultivo aguas abajo, cuyos productos de cosecha son comercializados y consumidos por la población de Cajamarca y otras ciudades y zonas agrícolas, ocasionando diferentes problemas de salud en los consumidores de estos productos, así como la afectación al del medio ambiente.

Capacidad para atender emergencias y quejas públicas que se hacen a través de los medios:

La falta de capacidad para atender adecuada y oportunamente las emergencias operativas que se presentan y que generan malestar, quejas y reclamos, de los cuales los medios periodísticos hacen caja de resonancia.

Personal no identificado con la empresa.

La existencia de personal desmotivado y sin identificación con la filosofía de la empresa. La falta de mecanismos para el desarrollo de un adecuado manejo de la comunicación interna en la organización no permite involucrar al personal con los logros, reconocimientos y avances de la empresa, desaprovechando además una oportunidad para obtener con ellos un efecto multiplicador de los mismos. El personal administrativo y operativo debe estar totalmente identificado, para ello se coordinará con el área de recursos humanos.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

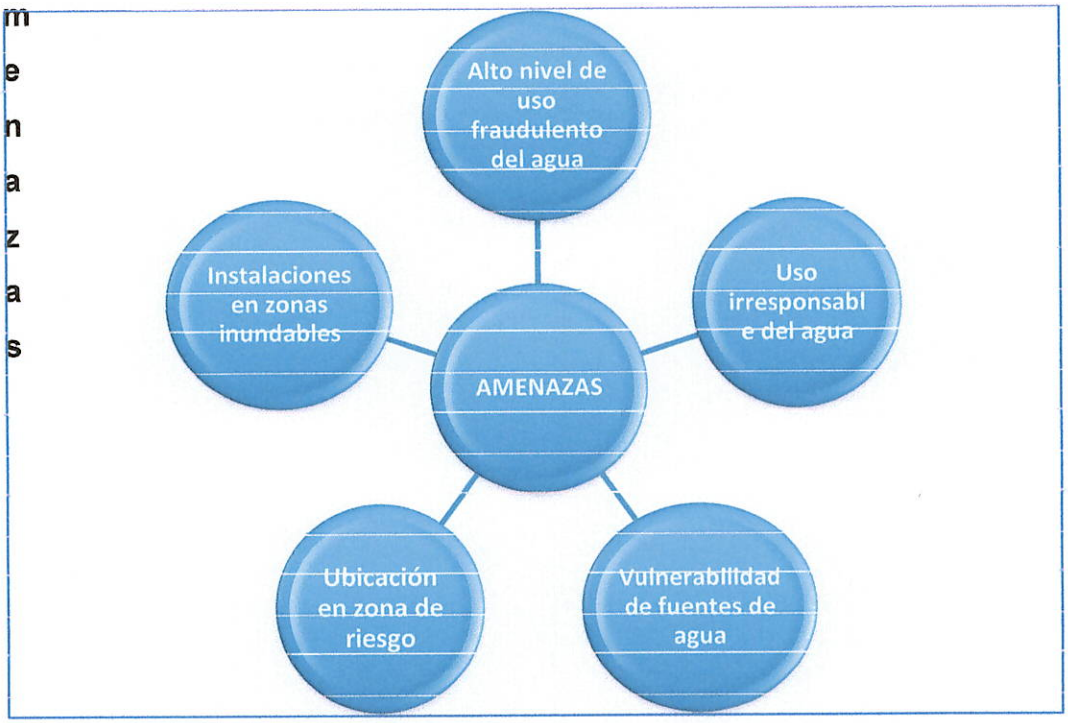
Gran número de pobladores que necesitan el servicio.

Existe una parte importante de la población que aún no cuenta con el servicio de agua potable y alcantarillado sanitario.

- **Alto nivel de uso fraudulento del agua**. – **Amenazas:**

- **A**

m
e
n
a
z
a
s



Existe un gran número de conexiones clandestinas de agua y desperdicio del recurso en zonas en donde los clientes pagan por asignación fija de consumos y en algunos usuarios que tienen alto consumo.

