SEDACHIMBOTE S.A.
"Llevamos vida a tu hogar"

SEDACHIMBOTE S.A.
"Llevamos vida a tu hogar"

PLAN DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA EPS SEDACHIMBOTE 2025

CHIMBOTE - 2025

SEDACHIMBOTE S.A.
"Llevamos vida a tu hogar"

PLAN DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS DE LA EPS SEDACHIMBOTE 2025

I. INTRODUCCIÓN:

El **Plan de Comunicaciones y Relaciones Públicas 2025** de la Empresa Prestadora de Servicios de Saneamiento **SEDACHIMBOTE S.A.** tiene como propósito fortalecer los mecanismos de comunicación institucional, tanto a nivel interno como externo, con el objetivo de consolidar una gestión moderna, transparente y cercana a la población. Este plan se desarrolla conforme a los lineamientos del **Directorio**, presidido por el **Dr. Víctor Síchez Muñoz**, y la **Gerencia General**, dirigida por el **Ing. Rómulo Antúnez Antúnez**, en concordancia con los objetivos estratégicos institucionales y las políticas del sector saneamiento impulsadas por **OTASS** y **SUNASS**.

En un entorno donde la información oportuna, precisa y accesible resulta clave para una buena gobernanza, **SEDACHIMBOTE** asume el compromiso de comunicar sus acciones con claridad y coherencia, fomentando la participación ciudadana, la cultura del agua y la confianza de la comunidad. Este documento constituye una guía para la planificación, ejecución y evaluación de estrategias comunicacionales orientadas a alcanzar los objetivos institucionales y posicionar a la empresa como un referente técnico, social y ambiental en la región **Áncash**.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

Durante el periodo **2025**, la comunicación institucional se articulará en torno a cuatro ejes principales:

1. **Mejorar la percepción ciudadana**, a través de mensajes claros y campañas estratégicas.
2. **Fortalecer la comunicación interna**, promoviendo la integración entre las áreas operativas y administrativas.
3. **Consolidar las relaciones con los medios de comunicación y aliados estratégicos.**
4. **Impulsar la educación sanitaria y ambiental**, con especial atención a la comunidad escolar y a las zonas rurales.

Asimismo, se dará prioridad a la **transparencia informativa**, la **rendición de cuentas** y la **atención efectiva ante emergencias o crisis operativas**.

De este modo, el plan reafirma la comunicación como un pilar esencial para el cumplimiento de la misión institucional: **"Llevar vida a tu hogar"**, garantizando un servicio sostenible, confiable y de calidad en beneficio de la ciudadanía.

II. EVALUACIÓN SITUACIONAL:

La comunicación institucional en la EPS SEDACHIMBOTE S.A. es un pilar clave para fortalecer la relación entre la empresa, sus trabajadores y la ciudadanía. La Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones realiza acciones de información y sensibilización sobre el uso responsable del agua y el alcantarillado, aunque aún enfrenta limitaciones que reducen la eficacia de su estrategia.

En el ámbito externo, la empresa mantiene una presencia digital activa y desarrolla campañas radiales y presenciales; sin embargo, las zonas periurbanas y rurales presentan dificultades de acceso a la información, afectando la comprensión del servicio y la cultura de pago. También se requiere mejorar la anticipación en los avisos de cortes y obras, lo que influye en la percepción ciudadana.

La relación con los medios de comunicación es positiva, pero principalmente reactiva. Falta una estrategia proactiva que destaque los logros institucionales y una vocería técnica sólida para atender crisis o desinformaciones.

En el plano interno, la comunicación entre áreas aún es fragmentada y carece de canales formales como una intranet o boletín digital que fortalezcan la integración del personal.

Pese a ello, SEDACHIMBOTE cuenta con fortalezas importantes: una marca reconocida, el lema **"Llevamos vida a tu hogar",** un equipo técnico comprometido y alianzas con instituciones del sector. El reto para el periodo 2025 será consolidar una comunicación integrada, transparente y cercana, que refuerce la confianza y el orgullo institucional.

