



## RESOLUCIÓN DE CONSEJO DIRECTIVO

N° 047-2018-SUNASS-CD

Lima, 19 NOV. 2018

### VISTO:

El Informe N° 079-2018-SUNASS-070 mediante el cual la Gerencia de Usuarios presenta el Plan de Estrategia Publicitaria de la SUNASS del año 2018.

### CONSIDERANDO:

Que, el artículo 1 de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal dispone que se entenderá por publicidad institucional a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias.

Que, conforme con lo establecido por el literal a) del artículo 56 del Reglamento de Organización y Funciones aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 032-2006-SUNASS-CD, corresponde a la Gerencia de Usuarios planificar, ejecutar y supervisar las acciones de comunicación de la SUNASS relacionadas con el Estado, los diferentes actores de la sociedad civil y las empresas prestadoras.

Que, de acuerdo con su competencia, la Gerencia de Usuarios ha estructurado un Plan de Estrategia Publicitaria para realizar una campaña de difusión en medios de comunicación radial y en canales digitales de cobertura nacional, a fin de informar a los usuarios sobre el rol de la SUNASS, posicionándolo como el organismo regulador que ha desconcentrado funciones en las 24 regiones, para contribuir a la mejora de la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado en beneficio de la población.

Que, para la ejecución del mencionado Plan de Estrategia Publicitaria la SUNASS cuenta con un presupuesto de S/ 750 000.00 (setecientos cincuenta mil y 00/100 soles).

Que, el literal f) del artículo 10 del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNASS, establece como función del Consejo Directivo aprobar los planes y el presupuesto institucional, así como los criterios de inversión y asignación de recursos.

Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento



De conformidad con la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal y el Reglamento de Organización y Funciones de la SUNASS aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 032-2006-SUNASS-CD; el Consejo Directivo en su sesión del 31 de octubre de 2018.

**RESUELVE:**

**Artículo 1.- APROBAR** el Plan de Estrategia Publicitaria de la SUNASS de 2018, que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

**Artículo 2.- DISPONER** que la Gerencia de Usuarios evalúe periódicamente el plan aprobado en virtud del artículo anterior.

**Artículo 3.- DISPONER** la publicación de la presente resolución y su anexo en el portal institucional de la SUNASS.

Regístrese y comuníquese.

**Iván Lucich Carrauri**  
**Presidente del Consejo Directivo**



# **PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE SERVICIOS DE SANEAMIENTO – SUNASS 2018**

## **Gerencia de Usuarios**

### **I.- Introducción**

La Gerencia de Usuarios es un órgano de línea, encargado de planificar, ejecutar y supervisar las acciones de comunicación de SUNASS relacionadas con los diferentes actores de la Sociedad Civil, tanto en el ámbito urbano, con la Ley N° 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos como del ámbito rural, con el Decreto Legislativo N° 1280 sobre la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento a Nivel Nacional.

Se encarga de brindar atención y orientación a los usuarios de los servicios de saneamiento, responder los requerimientos de información de la institución, velar porque la comunicación, información y atención a los usuarios sea dada en condiciones de calidad adecuada.

Contribuye a la participación de usuarios mejor informados, con acciones de servicio al ciudadano, promoviendo su acercamiento y entendimiento en el cuidado de los recursos hídricos y el medio ambiente, a través de canales de comunicación, información y orientación, enfocando su trabajo a fomentar una cultura de la valoración y cuidado del agua, en beneficio de la población.

El Área de Comunicaciones se encarga de apoyar, asesorar y desarrollar campañas de información para la valoración de los servicios de agua potable y alcantarillado a nivel nacional, además de impulsar el vínculo entre el usuario y la SUNASS como regulador del servicio de agua potable y alcantarillado.

De igual manera, lleva a cabo la formulación e implementación del Plan de Estrategia Publicitaria, dirigida a posicionar a la SUNASS y su presencia desconcentrada en las 24 regiones del país, en el marco del Decreto Legislativo 1280, que aprueba la Ley Marco de la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento.

### **II.- Justificación**

La SUNASS es el organismo regulador que contribuye al acceso y a la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado, cautelando de forma imparcial y objetiva los intereses de los usuarios, las empresas prestadoras y el Estado; promoviendo la conservación del ambiente. Además, es responsable de regular, normar, supervisar, fiscalizar, sancionar y dar solución a las controversias y reclamos de los usuarios y las empresas prestadoras de los servicios de saneamiento.

De acuerdo a las funciones establecidas en el Decreto Legislativo N° 1280, sobre la Gestión y Prestación de los Servicios de Saneamiento a Nivel Nacional, la SUNASS impulsa el acceso universal, el aseguramiento de la calidad y la prestación eficiente y sostenible de los servicios de saneamiento, para asegurar un adecuado abastecimiento del agua potable y mejora de la calidad del agua que consumen los ciudadanos.

Por ello, bajo este nuevo enfoque, la Sunass reforzará su vínculo con el usuario, como el organismo regulador que ha desconcentrado funciones en las 24 regiones para contribuir a mejorar la calidad del servicio de agua potable y saneamiento de la población.

