



**PLAN OPERATIVO DE
COMUNICACIÓN PARA LA EPS
EMAPA SAN MARTIN S.A.**

Febrero, 2016

PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN

Entidad: EMAPA SAN MARTIN S.A.

Presentación.- El presente Plan es parte de las acciones de comunicación institucional que desarrolla la Oficina de Imagen Institucional de EMAPA San Martín S.A., y en el cual se detallan todas las actividades a ejecutarse durante el año 2016, enmarcados en el Plan Operativo Institucional para el presente año y cuya misión es un marco de referencia que orienta las acciones y enlaza lo deseado, cual es el de ofrecer servicios de agua potable y alcantarillado sanitario de calidad para el bienestar de nuestros usuarios.

OBJETIVOS.-

El presente Plan tiene como objetivos:

- Fortalecer las acciones de comunicación dirigidas a nuestro público interno
- Fortalecer las acciones de comunicación para el posicionamiento de nuestra EPS hacia el público externo

BENEFICIOS DEL PLAN.-

- Mejora de la imagen institucional
- Mejora de la comunicación con nuestro público interno y externo
- Relación con los medios de comunicación.



1. ACCIONES DE COMUNICACIÓN SEGÚN PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS (PE)

1.2. PE DE COMUNICACIÓN INTERNA

1.2.1. Campaña de fortalecimiento interno

Mix de comunicación

- Publicidad
- Relaciones públicas
- Periodismo
- Merchandising

Cuadro 01. Acciones de comunicación según PE, dirigidas al público interno. 2016

ACCIONES DE COMUNICACIÓN	
	Personal de la EPS EMAPA San Martín
Publicidad	
• Baking interno	
Relaciones públicas	
• Cartas (oficios, memorandos)	
• Invitaciones	
• Tarjetas de felicitación	
• Reuniones de confraternidad (onomásticos y fechas importantes)	
• Eventos de capacitación	
• Visitas guiadas	
• Actividades deportivas	
Periodismo	
• Boletín interno	
• Periódico mural	
• Actualización de redes sociales	
Merchandising	
• Buzón de sugerencias	
• Protector de pantalla	
• Señalética	
• Polos	
• Gorros	

Elaboración: Imagen Institucional de la EPS San Martín S.A.-OTASS. Febrero, 2016.



1.2. PE DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1.2.1. Campaña de posicionamiento

Mix de comunicación

- Publicidad
- Relaciones públicas
- Periodismo
- Merchandising

Cuadro 02. Acciones de comunicación para el posicionamiento de la EPS, dirigidas al público externo. 2016

ACCIONES DE COMUNICACIÓN				
	Grupos de interés			Población local
	Críticos	Básicos	Complementarios	
Publicidad				
• Baking	✓	✓		✓
• Folleto	✓	✓	✓	✓
• Jingle	✓	✓	✓	✓
• Mascota	✓	✓	✓	✓
• Brochure corporativo	✓	✓	✓	
• Panel (roll screen)	✓	✓	✓	
• Sticker	✓	✓	✓	✓
• Video organizacional	✓	✓	✓	✓
Relaciones públicas				
• Carta	✓	✓	✓	
• CRM (directorio)	✓	✓		
• Tarjeta de presentación	✓	✓	✓	
• Tarjeta de felicitación	✓	✓	✓	
Periodismo				
• Boletín informativo express	✓	✓	✓	✓
• Actualización de redes sociales	✓	✓	✓	✓
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓
• Comunicado	✓	✓	✓	✓
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓
Merchandising				
• Gorro	✓	✓	✓	
• Polo	✓	✓	✓	
• Lapicero	✓	✓	✓	
• Fólder	✓	✓	✓	

Elaboración: Imagen Institucional de la EPS San Martín S.A. - OTASS. Febrero , 2016.



1.2.2. Campaña de visibilización y sensibilización

Está integrada por las siguientes subcampañas:

1.2.2.1. Micromedición

1.2.2.2. Recuperación de cartera morosa

1.2.2.3. Valor Máximo Admisibles (VMA)

1.2.2.4. Cortes programados y no programados

1.2.2.5. Imprevistos sobre temas sensibles

Mix de comunicación

Las acciones de comunicación se concentrarán, conforme cada subcampaña, en:

- Publicidad
- Relaciones públicas
- Periodismo
- Merchandising

Cuadro 03. Acciones de comunicación para micromedición, para el público externo. 2016