2.1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL:

SEDACHIMBOTE S.A.
"Llevamos vida a tu hogar"

Aspecto	Situación Actual	Recomendación Estratégica
Canales de comunicación	Presencia activa en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) y página web institucional. Difusión radial y atención presencial, aunque con baja cobertura en zonas periurbanas y rurales.	Desarrollar un **Plan Integral de Comunicación Multicanal** que combine medios digitales, radiales y presenciales con enfoque territorial, priorizando la **segmentación por públicos** (usuarios domésticos, rurales, escolares y autoridades) para asegurar información clara, oportuna y adaptada a cada contexto.
Comunicación interna	Fragmentada entre áreas administrativas y operativas. No existen boletines ni espacios formales de retroalimentación.	Implementar un **boletín interno mensual y** reuniones periódicas de alineamiento para fortalecer la cultura organizacional y la identidad institucional.
Gestión de crisis comunicacional	No existe un **protocolo de crisis** ni voceros designados oficialmente. Las respuestas son reactivas y dependen del contexto.	Diseñar e implementar un **Protocolo de Crisis y Vocería Institucional**, con simulacros trimestrales y capacitaciones de media training para voceros.
Relación con medios de comunicación	La relación es reactiva; las apariciones se dan frente a contingencias y no mediante una agenda planificada.	Establecer una **agenda proactiva de medios** con boletines de prensa, entrevistas y visitas técnicas programadas para posicionar la gestión y proyectos institucionales.
Percepción ciudadana	La ciudadanía reconoce el servicio, pero existen percepciones negativas por cortes imprevistos y desinformación.	Desarrollar **campañas focalizadas de reputación y transparencia**, difundiendo los avances de obras, inversiones y logros técnicos de forma constante.
Cultura de pago y educación sanitaria	Limitada en sectores educativos; persiste desinformación sobre la importancia del pago oportuno y el uso responsable del agua.	Ejecutar **campañas educativas permanentes** con enfoque social y escolar, reforzando programas como **"Aqua Educa"** y **"Seda en tu Barrio"**, articulando mensajes con beneficios tangibles del servicio.
Capacidades institucionales	Personal técnico con alta carga operativa y limitada especialización comunicacional.	**Fortalecer el equipo de comunicaciones** con capacitación en diseño, gestión digital, monitoreo y comunicación de crisis. Incorporar practicantes y voluntarios de universidades locales.
Gestión digital y monitoreo	No se dispone de una herramienta para medir el impacto y alcance de publicaciones o campañas.	Implementar un **sistema de monitoreo digital** con indicadores de alcance, interacción y percepción, que permita la toma de decisiones basadas en datos.
Identidad e imagen institucional	Imagen reconocida por su símbolo de la gota y el lema *"Llevamos vida a tu hogar"*. Sin manual de marca actualizado.	Actualizar el **Manual de Identidad Visual Institucional**, estandarizando logotipos, colores, tipografías y uso de la marca en todas las piezas comunicacionales.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

2.2. ANÁLISIS FODA COMUNICACIONAL:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. Imagen institucional consolidada y reconocida por su lema *"Llevamos vida a tu hogar"*.	1. Posibilidad de fortalecer alianzas estratégicas con SUNASS, OTASS, MVCS, municipios y universidades.
2. Presencia activa en redes sociales, medios locales y programas radiales.	2. Mayor interés ciudadano en temas ambientales, educación sanitaria y uso responsable del agua.
3. Ejecución constante de programas con impacto social como "Aqua Educa" y "Seda en tu Barrio".	3. Expansión del acceso digital que permite fortalecer la interacción con los usuarios.
4. Equipo técnico-operativo comprometido con la mejora continua del servicio.	4. Contexto favorable para posicionar a SEDACHIMBOTE como referente regional en cultura del agua.
5. Identidad visual institucional definida (logo, color, mascota y lema coherentes con la marca).	5. Espacio para desarrollar campañas de transparencia y rendición de cuentas que fortalezcan la confianza pública.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
1. Comunicación interna fragmentada entre áreas administrativas y operativas.	1. Desinformación y rumores en redes sociales que afectan la reputación institucional.
2. Ausencia de un protocolo formal de crisis y voceros capacitados.	2. Fenómenos naturales o fallas técnicas que pueden afectar la continuidad del servicio.
3. Limitada cobertura informativa en zonas rurales y periurbanas.	3. Cambios políticos y rotación de autoridades que generan inestabilidad institucional.
4. Falta de herramientas de monitoreo digital e indicadores de desempeño comunicacional.	4. Saturación informativa y desinterés del público en contenidos institucionales.
5. Escasa planificación estratégica de medios y seguimiento de resultados.	5. Posible manipulación de información técnica en contextos de conflicto o reclamos sociales.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