Uso irresponsable del agua y del sistema de alcantarillado sanitario:

Hay un comportamiento social no responsable en el uso del agua potable y de las instalaciones de saneamiento. No sólo en el desperdicio de agua potable sino también, existen personas que arrojan desperdicios de

comidas a los lavaderos de sus cocinas o que arrojan residuos a los inodoros.

Vulnerabilidad de fuentes de agua.

La posibilidad de disminución de la capacidad de las fuentes de agua por razones climáticas o de explotación no racional. La vulnerabilidad de las fuentes de agua respecto a la posibilidad de contaminación está relacionada al vertimiento de residuos líquidos y sólidos en el cauce de los ríos.

Ubicación en zona de riesgo sísmico de las estructuras e instalaciones:

El Estudio Mapa de Peligros de la ciudad de Cajamarca elaborado por el Instituto Nacional de Defensa Civil en el marco del convenio INDECI-PNUDPER/ 02/051, ha identificado cuatro zonas sísmicas en función al análisis de las variables de aceleración, amplificación de ondas, factor de sitio y tiempo de recurrencia, determinando las variaciones de intensidades sísmicas en el área urbana de la ciudad. Actualmente la ciudad de Cajamarca se encuentra en un silencio sísmico.

La Ubicación de instalaciones en zonas inundables por crecidas en los cursos de agua y deslizamientos de tierra:

Las inundaciones generan paralización en captaciones, roturas de líneas de conducción, daños a barrajes y posible deslizamiento de terrenos, atoros en conexiones y colectores con daños a viviendas.

IV. Meta

La EPS SEDACAJ S.A. tiene como tarea posicionar en la mente de los usuarios, el compromiso para alcanzar el 88% de cobertura de agua y próximamente el tratamiento de aguas residuales.

4.1. Objetivos Institucionales

- **Objetivo general:**

Lograr satisfacer la demanda de los servicios de agua potable y alcantarillado, en el ámbito de operación de la Empresa al 88% y tratar ecológicamente las aguas residuales, fortaleciendo las capacidades humanas y desarrollando un buen gobierno corporativo.

- **Objetivo específico institucional:**

Dar a conocer que la EPS SEDACAJ S.A tiene un Plan de Inversiones 2019 – 2024 que se ejecutará con el fin de mejorar y ampliar los servicios de agua potable y alcantarillado en Cajamarca y las provincias de San Miguel y Contumazá.

- **Objetivo Comunicacional:**

Mejorar la imagen interna y externa de la EPS SEDACAJ, a través de actividades de comunicación e información a nuestros colaboradores, usuarios y población durante el año 2024.

- **Objetivos específicos de comunicación e información:**

Contribuir a mejorar el clima laboral entre los colaboradores de la EPS SEDACAJ S.A.

Sensibilizar a la población en el carácter de escaso que tiene el recurso hídrico y propiciar el cuidado y uso racional del agua potable.

Dar a conocer las acciones que realiza la empresa a través del desarrollo de las diferentes campañas a lo largo del año.

Posicionar en la opinión pública que la EPS SEDACAJ S.A se desempeña haciendo uso de modernas herramientas de gestión, así como también de nuevas tecnologías, tanto en la ejecución de las obras, como en las labores administrativas y de manejo operativo.

Lograr que los pobladores que aún no cuentan con servicios domiciliarios de agua potable y alcantarillado, conozcan los proyectos que la empresa tiene previsto para cubrir sus demandas.

Difundir los proyectos y obras que la empresa viene desarrollando.

Dar a conocer los trabajos y actividades que realiza la empresa para reducir el nivel de Agua No Facturada.

Enfatizar en la importancia que tiene el uso racional y la reutilización del líquido elemento.

Promocionar que la EPS SEDACAJ S.A garantiza la calidad del agua con el debido tratamiento, que la Empresa tiene asegurados los procesos de sus principales actividades (tratamiento del agua y ejecución de obras, entre otros) y de cuidado de la salud y el ambiente.

Trabajar en estrecha coordinación con las autoridades locales, para reforzar la comunicación con los pobladores de las zonas donde se ejecutarán las obras.