ACCIONES DE COMUNICACIÓN				
	Grupos de interés*			Población local
	Críticos	Básicos	Complementarios	
a. Micromedición				
Publicidad				
• Gigantografía	✓	✓	✓	✓
• Folleto informativo (cartilla)	✓	✓	✓	✓
• Spot radial				
Relaciones públicas				
• Carta	✓	✓	✓	
• Charla	✓	✓	✓	
Periodismo				
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓
• Comunicado	✓	✓	✓	✓
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓
• Actualización de página web	✓	✓	✓	✓
Merchandising				
• Rotafolio (con portafolio de pie)	✓	✓		
• Afiche pizarra	✓	✓		
• Papelógrafo*	✓	✓		
• Sticker	✓	✓	✓	✓
• Bloc de notas, lapicero	✓	✓	✓	
•				



b. Recuperación de cartera morosa					
Publicidad					
• Gigantografía	✓	✓	✓	✓	
• Folleto informativo (cartilla)	✓	✓	✓	✓	
• Spot radial					
Relaciones públicas					
• Carta	✓	✓	✓		
• Charla	✓	✓	✓		
Periodismo					
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Comunicado	✓	✓	✓	✓	
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Actualización de página web y redes sociales	✓	✓	✓	✓	
Merchandising					
• Rotafolio (con portafolio de pie)	✓	✓			
• Afiche pizarra	✓	✓			
• Papelógrafo*	✓	✓			
• Sticker	✓	✓	✓	✓	
• Bloc de notas, lapicero	✓	✓	✓	✓	
c. Valor máximo admisible (VMA)					
Publicidad					
• Folleto informativo (cartilla)	✓	✓	✓	✓	
• Spot radial	✓	✓	✓	✓	
Relaciones públicas					
• Carta	✓	✓	✓		
• Charla	✓	✓	✓		
Periodismo					
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Comunicado	✓	✓	✓	✓	
• Agenda de medios	✓	✓	✓	✓	
• Conferencia de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Actualización de página web y redes sociales	✓	✓	✓	✓	
Merchandising					
• Sticker	✓	✓	✓	✓	
• Bloc de notas, lapicero	✓	✓	✓	✓	
d. Cortes programados y no programados					
Relaciones públicas					
• Carta	✓	✓	✓		
Periodismo					
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Comunicado	✓	✓	✓	✓	
• Agenda de medios	✓	✓	✓	✓	
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓	
• Actualización de página web y redes sociales	✓	✓	✓	✓	



e. Imprevistos sobre temas sensibles					
Publicidad					
• Perifoneo	✓	✓	✓	✓	✓
• Volante	✓	✓	✓	✓	✓
Relaciones públicas					
• Carta	✓	✓	✓		
• Reunión informativa	✓	✓	✓		
Periodismo					
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓	✓
• Comunicado	✓	✓	✓	✓	✓
• Agenda de medios	✓	✓	✓	✓	✓
• Actualización de página web y redes sociales	✓	✓	✓	✓	✓

*Comprende a los grupos de interés en relación con la intervención social.

Elaboración: Imagen Institucional de la EPS EMAPA San Martín-OTASS. Febrero, 2016.



1.3. PE DE EDUCACIÓN SANITARIA

Campaña de cuidado de los servicios de saneamiento Agua y medio ambiente

Mix de comunicación

- Publicidad**
- Relaciones públicas**
- Periodismo**
- Merchandising**



Cuadro 04. Acciones de comunicación para visibilización y sensibilización, según PE de educación sanitaria, para el público externo. 2016

ACCIONES DE COMUNICACIÓN				
	Grupos de interés			Población local
	Críticos	Básicos	Complementarios	
Publicidad				
• Infografía	✓	✓	✓	✓
• Fólder-sobre informativo	✓	✓	✓	✓
• Folleto	✓	✓	✓	✓
• Historieta	✓	✓	✓	✓
• Lapiceros, lápices y reglas				
• Panel de beneficios (roll screen)	✓	✓	✓	
• Elaboración de un publitreportaje temático	✓	✓	✓	✓
Relaciones públicas				
• Charla	✓			
• Talleres vivenciales				
• Visitas guiadas				
Periodismo				
• Nota de prensa	✓	✓	✓	✓
• Agenda de medios	✓	✓	✓	✓
• Conferencia de prensa	✓	✓	✓	✓
• Rueda de prensa	✓	✓	✓	✓
• Actualización de página web y redes sociales	✓	✓	✓	✓
Merchandising				
• Rotafolio (con portafolio de pie)	✓	✓		
• Afiche pizarra	✓	✓		
• Papelógrafo*	✓	✓		
• Sticker	✓	✓	✓	✓
• Bloc de notas, lapicero	✓	✓	✓	
• Bolsas ecológicas	✓			
• Taza temática				
• Dípticos				
• Trípticos				
• Cuadernillos				
• Bolsas				
• Stickers				
• chalecos				
• Polos				

Elaboración: Imagen Institucional de la EPS EMAPA SAN MARTÍN -OTASS. Enero, 2016.