2.3. MAPA DE GRUPOS DE INTERESES:

Categoría / Entidad	Nivel de Relación	Propósito de la Coordinación	Mecanismos de Comunicación
Usuarios del Servicio (Domésticos, No Domésticos y Rurales)	Alta	Fortalecer la confianza y la comunicación directa con los usuarios sobre cortes programados, obras, facilidades de pago, cultura del agua y cuidado del alcantarillado. Promover la participación ciudadana y la educación sanitaria.	Comunicados oficiales, perifoneo, atención en campo, redes sociales, página web, audiencias públicas, ferias informativas y programas "Aqua Educa" y "Seda en tu Barrio".
Sector Vivienda y Saneamiento *(OTASS, SUNASS, MVCS)*	Alta	Articulación técnica y normativa para el cumplimiento de metas de gestión, promoción de la cultura del agua y fortalecimiento institucional.	Oficios, informes técnicos, reportes de seguimiento, notas de prensa conjuntas y participación en campañas educativas.
Gobiernos Regionales y Locales *(Gobierno Regional de Áncash y municipalidades de Chimbote, Nuevo Chimbote, Casma, Huarmey, entre otras)*	Alta	Coordinación para ejecución de obras, atención de emergencias, campañas comunitarias y educación sanitaria.	Oficios, reuniones interinstitucionales, ferias informativas, actividades conjuntas y perifoneo coordinado.
Entidades de Supervisión y Control *(Defensoría del Pueblo, Contraloría General, Autoridad Nacional del Agua, DIRESA Áncash)*	Media	Atención de reclamos, control de calidad del agua, seguimiento de procesos operativos y transparencia institucional.	Oficios, reuniones de coordinación, informes técnicos y notas institucionales.
Instituciones Educativas y de Formación *(Drea, Universidades, colegios, institutos, programas "Aqua Educa" y "Seda en tu Barrio")*	Alta	Fomento de la educación sanitaria, cultura del agua y participación estudiantil. Promoción de voluntariados y prácticas preprofesionales.	Convenios, charlas, ferias educativas, visitas guiadas y campañas conjuntas.
Medios de Comunicación *(Radios locales y regionales,*	Alta	Difusión de campañas educativas, comunicados oficiales, anuncios de cortes, obras y actividades institucionales.	Spots radiales, entrevistas, notas de prensa, cobertura de campo y contenido digital.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

prensa escrita, medios digitales y televisión)			
Organismos Ambientales y de Salud *(MINAM, ANA, MINSA)*	Media	Coordinación de campañas ambientales, control sanitario y protección de fuentes hídricas.	Oficios, mesas técnicas, reportes conjuntos y actividades educativas.
Asociaciones del Sector y Redes de EPS *(ANEPSSA y EPS vecinas)*	Media	Intercambio de experiencias, fortalecimiento de capacidades institucionales y cooperación interempresarial.	Reuniones técnicas, boletines sectoriales, encuentros y talleres de gestión.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA EN INSTITUCIONAL Y COMUNICACION

III. IDENTIDAD INSTITUCIONAL:

Visión: Ser una empresa líder, moderna, consolidada, autónoma y financieramente viable dentro del sector saneamiento, que permita satisfacer las necesidades de los clientes, mejorando su calidad de vida y obteniendo el reconocimiento de la opinión pública en general"

Misión: "Brindar los servicios de saneamiento en condiciones de eficiencia, sostenibilidad y calidad, respetando los principios de acceso universal, esencialidad e inclusión social, ejerciendo competencias con autonomía administrativa, económica y responsabilidad en la gestión empresarial, basado en criterios técnicos, legales, financieros y ambientales".

Valores Institucionales:

- Honestidad
- Calidad
- Lealtad
- Creatividad
- Responsabilidad
- Competencia
- Solidaridad
- Disciplina

IV. OBJETIVOS COMUNICACIONALES:

- Incrementar la percepción positiva de los usuarios en un 30 % hasta diciembre de 2025, mediante campañas informativas, comunicados oficiales y difusión transparente de obras, inversiones y mejoras del servicio.
  Interpretación: *Este objetivo busca fortalecer la confianza ciudadana y mejorar la reputación institucional de EPS SEDACHIMBOTE S.A., comunicando de forma clara y oportuna los avances de gestión y la importancia del servicio de agua y saneamiento.*