Generar campañas informativas para que, a través de los medios de información masivos, se enfatice en la importancia que tiene cuidar el agua y hacer uso racional de ella.

4.2. Segmentación:

La segmentación del público objetivo, se ha realizado considerando diferentes estratificaciones para la mejor selección de los mensajes que se deben enviar en función a sus necesidades e intereses de información.

a) Población en general (con y sin servicios domiciliarios):

Desarrollo de temas generales como: desarrollo de megaproyectos: nuevas fuentes de agua correcto uso del sistema de alcantarillado, entre otros.

Formación de cultura de ahorro del agua: Énfasis en el trabajo con niños y adolescentes.

b) Población con servicios domiciliarios:

En general los clientes de la Empresa tienen interés en temas referidos a la calidad y continuidad del servicio de agua potable, incremento tarifario, afectaciones de los servicios sean por razones operativas o administrativas, así como también los referidos a la calidad de atención.

c) Población sin servicios domiciliarios:

Son los pobladores ubicados por lo general en las zonas periféricas de la ciudad, que demandan la ejecución de obras de agua potable y alcantarillado para sus zonas y los servicios en sus viviendas.

Sin embargo, hay que considerar también que, con el auge de las construcciones multifamiliares y verticales, empresas constructoras en zonas consolidadas y otras en expansión, están a la espera de aprobación de factibilidades por parte de la empresa para implementar mayor número de conexiones.

La característica común de las zonas periféricas, es la falta de los servicios de agua y alcantarillado, necesidad insatisfecha que muchas veces es aprovechada por dirigentes vecinales que buscan protagonismo o por intereses políticos, propiciando marchas u otras medidas de presión.

En el grupo de población sin servicios domiciliarios, se debe distinguir lo siguiente:

• La población que se encuentra con proyectos ya viabilizados u obras en ejecución, y el segmento de pobladores cuyos proyectos aún no se inician.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

V. Campañas de Sensibilización

5.1. Objetivos de la publicidad

a) General:

Informar y sensibilizar al público sobre la gestión de los servicios de saneamiento y su incidencia en la calidad de vida, promoviendo conductas de relevancia social que consoliden la imagen institucional.

b) Específicos

- Informar y sensibilizar a la población en el uso responsable y adecuado del agua y los servicios de saneamiento.
- Promover y posibilitar la comunicación afectiva de las acciones que realiza la empresa en sus diversos ámbitos y competencias.
- Establecer, desarrollar y destacar la cualidad de la empresa, para lograr el posicionamiento de la empresa en la opinión pública.
- Formar corrientes de opinión utilizando nuestros productos comunicativos para contrarrestar las informaciones y distorsión en la que incurren algunos sectores de la prensa.
- Contener situaciones de crisis, desprestigios o perjuicios y superarlos.
- Llegar a los sectores poblacionales más difíciles e inaccesibles para la empresa, con quienes se hayan establecido controversias.
- Coadyuvar a las metas empresariales, como estabilidad crecimiento responsabilidad social y otras.

- Lograr que la opinión pública conozca que la Empresa desempeña sus funciones haciendo uso de las herramientas de Buen Gobierno corporativo y con Responsabilidad Social.
- Dar a conocer acerca de los proyectos y obras que la empresa tiene en cartera, a través de las entrevistas en diferentes medios de comunicación, dependiendo del público objetivo al que se dirigen.

5.2. Estrategias

- Se buscará no solo implementar las acciones planificadas, sino también desarrollar mensajes para que puedan contribuir al cumplimiento de las metas planificadas.
- Los mensajes se elaborarán y adaptarán a partir del concepto que se haya definido, buscando lograr el mayor impacto, y posicionarse de acuerdo al público objetivo al que en ese momento se dirija, en función al evento o actividad que se desarrolle.
- Para los pobladores de las zonas periféricas, consideradas como zonas emergentes, los mensajes estarán dirigidos a dar respuesta a sus demandas de incremento de cobertura de servicios, informándoles acerca de la evolución de los proyectos para su zona, así como consejos para asegurar la calidad del agua que consumen, promover el uso racional del agua.
- Para el público de los sectores con servicios consolidados, los mensajes deben estar relacionados e incidir con la calidad de los

servicios que recibe, así como en el aseguramiento de la fuente, el tratamiento de aguas residuales, entre otros.

