

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 5
Producción de Agua Potable
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad	Tipo de Planta (1)	Capacidad (lps o m3/seg)	Antigüedad (años)
Cercado	Superficial	400 - 480 lps	32
El Arenal	Superficial	400 - 480 lps	32
San Fernando	Superficial	400 - 480 lps	32
Micaela Bastidas	Subterránea	50 - 65 lps	18
Corpac	Subterránea	8 lps	11
Yarinacocha	Subterránea	20 - 28 lps	5
Cono Sur	Subterránea	10 - 22 lps	4

(1) Superficial o subterránea.



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 6
Reservorios de Agua Potable
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad	Capacidad (M3)	Estado de conservación (2)	Ubicación
TANQUE ELEVADO PEDRO PORTILLO	900	Malo	JR. RICARDO FLORES / ATHENAS DE UCAYALI
LAS COLINOS	1300	Bueno	JR. CALLE 5 / JR. CALLE 7 (PJE LA PERLA)
CESAR VALLEJO	1300	Bueno	JR. RICARDO FLORES / JR. SARGENTO LORES
ANDRES RÁZURI	1300	Bueno	JR. OSCAR R. BENAVIDEZ / JR. GRAU
PADRE SALAS	900	No opera	CA. PADRE SALAS / RUPERTO PEREZ MAYNAS
TENIENTE LUIS GARCIA	900	No opera	JR. TENIENTE LUIS GARCIA / JR. TENIENTE LOPEZ
EL ARENAL	900	No opera	JR. CALLAO / JR. MADRE DE DIOS
SECTOR 9	1350	Bueno	JR. LOS LAURELES / JR. 12 DE OCTUBRE
R-1	750	Regular	JR. JULIO C. ARANA / JR. RAMON CASTILLA
R-2	500	Regular	JR. JULIO C. ARANA / JR. RAMON CASTILLA
R-3	5130	Regular	JR. JULIO C. ARANA / JR. RAMON CASTILLA
MICAELA BASTIDAS	900	Regular	AV. 1° DE MAYO / JR. 23 DE FEBRERO

(2) Bueno, Regular o Malo.

Formato N° 7
Estaciones de Bombeo de Agua Potable
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad/Estación de Bombeo	Capacidad de Bombeo (lps)	Estado de conservación (3)	Proporción de Agua Bombeada (%)	Ubicación
PUCALLPA / BALSA - PLANTA DE TRATAMIENTO	480	Regular	80.05%	Jr. Julio C. Arana / Jr. Bolivar C-5.
PUCALLPA / POZO 1 MICAELA BASTIDAS	45	Regular	8.45%	Av. 1° de Mayo / Jr. 23 de Febrero.
PUCALLPA / POZO PILOTO CORPAC 1	8	Regular	2.18%	Av. Aeropuerto / Jr. Gabino Tecco.
PUCALLPA / POZO LAS PALMERAS II	27	Regular	4.70%	Jr. La Selva Mz. 33 Lte. 12 - Yarinacocha.
PUCALLPA / POZO ROCA FUERTE	10	Regular	1.20%	Jr. 15 de Febrero / Jr. Los Laureles.
PUCALLPA / POZO J. YOSHIYAMA	22	Regular	3.42%	Jr. Paraiso Mz. B Lte. 17 - Cono Sur.

(3) Bueno, Regular o Malo.