En el marco de estos objetivos, la Gerencia de Usuarios tiene como finalidad mejorar la relación con los usuarios del servicio de saneamiento, y promover el fortalecimiento institucional de la SUNASS como organismo regulador, por ello, se plantea realizar y desarrollar campañas de información sobre las funciones y alcances de la SUNASS en medios de comunicación, a fin de posicionar al organismo regulador dentro del ámbito nacional.

### III Base legal

- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado modificado por el Decreto Legislativo N° 1341 y su Reglamento Aprobado por el Decreto Supremo N° 350-2015-EF y modificado por el Decreto Supremo N° 056-2017-EF.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.



### IV.- Objetivo

- Posicionar a SUNASS como el organismo regulador que ha desconcentrado funciones en las 24 regiones, para contribuir a la mejora de la calidad de los servicios de agua potable y alcantarillado en beneficio de la población.



### V.- Beneficio

- Que los usuarios de Lima y provincias conozcan e identifiquen el rol regulador de la SUNASS en la mejora de la prestación de los servicios de saneamiento a nivel nacional.

### VI.- Producto

La campaña tendrá como slogan: **"SUNASS contigo"** y se llevará a cabo en medios de comunicación radiales y en canales digitales de cobertura regional y nacional.

#### 6.1.- Sustento:

La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento – SUNASS considera necesario que los usuarios identifiquen a la SUNASS como el organismo regulador de los servicios de saneamiento, que trabaja de manera imparcial y técnica para beneficio de los ciudadanos.

En ese sentido, la Gerencia de Usuarios de la SUNASS ha estructurado una campaña informativa y de orientación a los usuarios del sector saneamiento, sobre la desconcentración de funciones de la SUNASS en provincias que conllevará a la mejora de la calidad del servicio que reciben.

#### 6.2.- Temas a tratar en la Campaña Publicitaria

La Campaña Publicitaria abordará los siguientes temas centrales:

- Comunicar la desconcentración de funciones de la SUNASS y su incidencia directa en la mejora de la calidad del servicio.
- Generar la percepción de acceso y cercanía del organismo regulador hacia el usuario, en un contexto de su descentralización.

### 6.3.- Cobertura

La Campaña tendrá una cobertura a nivel nacional, cobertura local en las 24 regiones del país, con tratamiento especial en Lima por ser la ciudad de mayor densidad demográfica.

### 6.4.- Duración de la Campaña

La campaña tendrá una duración de hasta 20 días calendarios.

### 6.5.- Público Objetivo

El Público objetivo a quien se dirigirá la campaña, será todos los usuarios del servicio de agua potable y alcantarillado de todas las regiones del país, hombres y mujeres de 17 años a más.

#### A nivel nacional

- ✓ NSE: Alto-Medio/Bajo Superior/Bajo Inferior/Marginal
- ✓ Sexo: Hombres y Mujeres.
- ✓ Edad: 17 años a más.
- ✓ Bloque de días. De lunes a viernes.
- ✓ Horas: 06:00 a 22:00 horas.



### 6.6.- Medios de comunicación a utilizar

Para lograr los objetivos de comunicación se utilizará medios de comunicación radiales y canales digitales de cobertura nacional para llegar a todos los niveles socioeconómicos de Lima y provincias.

### 6.7.- Justificación técnica de la selección de Medios

Para poder determinar los medios radiales a contratar, se analizará el rating de audiencia de estudios desarrollados en el mercado por empresas encuestadoras, también se tomará en cuenta la recomendación de una central de medios, empresa especializada en el análisis, selección y evaluación de medios para la elaboración de la pauta publicitaria.



### 6.8.- Variables técnicas para la selección de medios radiales a seleccionar

- Sintonía, cobertura y target.
- Público objetivo.
- Tipo de campaña y mensaje.

### 6.9.- Procedimiento administrativo

- Informe de la unidad competente en el que se incluya el marco del presupuesto disponible para llevar a cabo la Campaña Publicitaria.
- Requerimiento del área usuaria.
- Opinión Técnica emitida por el Área de Logística de la Gerencia de Administración y Finanzas.
- Opinión Legal cuando se requiera contrataciones directas, previo informe del Área de Logística.
- Contratación en concordancia a la normatividad vigente que rige la regulación de la publicidad estatal, la Ley de Publicidad Estatal N° 28874 y la Ley de Radio y Televisión N° 28278.

## VII.- Presupuesto

La Gerencia de Usuarios cuenta con un presupuesto de S/. 750,000.00 para realizar la campaña.

### **VIII.- Evaluación de los resultados y monitoreo**

La Gerencia de Usuarios efectuará la evaluación de los resultados de la campaña, de acuerdo al monitoreo de difusión, según el presente Plan de Estrategia Publicitaria. El resultado del monitoreo de difusión será entregado por la Central de Medios, mediante un informe detallado de difusión, el cual será validado por la Gerencia de Usuarios.

### **IX.- Transparencia**

La Gerencia de Usuarios publicará, conforme a la normatividad vigente, los contratos de publicidad en el portal WEB dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento del trimestre.