- Lograr que, antes de diciembre de 2025, el 60 % del personal participe activamente en los canales internos de comunicación institucional y asegurar la publicación de 4 boletines trimestrales y 1 informe anual de gestión, fortaleciendo la transparencia y la integración organizacional.
  Interpretación: *La meta busca fortalecer una comunicación institucional participativa y efectiva, fomentando la participación del personal y la difusión oportuna de información que refuerce la transparencia, la confianza y el compromiso institucional.*

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACION

- Aumentar la presencia institucional en medios locales y regionales con 3 apariciones anuales de voceros acreditados hasta diciembre de 2025, difundiendo información técnica validada y mensajes institucionales planificados.
  Interpretación: *Este objetivo busca posicionar a EPS SEDACHIMBOTE como referente técnico y fuente confiable de información sobre saneamiento, fortaleciendo la imagen profesional y la credibilidad pública de la empresa.*

- Ejecutar 30 actividades educativas sanitarias presenciales y digitales sobre cultura del agua y cuidado del alcantarillado antes de diciembre de 2025.
  Interpretación: *Este objetivo refuerza el compromiso social y educativo de la empresa, promoviendo la educación sanitaria y ambiental a través de programas como "Aqua Educa" y "Seda en tu Barrio."*

- Implementar un Protocolo de Comunicación de Crisis y ejecutar 1 simulacros institucionales anuales durante 2025, reducindo el tiempo de respuesta comunicacional a menos de 2 horas ante contingencias. **Interpretación:** *Este objetivo busca mejorar la capacidad de reacción institucional frente a emergencias, garantizando una comunicación rápida, veraz y empática que proteja la imagen y confianza pública de la empresa.*

V. ESTRATEGIAS Y ACCIONES:

Estrategia	Acción	Público	Canal	Indicador
EA1. Mejorar la percepción ciudadana	Campaña **"Agua que Cuida"** sobre uso responsable y confianza en el servicio.	Usuarios del servicio.	Radio, redes sociales, perifoneo.	**50 % de satisfacción** al cierre del 2025.
	Difusión micro noticieros de **logros y actividades** bajo el lema *"noticiero sedista."*	Ciudadanía en general.	Web institucional, Facebook, TV local.	Al menos 4 **publicaciones mensuales** con 2100 visualizaciones.
EA2. Fortalecer la comunicación interna	Emisión del **boletín interno "Sedanoticias"** con noticias y reconocimientos.	Colaboradores administrativos y operativos.	Intranet,correo institucional.	Realización de 4 boletines trimestrales internos.
	Realización de un informes anuales sobre la situación de la EPS	Personal de la EPS.	Presencial, correo institucional.	Realización de 1 informes anuales y realización de 1 audiencias públicas.
EA3. Posicionar la vocería técnica institucional	**Entrevistas** con voceros acreditados sobre proyectos.	Medios locales y regionales.	Radio, TV, prensa digital.	Realización de 3 entrevistas sobre los proyectos y logros de la EPS.
EA4. Impulsar la educación sanitaria y ambiental	**Charlas escolares "Aqua Educa"** en colegios de Chimbote, Casma y Huarmey.	Estudiantes y docentes.	Presencial, audiovisual.	Realización de 30 campañas educativas en los distintos centros educativos o barrios de la jurisdicción.
	Campaña digital "Guardianes del Agua" con mensajes educativos.	Jóvenes y familias usuarias.	Redes sociales, web institucional.	Creación de una campaña y capacitación de más de 30 estudiantes para la réplica de la información sobre la educación sanitaria.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA ... Y COMUNICACION

EA5. Fortalecer la gestión comunicacional ante crisis	Aplicación del **Protocolo de Comunicación y Vocería Institucional** ante emergencias.	Usuarios, medios y autoridades.	Comunicados oficiales, redes sociales.	Creación de 1 manual de crisis actualizado y la conformación del comité de crisis de la EPS.
	Simulacros anuales de comunicación de crisis para voceros y equipos operativos.	Personal técnico y de prensa.	Presencial.	Realización de 1 simulacros de crisis para estar preparados para las emergencias presentadas.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

VI. CRONOGRAMA:

Año 2025:

Acción	Mes y Año	Responsable	Producto
Validación del Plan de Comunicaciones y Relaciones Públicas 2025	Enero 2025	GEGE / Oficina de Imagen Institucional	Versión final aprobada del plan.
Lanzamiento del boletín interno "Sedanoticias."	Marzo, junio, Setiembre y diciembre 2025	Imagen Institucional / RR.HH.	Boletín interno digital mensual.
Ejecución de charlas escolares "Aqua Educa."	Marzo – diciembre 2025	Imagen Institucional / Educación Sanitaria	Registro de charlas, material audiovisual y flyer educativo en redes.
Desarrollo del programa "Seda en tu Barrio." en zonas periurbanas.	Marzo – diciembre 2025	Imagen Institucional / Operaciones	Registro audiovisual y listado de participantes.
Rueda de prensa técnica sobre obras y avances de gestión.	Marzo, agosto y noviembre 2025	Gerencia General / Imagen Institucional	Nota de prensa y cobertura mediática.
Ejecución del Simulacro de Comunicación de Crisis N.º 1.	Agosto 2025	Imagen Institucional / Comité de Crisis	Acta y evaluación de respuesta.
Campaña digital "VMA – Cuidar Alcantarillado." con enfoque educativo a los usuarios no domésticos	Noviembre 2025	Imagen Institucional / Educación Sanitaria	Publicaciones y alcance en redes sociales.
Audiencia Pública de Rendición de Cuentas.	Agosto 2025	Gerencia General / Imagen Institucional	Informe público y registro audiovisual.
Realización de Material Informativo visual Merese	Marzo, junio, Setiembre y diciembre 2025	Oficina de Imagen Institucional	Videos, afiches y piezas gráficas.
Evaluación general del Plan Comunicacional anual 2025.	Marzo, junio, Setiembre y diciembre 2025	GEGE / Oficina de Imagen Institucional	Informe anual de cumplimiento.
Realización de Capacitaciones anuales	Marzo, junio, Setiembre y	REHU / Oficina de Imagen Institucional	Recopilación de material

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

	diciembre 2025		fotográfico y notas de prensa.

VII. SEGUIMIENTO Y MONITOREO DEL PLAN:

El desarrollo del Plan de Comunicaciones y Relaciones Públicas 2025 será objeto de un monitoreo trimestral a cargo de la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones de la EPS SEDACHIMBOTE S.A. Este proceso comprenderá el seguimiento de los indicadores establecidos, la verificación de evidencias y la elaboración de reportes de avance correspondientes a cada trimestre.

Dicha labor permitirá comprobar el cumplimiento de las actividades programadas, detectar áreas de mejora y plantear acciones correctivas o de fortalecimiento que garanticen la consecución de los objetivos propuestos en el plan.

SEDA CHIMBOTE S.A. OFICINA IMAGEN INSTITUCIONAL Y COMUNICACIÓN

A través de este seguimiento periódico, la empresa reafirma su compromiso con una gestión comunicacional eficiente, transparente y sustentada en evidencias, promoviendo la mejora continua, la credibilidad institucional y la confianza de los usuarios en los servicios que brinda EPS SEDACHIMBOTE S.A.

VIII. PRESUPUESTO ANUAL:

Actividad / Producto	Descripción (solo servicios externos o insumos)	Periodicidad	Costo Anual (S/.)
Entrevistas radiales y divulgación de contenido	Emisión de microprogramas o comunicados en radios locales y redes sociales	Mensual	3.000
Perifoneo y activaciones informativas	Alquiler de equipos y movilidad para campañas informativas en campo.	Bimestral	7,200
Realización de campañas educativas (material regalos y logística para las actividades)	Compra de merchandising, alquiler de toldo, sillas, refrigerios, etc.	Anual	20.000
Monitoreo digital y difusión pagada en redes sociales.	Impulso publicitario y métricas de alcance para boletines y campañas.	Anual	10.000
Realización de material visual MERESE	Viajes de grabación de contenidos y material impreso.	Bimestral	3.000

El monto total de **S/. 43,200.00** corresponde a los gastos estimados para la ejecución de las actividades externas contempladas en el Plan de Comunicaciones y Relaciones Públicas 2025.

Este presupuesto considera únicamente los **servicios y recursos logísticos contratados a terceros**, tales como la difusión radial, perifoneo, producción audiovisual, materiales promocionales y apoyo logístico para campañas educativas y eventos institucionales.

Las acciones de **diseño, redacción, maquetación y producción gráfica** son asumidas internamente por la **Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones**, optimizando recursos y garantizando la coherencia visual y comunicacional de EPS SEDACHIMBOTE S.A