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 8
Estaciones de Bombeo de Agua Servidas
Al 31 de Diciembre de 2014

N°	Localidad/Estación de Bombeo	Capacidad de Bombeo (lps)	Estado de conservación (3)	Proporción de Agua Bombeada (%)	Ubicación
1	C-1	50.9	Regular	4.06%	Jr. 28 de Julio / Jr. Arica
2	C-2	40	Regular	1.95%	Jr. Alfonso Ugarte / Jr. Coronel Portillo
3	D-1	34.5	Regular	6.18%	Jr. Lloque Yupanqui / Calle 1
4	D-1A	16.5	Regular	0.57%	Jr. Victor Granda / Jr. Río Breu
5	D-2	30.41	Regular	7.24%	Jr. Arborización / Jr. Amazonas
6	D-3	40.22	Regular	6.14%	Jr. Masisea / Jr. San Juan
7	D-4	95	Regular	7.97%	Jr. Pachacutec / Av. Centenario
8	D-5	63	Regular	6.22%	Jr. Antunez de Mayolo / Carr. Ant. Yarina
9	D-6	33	Regular	2.01%	Jr. Iparia / Jr. Bolognesi
10	D-7	35.5	Bueno	2.27%	Jr. Virgen de Fátima / Jr. Salvador
11	D-8	72	Regular	18.58%	Av. Circunvalación (J.F. Kennedy) / Jr. Urubamba
12	D-9	16	Regular	0.35%	Jr. César Vallejo / Jr. San Miguel
13	D-9A	16	Regular	0.40%	Jr. Bolivia - Jr. Santa Lucia
14	D-10	-	Bueno	0%	Jr. Los Tulipanes (AA.HH. 7 de Junio)
15	D-11	86	Regular	9.86%	Jr. M.P. Bellido (AA.HH. San Juan de Miraflores)
16	D-12	45.83	Malo	0.00%	Jr. Maya de Britto (Altura del Puente
17	D-14	50.9	Regular	2.64%	Jr. Talara / Jr. Madre de Dios
18	D-15	-	Malo	0.00%	Jr. Las Orquideas / Av. Bellavista
19	D-17	-	Malo	0.00%	Pje. Azucena / Av. Santa Clara
20	Y-1	12	Regular	1.92%	Jr. Circunvalación / Jr. Ruperto P. Maynas
21	Y-2	30	Regular	4.36%	Jr. Tupac Amaru / Jr. Purus
22	Y-3	35	Regular	4.51%	Jr. Pomarosa / Jr. Purus
23	Y-4	50	Regular	5.43%	Jr. Francisco Bolognesi / Jr. Iparia
24	M-1	25.9	Bueno	1.39%	Av. Tupac Amaru Mz. 16 Lt. 1
25	M-2	4.98	Bueno	0.13%	Jr. Los Jardines Mz. E Lt. 23
26	M-3	66.5	Bueno	3.78%	Jr. Los Laureles Mz. 16 Lt. 12
27	M-4	69.4	Bueno	1.89%	Av. Vía de Evitamiento S/N - Segunda Etapa de UNU

(3) Bueno, Regular o Malo.

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 9
Conexiones de Agua Potable
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad: Pucallpa

Categoría	Conex. Totales (N°)	Unidades de Uso (N°)	Distrib. (%)	Conex. No Fact. (N°)	Unidades de Uso No Fact. (N°)	Distrib. (%)
Comercial	3,083	3,382	14.81	399	426	8.37
Doméstico	19,521	18,814	82	4,314	4,504	89
Estatal	129	495	2	36	62	1
Industrial	26	20	0	7	7	0
Social	141	132	1	50	88	2
Total	22,900	22,843	100	4,806	5,087	100



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 10
Conexiones de Alcantarillado
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad: Pucallpa

Categoría	Conexiones Totales (N°)	Unidades de Uso (N°)	Distrib. (%)	Conexiones No Factor. (N°)	Unidades de Uso No Fact. (N°)	Distrib. (%)
Comercial	4,066	5,717	22	553	712	13
Doméstico	19,893	19,071	73	4,275	4,421	83
Estatal	230	1,084	4	61	120	3
Industrial	48	47	0	8	10	0
Social	209	189	1	54	54	1
Total	24,446	26,108	100	4,951	5,317	100

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 11
Micromedición
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad	Medidores Instalados	Medidores Operativos	Nivel de Micromedición (%)
-	0	0	0
-	0	0	0
-	0	0	0
Total EPS	0	0	0