5.3. Selección de medios

- **Publicidad**

El uso de la publicidad complementa la estrategia de comunicación informativa. Con ella es posible llegar a donde se forman criterios de opinión pública distintos a los meramente informativos.

Será necesario dedicar recursos económicos a la publicidad en el presupuesto, sin embargo, no debe realizarse esfuerzos publicitarios sin contar previamente con estudios de opinión y de mercado.

- **Relaciones Públicas:**

Prensa: Contempla todos los medios masivos de información (tradicionales y electrónicos) para los cuales se producirá y gestionará información, considerando el público objetivo al que están dirigidos.

De acuerdo a cada caso, se considera las siguientes acciones comunicativas:

- Conferencia de prensa para el lanzamiento o anuncio
- Posicionamiento de los objetivos
- Producción y gestión de información (secciones y/o programas especializados si fuera el caso)
- Elaboración de notas de prensa
- Cobertura periodística
- Registro fotográfico
- Registro de video
- Producción de notas informativas para difusión en la página Web, redes sociales y Centros de Servicios de la EPS Sedacaj S.A.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

5.4. Comunicación Interna:

La Comunicación Interna constituye una herramienta de gestión del cambio, y a su vez funciona como herramienta para la mejora del rendimiento. De esta manera, se busca lograr un mejor desempeño del personal que redunde en una mejor imagen de la empresa.

- **Acciones de comunicación a nivel interno:**

En el presente plan se detallan algunas acciones de comunicación para el público interno. Para ello se propone informar permanentemente a los trabajadores sobre los esfuerzos de la EPS SEDACAJ S.A. por brindar mejores servicios y los logros de los que ellos también son protagonistas incentivando el orgullo de pertenencia.

- **Medios:**
  - Correo electrónico
  - Intranet
  - Comunicación permanente del acontecer de la empresa.
  - Periódicos murales

- **Temas:**
  - Ejecución de obras de la empresa
  - Acciones que realiza la empresa, que se difunde a través de notas de prensa a los medios de difusión.
  - Productos y servicios que ofrece la empresa a sus clientes
  - Campañas que emprende la empresa

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

- Actividades y logros del personal de las diferentes áreas de la empresa
- Desarrollo institucional.

- **Promoción de las actividades de las áreas de la Empresa**
  - Programa de Reconocimiento
  - Resultados de la Evaluación del Clima Organizacional
  - Difusión de concursos internos
  - Promoción de actividades culturales
  - Talleres productivos
  - Trípticos de seguridad en higiene ocupacional.
  - Difusión del Reglamento de Seguridad
  - Y otras según requerimiento de las diferentes áreas de la EPS.

- **Estrategia:**
  - Actividades de Capacitación
  - Difusión de las actividades resaltantes, a todo el personal de la empresa a través del correo electrónico y de Intranet.
  - Organización y realización de conferencias, para actividades de aniversario de la EPS.

5.5. Campañas a Ejecutar

El presente plan de publicidad, considera la ejecución de las campañas que se detallan a continuación. Su ejecución se hará de acuerdo al plan de medios de comunicación, siendo muy cuidadosos en respetar los plazos establecidos, objetivos y presupuesto programado para cada una.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

EPS SEDACAJ S.A.

OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL

PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL AÑO FISCAL 2024

Gerencia General / Oficina Imagen Institucional / Indicador / Actividades	Unidad de Medida	Programación / Ejecución	Año Fiscal 2024												TOTAL
			Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Actividades:															
Obras y proyectos de Agua y Saneamiento de la EPS SEDACAJ S.A.	Acción	Programado 2024	x	x	x							x			4
		Ejecutado													
		Avance													
Cuidado del Alcantarillado Sanitario - Cumplimiento VMA	Acción	Programado 2024	x	x	x							x	x	x	6
		Ejecutado													
		Avance													
Si de estos CARNAVALES quieres gozar, el AGUA tienes que CUIDAR	Acción	Programado 2024		x											1
		Ejecutado													
		Avance													
Difusión de Cortes programados e imprevistos	Acción	Programado 2024	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	12
		Ejecutado													
		Avance													
"Gestión de Riesgos y desastres"	Acción	Programado 2024		x	x										2
		Ejecutado													
		Avance													
"Difusión actividades MRSEH"	Acción	Programado 2024	X	X	X	x	x	x		x	x	X	X	X	12
		Ejecutado													
		Avance													
"Utiliza solo cuando la necesites"	Acción	Programado 2024	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	11
		Ejecutado													
		Avance													
"Sedacaj Te Orienta"	Acción	Programado 2024	X	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	11
		Ejecutado													
		Avance													
Aplicación de encuesta sobre satisfacción del cliente de la EPS	Acción	Programado 2024			X										1
		Ejecutado													
		Avance													
Días festivos (Día de la Secretaria, Día de la Madre, Día del Padre, Fiestas Patrias y Apoyo comisión navidad)	Acción	Programado 2024				x	x	x	X					X	5
		Ejecutado													
		Avance													
Atención Reuniones Directorio	Acción	Programado 2024	X	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	12
		Ejecutado													
		Avance													
Aniversario Institucional	Acción	Programado 2024										x			1
		Ejecutado													
		Avance													

* Preparación de material informativo para todas las áreas (todos los meses)

5.6. Control y Seguimiento

Se realiza la medición del efecto de las actividades de comunicación mediante un permanente seguimiento de las acciones realizadas.

Para efectuar esta labor se deberán definir una serie de indicadores de control en torno a los cuales se realizará las mediciones periódicas, con el fin de identificar acciones correctivas si fuera necesario.

La periodicidad debe ser establecida previamente, pudiendo ser trimestral, cada 6 meses y/o al concluir el año, realizar un análisis general para obtener un informe final.

- **Herramientas para el control y seguimiento**
  - Indicadores
  - Resumen anual
- **Tipos de indicadores que se podrían utilizar:**
  - Indicador de realización financiera: Mide qué presupuesto real ha sido ejecutado sobre el presupuesto destinado a la acción de promoción y difusión.
  - Indicadores de realización física: Miden el grado real de cumplimiento de las acciones programadas.

Algunos ejemplos de este tipo de indicadores son:

- **Lista de Control**
  - Número de notas de prensa elaboradas y publicadas
  - Número de entrevistas y/ conferencias de prensa realizadas
  - Número de atenciones a requerimientos de información realizadas

5.7. Conclusiones y Recomendaciones

Este plan de comunicación ha sido elaborado tras un análisis interno de la EPS Sedacaj S.A.

- El presente plan tiene como finalidad informar y sensibilizar al público sobre la gestión de los servicios de saneamiento y su incidencia en la calidad de vida, promoviendo conductas de relevancia social que consoliden la imagen institucional. Para ellos se han elaborado diversas campañas, utilizando herramientas acordes a nuestra coyuntura actual, juegan un papel importante la relación con los medios y el uso de redes sociales para que la propagación de las campañas, lleguen a sectores alejados y siendo nuestro público objetivo los jóvenes, pues ellos son quienes se encargan de difundir la información a sus demás familiares, reproduciendo el alcance de la misma.

- Ante la falta de agua potable, se debe informar y sensibilizar a nuestros usuarios sobre el uso racional de nuestro recurso hídrico , es por ello que cada campaña propuesta tiene como objetivo primordial, hacer partícipe a los usuarios de la importancia del cuidado, uso y reutilización del agua; y demostrar que la nueva imagen de la institución, es velar para que este recurso natural vital llegue a más usuarios, cumpliendo con los estándares de calidad y normas del ente regulador.

- Finalmente, el plan de comunicación se constituye como una herramienta y punto de partida ya que la comunicación exitosa es un proceso de desarrollo continuo y no un evento de una sola vez.

EPS SEDACAJ S.A. IMAGEN INSTITUCIONAL CAJAMARCA

Lic. Corina Del Campo Misahuamán
Especialista Oficina de Imagen Institucional 2024.