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 12
Promedio de Consumo y Facturación
Al 31 de Diciembre de 2014

Localidad: Pucallpa

Categoría	Rango 20			Rango 25			Rango 30			Rango 35			Rango 40			Rango 50			Rango 60			Rango 100			Rango 130			Rango 200			Rango 250		
	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)	Promedio Facturado (M3/mes)	Promedio Consumo (M3/mes)	Promedio Facturado (S./mes)				
Social	3	1,878					8	11	12	25			42	64								12,740	5,477										
Doméstico	1,748	98,233	18,783	19,971	101,897	112,001	101,897	112,001	151,552	175,796	219,700	263,936	5,604	5,393	55,200	59,989	22,473	23,958	3,432	3,512	1,017	1,107	200	161									
Comercial	34	66,875	17	52	46,625	134,317	46,625	134,317	26,074	81,333	292	582	8,563	29,615	1,678	4,298	3,014	8,815	1,556	4,474	2,122	6,407	1,849	5,899									
Industrial			2	24	5	6	5	6	15	41			815	2,920																			
Estatat	1	11,878							11	17	720	1,471	2,533	4,275			1,132	1,177	311	301	647	809	867	975									
Total	1,786	178,864	18,802	20,047	148,535	246,335	148,535	246,335	177,664	257,212	220,712	265,989	17,557	42,267	56,878	64,287	26,619	33,950	18,039	13,764	3,786	8,323	2,916	7,035									



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 13
Reclamos en Primera Instancia
Al 31 de Diciembre de 2014



Tipo de Reclamos	Recibidos (N°)	Atendidos (N°)	Días Promedio de Atención
Categoría No Corresponde.	56	56	20
Facturación Indevida por Serv. de Agua y Desague.	53	53	20
Facturación Indevida por Serv. de Agua.	214	211	20
Facturación Indevida por Serv. de Desague.	109	104	20
Importe Facturado Incorrecto.	122	119	20
Tarifa Elevada.	57	54	20
Asignación de Consumo Indevido.	88	88	20
Reclamos por Facturación.	11	11	20
Reclamos por Cobranza.	1	1	20
Cobro Indevido de Recuperación de Consumo.	12	12	20
Anulación Contrato Parcial No Ejecutado.	0	0	0
Cargos Facturados Indebidamente.	86	86	20
Falta de Presión.	0	0	0
Corte de Agua Equivocada.	0	0	0
Corte de Desagüe Equivocada.	0	0	0
Total	809	795	220

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 14
Reclamos en Segunda Instancia
Al 31 de Diciembre de 2014

Tipo de Reclamos	Presentados (N°)	Absueltos a favor (N°)	Días Promedio de Atención
TARIFA ELEVADA	1	0	16
TARIFA ELEVADA	1	0	16
Total	2	0	



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 15
Personal
Al 31 de Diciembre de 2014

Categoría	N°
Gerencial	3
Profesional	5
Administrativo	39
Operativo	59
Auxiliar	2
Total	108

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 16
Personal Directivo
Al 31 de Diciembre de 2014

Nombres y Apellidos	Miembro (4)	Representante (5)	Tiempo en el cargo
Segundo Perez Collazos	Junta de Accionistas	Alcalde de la Municipalidad	01/01/2013
Luis Alberto Sanchez Campos	Junta de Accionistas	Regidor	01/01/2013
Celso Ubaldo Julca Oyarzabal	Junta de Accionistas	Regidor	01/01/2013
Nixon Villacorta Saldaña	Directorio	Gobierno Regional	04/05/2013
Dotti Betsy Flores Sifuentes	Directorio	Sociedad Civil	04/05/2013
Lady Rossana Saldaña Luna	Directorio	Municipalidad	04/05/2013
Oscar Ramirez Palacios	Directorio	Municipalidad	04/05/2013
Michael Juan Montoya Gallegos	Directorio	Ministerio de Vivienda Saneamiento	29/12/2014

(4) Junta de Accionistas o Directorio.

(5) Municipio, Región, Colegio Profesional, Cámara de Comercio u otro.



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 17
Distribución Costos y Gastos Por Naturaleza
Al 31 de Diciembre de 2014

Costos	Costo Ventas	Gasto Ventas	Gasto Administrativo	Total	(%)
Materia Prima	0	0	0	0	0
Combustible	0	0	0	0	0
Gastos de Personal	2,067,636	939,871	1,364,749	4,372,256	28
Energia Electrica	0	0	0	0	0
Suministros	2,914,739	214,813	166,266	3,295,818	21
Otros Servicios de Terceros	2,408,805	701,049	887,897	3,997,751	25
Tributos	65,965	146,663	91,798	304,426	2
Cargas Diversas de Gestión	153,543	51,844	113,291	318,678	2
Depreciación	3,140,645	225,520	142,399	3,508,564	22
Amortización	0	0	0	0	0
Total General	10,751,333	2,279,760	2,766,400	15,797,493	100

Formato N° 18
BALANCE GENERAL COMPARATIVO

RUBROS	Año fin Período - 2014	Año Anterior - 2013
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Caja y Bancos	4,018,883	3,916,915
Cuentas por Cobrar Comerciales	2,444,801	1,809,102
Menos: Provisión Cobranza Dudosa		
Otras Cuentas por Cobrar	252,884	189,482
Menos: Provisión Cobranza Dudosa		
Existencias	363,827	521,947
Gastos Pagados por Anticipado		
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	7,080,395	6,437,446
ACTIVO NO CORRIENTE		
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo		
Inmuebles, Maquinaria y Equipo	36,654,469	37,975,701
Menos: Depreciación Acumulada		
Activos Intangibles	105,162	110,655
Menos: Amortización Acumulada Intangible		
Impto. A la Renta y Particip. Diferidos Activo		
Otros Activos		
TOTAL NO CORRIENTE	36,759,631	38,086,356
TOTAL ACTIVO	43,840,026	44,523,802
PASIVO Y PATRIMONIO		
PASIVO CORRIENTE		
Sobregiros y Pagarés Bancarios		
Obligaciones Financieras	-	-
Cuentas por Pagar Comerciales	392,182	437,930
Otras Cuentas por Pagar	139,547	53,675
Provisiones	55,004	55,016
Parte Cte. Deudas Largo Plazo	90,784	83,774
TOTAL PASIVO CORRIENTE	677,517	630,395
PASIVO NO CORRIENTE		
Deudas a Largo Plazo	23,867,116	15,713,031
Beneficios Sociales de los Trab. (CTS.)		
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	23,867,116	15,713,031
TOTAL PASIVO	24,544,633	16,343,426
PATRIMONIO		
Capital	27,612,098	27,612,098
Capital Adicional	25,500,651	25,500,651
Reservas		
Resultado del Período		
Resultados Acumulados	(33,817,356)	(24,932,373)
TOTAL PATRIMONIO	19,295,393	28,180,376
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	43,840,026	44,523,802



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 19
ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS COMPARATIVO

RUBROS	Año fin Período - 2014	Año Anterior - 2013
Ventas Netas	14,530,506	11,683,812
A Terceros	14,530,506	11,683,812
A Empresas Vinculada		
Otros Ingresos Operacionales	0	0
A Terceros		
A Empresas Vinculada		
TOTAL INGRESOS BRUTOS	14,530,506	11,683,812
Costos de Ventas	(10,751,333)	(8,226,025)
A Terceros		
A Empresas Vinculada		
UTILIDAD BRUTA	3,779,173	3,457,787
Gastos de Administración	(2,766,400)	(2,381,857)
Gastos de Ventas	(2,279,760)	(1,850,607)
Otros Ingresos Operacionales	368,338	96,488
UTILIDAD OPERATIVA	(898,649)	(678,189)
OTROS INGRESOS (GASTOS)	124,834	106,016
Ingresos Financieros	140,801	137,468
Diferencia de Cambio (Ganancias)		-
Gastos Financieros	(15,967)	(31,452)
Otros Ingresos		
Otros Gastos		
Resultado por Exposición a la Inflación		
RESULT. ANTES RTIC. Y DEL IMP. RENT.	(773,815)	(572,173)
Ingresos Extraordinarios		
Gastos Extraordinarios		
UTILIDAD (PÉRDIDA) DEL EJERCICIO	(773,815)	(572,173)



EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 20
Metas de Plan Maestro Optimizado
Al 31 de Diciembre 2014

Metas de Gestión	Unidad de Medida	Año Base	Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
			Proyec.	Ejecuc.	Proyec.	Ejecuc.	Proyec.	Ejecuc.	Proyec.	Ejecuc.	Proyec.	Ejecuc.
Incremento Anual de Conexiones de Agua Potable. (*)	Und		124	124	99	259	59		15		12	
Incremento Anual de Conexiones de Alcantarillado. (*)	Und		52	28	40	73	20		6		6	
Incremento Anual de Nuevos Medidores.	Und		0	0	0	0	755		959		1,428	
Continuidad Promedio.	Horas/dia		15.54	16.49	15.54	17.92	15.54		15.54		15.54	
Presión mínima promedio.	m.c.a.		4.82	4.86	4.82	7.01	4.82		4.82		4.82	
Relación de Trabajo.	%	90	82	83	87	87.05	89		87		85	
Reducción de Conexiones Inactivas de Agua Potable.	Und				84	78	90		150		175	
Actualización de Catastro Comercial de Agua Potable y Alcantarillado.	%						30		70		100	
Actualización de Catastro Técnico de Agua Potable y Alcantarillado.	%								50		100	

(*) Se refiere a nuevas conexiones de agua potable y alcantarillado

EMAPACOP S.A.
O.D.E.

Formato N° 21
Proyectos del PMO
Al 31 de Diciembre 2014

Nombre del Proyecto	Tipo (/)	Proyectado			Ejecutado			Fuente Financiamiento
		Meta Fisica		Costo de Inversión S/.	Meta Fisica		Costo de Inversión S/.	
		Und.	Cantidad		Und.	Cantidad		
Programa de Inversiones para el Quinquenio Regulatorio 2012-2017	Agua Potable y Alcantarillado	1	16	1,344,887	1	10	396,197	PMO
		0	0	0	0	0	0	
		0	0	0	0	0	0	
		0	0	0	0	0	0	
TOTAL		1	16	1,344,887	1	10	396,197	

(/) Señalar Agua Potable, Alcantarillado u otro.

**Comentarios Sobre las Cuentas y la Situación Real de EMAPACOP S.A.
Al 31 de Diciembre de 2014**

1.- BALANCE GENERAL:

Finalizado el periodo 2014, EMAPACOP S.A. cuenta con una inversión en activos de S/. 43'840,026.00; de los cuales el 16.15 % corresponde a Activos Corrientes y el 83.84 % a los Activos No Corrientes.

El Pasivo Total de la empresa alcanzó un monto de S/. 24'544,633; el cual está compuesto tanto por el Pasivo Corriente, que agrupa los compromisos y obligaciones que tiene la empresa a corto plazo y cuyo importe fue de S/. 677,517; y el Pasivo No Corriente, que agrupa aquellas obligaciones a largo plazo, es decir, que tardarán en pagarse más de un año, y cuyo importe fue de S/. 23'867,116. En comparación al año 2013, el Pasivo Total de la empresa se incrementó en 50.18%.

Por su parte, el Patrimonio alcanzó la suma de S/. 19'295,393.00; reduciéndose en un 31.53 %, con relación al año 2013. Esto debido al notable aumento del Capital Adicional de la empresa.

2.- ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS:

Al 31 de Diciembre del 2014, se alcanzó un nivel de ventas de S/. 14'530,506.00, incrementándose en un 24,36% en relación a las ventas del año 2013 que fue de S/. 11'683,812.00, siendo nuestros ingresos principalmente la prestación de los servicios que brindamos.

3.- SITUACION FINANCIERA:

Finalizado el periodo 2014, la empresa presenta la siguiente situación financiera:

3.1). INDICE DE LIQUIDEZ:

a.- Liquidez General: Este indicador nos muestra la capacidad que tiene la empresa para afrontar sus compromisos a corto plazo. Es decir, que por cada S/. 1.00 de pasivo corriente la empresa cuenta con S/. 10.45 para atender sus obligaciones corrientes, mayor al 2013 que fue de S/. 10.21. Este incremento se debe principalmente al incremento de los fondos.

b.- Prueba Ácida: La empresa cuenta con S/. 9.91 de activos disponibles por cada S/. 1.00 de pasivo corriente; mostrando un incremento con relación al año 2013 que fue de S/. 9.38. Este incremento se explica en el caso anterior.

3.2). INDICE DE SOLVENCIA:

a.- Endeudamiento Patrimonial: La relación de endeudamiento patrimonial alcanzó el 127.21% en el 2014, el mismo que representa la participación del Capital Propio y de Terceros en cuanto a los recursos que utiliza la empresa para desarrollar sus operaciones. Durante este año la relación incremento con respecto al año 2013 que fue de 58%; esto debido al incremento de los intereses que se registro contablemente en el año 2014, en atención a la Resolución N°23 de fecha 09-10-2012 emitido por el septimo Juzgado Civil de Lima, donde se aprueba la liquidación de intereses al 02 de Noviembre del 2011.

b.- Apalancamiento Financiero: En el 2014 este índice fue de 55.98%, incrementándose con relación al 2013 que fue de 36.71%. Esto se debe principalmente al crédito otorgado a la Empresa, con recursos del FONAVI para ejecución de obras de infraestructura sanitaria, referente a 05 proyectos y al registro contrable de los intereses moratorios de los mismos, en atención a la resolución N°23 de fecha 09-10-12 emitido por el septimo Juzgado Civil de Lima, donde aprueba la liquidación de intereses al 02 de Noviembre del 2011.



EMAPACOP S.A.
O.D.E.



Educación Sanitaria
Al 31 de Diciembre de 2014

La Educación Sanitaria en el sector saneamiento esta muy ligada a la Salud Pública, es un proceso de formación e información orientado a la población, que comprende un conjunto de actividades que busca mejorar estilos de vida con la práctica de hábitos, costumbres, comportamientos, entre otros, a partir de las necesidades específicas del individuo, familia comunidad, incidiendo en la preservación de la salud.

Teniendo en cuenta dicha conceptualización, la Educación Sanitaria es considerada como institucional para la EPS EMAPACOP S.A., establecida en el Plan Estratégico y en el Plan Institucional; habiéndose aprobado el Proyecto por medio de la Gerencia General.

La implementación y ejecución del Programa de Educación Sanitaria tiene como finalidad informar y educar a la población en la utilización racional del agua potable y el buen uso de desagües, pretendiendo generar conciencia para que adquieran mayor sensibilidad sobre importancia del uso de los servicios de agua y desagüe para la salud y el bienestar de las personas.

El programa continúa obteniendo gran impacto social debido a la buena acogida por parte de los escolares y las organizaciones de base, quienes fueron sensibilizados sobre la problemática del agua a nivel local, nacional y mundial, y su relación con el medio ambiente. Para ello se realizaron las siguientes actividades:

- Se logró sensibilizar e informar a 30,003 personas, en la utilización adecuada de los servicios de agua potable y desagüe durante el año 2014.
- Se realizaron reuniones de trabajo con los representantes de las instituciones conformantes de la comisión ambiental regional, así como la participación en diferentes talleres sobre cambio climático y en la Difusión en los medios de comunicación acerca de trabajos de sensibilización del Programa de Educación Sanitaria.

Imagen Institucional
Al 31 de Diciembre de 2014

OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

EMAPACOP S. A.

I. PRESENTACIÓN

EMAPACOP S. A. es una organización encargada de la administración del agua potable en Pucallpa, cuya responsabilidad radica en dar un servicio de calidad a sus usuarios, por ello, la imagen que debe proyectar es la de una institución efectiva en el servicio de agua potable y alcantarillado, para tal fin, deberá contar con un equipo de colaboradores comprometidos con el cambio de actitud y que debe reflejarse en brindar un servicio de mayor calidad.

1.1. VISIÓN:

Al 2014 la Oficina de Imagen Institucional continua en proceso de consolidación orgánica y funcional, responde a las necesidades de información y comunicación del público en general para que nuestros clientes reciban calidad en los servicios que brindamos, planteando metas claras en base a investigaciones sociales y publicitarias que permitan orientar la toma de decisiones para lograr los objetivos empresariales.

1.2. MISIÓN:

La Oficina de Imagen Institucional, forma parte de la Alta Gerencia, como tal, es la encargada de difundir las acciones de la institución. Además, facilita y evalúa las actividades que desarrollan las Gerencias Comercial y Técnica. Tiene representatividad en la comunidad y medios de comunicación e información y en el desarrollo de procesos comunicacionales con la finalidad de modificar o crear actitudes en el público objetivo.

1.3. OBJETIVOS:

A. GENERAL

- Establecer la marca EMAPACOPSA a través de una continua evolución de la IMAGEN de la institución en calidad de servicios mediante la identificación de los trabajadores con la EMPRESA y el logro de una percepción institucional en responsabilidad social.

B. ESPECÍFICOS

- Atender los reclamos presentados por los usuarios.
- Consolidar activamente la Oficina de Imagen Institucional.
- Involucrar al equipo de trabajadores en el proyecto de cambio que pretende realizar la Oficina de Imagen Institucional.
- Desarrollar programas de incentivos que eleven la calidad motivacional de los trabajadores.
- Desarrollar estrategias para la imagen corporativa de EMAPACOP S.A.
- Mantener la buena imagen de la empresa.
- Promover la difusión de actividades internas y externas.
- Promover actividades de proyección y responsabilidad social.
- Implementar la Oficina de Imagen Institucional.
- Desarrollar acciones y estrategias de fortalecimiento de las Unidades Operativas.
- Promover el trabajo en equipo y acciones participativas.
- Concretar a la Oficina de Imagen Institucional como órgano de expresión corporativa en todos los medios de comunicación e información.



1.4. PRIORIDADES

PRINCIPALES EJES DE DESARROLLO PARA PROYECTOS COMUNICACIONALES – 2014

El PEIC de la Oficina de Imagen Institucional, proyecta una visión de corto, mediano y largo plazo, en la que se basan los siguientes ejes temáticos sobre las cuales giran los proyectos que se priorizarán en el ejercicio 2014.

EJE N° UNO: IMPLEMENTACIÓN DE LA OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL

Se Implementó con equipos técnicos, con la finalidad de mejorar los trabajos comunicacionales y poder brindar una adecuada atención a los órganos de línea de la institución y a los medios de comunicación e información que difunden nuestras actividades.

EJE N° DOS: ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN DE MATERIALES COMUNICACIONALES

Se elaboró materiales comunicacionales que permitieron dar a conocer las actividades que desarrolla nuestra institución. Difusión de campañas estratégicas en medios masivos.

EJE N° TRES: ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

Estuvo dirigido a la población que recibe nuestro servicio.



PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL COMUNICACIONAL 2014

I.-

RELACIONES PÚBLICAS

El uso de ésta determinó la credibilidad hacia la calidad del servicio que presta la empresa.

- ^ Refuerza el mensaje publicitario.
- ^ Consolida y proyecta la imagen de la organización.
- ^ Genera opinión pública.
- ^ Afianza la comunicación de doble vía con los sectores.
- ^ Sirve de apoyo a todas las áreas de la organización.

PRENSA

Permitió estar presente en los medios de comunicación.

- ^ Notas de Prensa y comunicados
- ^ Reportajes.
- ^ Entrevistas e informes periódicos.

La Prensa es herramienta importante de comunicación, pero sola no determina el cambio. Esto se inicia en la satisfacción y motivación de los trabajadores y la respuesta oportuna por parte de éstos hacia los usuarios.

PUBLICIDAD

Los medios de prensa son considerados objetivos, imparciales y neutrales.

AUDIOVISUALES

Bajo un análisis de percepción de los usuarios se facilitó la producción y realización de material audiovisual (Radio y TV).

- ^ Reportajes.
- ^ Informes.
- ^ Documentales.
- ^ Videos Institucionales.

II.-

IMAGEN

Con el desarrollo de proyectos de investigación de mercados se conseguirá cambiar de actitudes negativas a positivas dentro y fuera de la institución y crear una identificación plena.

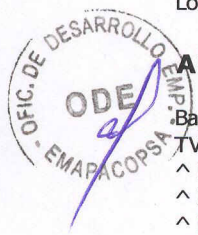
Charlas de Seminarios de Capacitación.

Se desarrollarán los siguientes cursos:

La motivación en el trabajo.
El trabajo en equipo. Sus bases y cómo desarrollarlo.
Clima laboral y productividad.
Cultura Organizacional.
Comunicación Organizacional.
Mejorando la calidad y el servicio.
El conflicto organizacional.
Liderazgo.

Trabajo de Proyección Social.

Se realizó visitas guiadas a estudiantes de las diferentes instituciones educativas.
Se llevó a cabo charlas de concientización en los colegios y comunidades.
La empresa participó en fechas importantes.
Cultura Organizacional.
Comunicación Organizacional.
Mejorando la calidad y el servicio.
El conflicto organizacional.
Liderazgo.
Los nuevos escenarios en el nuevo contexto económico.
Identidad corporativa.



PLAN DE COMUNICACIONES

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS

1. Fortalecer la imagen de la empresa EMAPACOP S.A.
2. Promover la Educación Sanitaria.
3. Consolidar la buena imagen de la empresa EMAPACOP S.A.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

1. Eje de comunicación.
Reforzamiento.
2. Problema a resolver.
Percepción actual del TARGET:
Empresa con media presencia institucional.
Insatisfacción del servicio por parte de los usuarios.
3. Objetivos publicitarios.
Sensibilización y Concientización para el cuidado de nuestras fuentes hídricas.
Responsabilidad en el buen uso del agua potable y del alcantarillado.
Educación Sanitaria.
Consolidación y Confianza en base a acciones de proyección social.
Ahorro de agua.
4. Target.
Público usuario.
Personalidad institucional innovadora. Mentalidad positiva.
Institución progresista.
Promesa básica, calidad y buen servicio.



ESTRATEGIA CREATIVA

1. PIEZA TELEVISIVA.
Spot Televisivo.

Medios:
Vía televisión. Televisión local (Pucallpa).
2. PIEZA RADIAL.
Spot Radial.

Medios:
Emisoras locales (Pucallpa).
3. PIEZA PARA MEDIO IMPRESO.
Publicity.

Medios:
Diarios locales.
4. SOPORTE GRAFICO.
Volantes
Dípticos
Tripticos
Boletín
Revista
Memoria
5. ACCESORIOS DE MERCHANDISING.
Artes: Certificados, Diplomas, Tarjetas, Galería de fotos.
Lapiceros
Polos
Gorros
Almanaques

ACTIVIDADES PLANIFICADAS Y EJECUTADAS:

1. Promovió medios de comunicación interna, con boletines informativos, periódico mural, buzón de sugerencias,
2. Brindó información al público sobre la visión y misión de la empresa.
3. Apoyo y asesoramiento en las charlas de capacitación del programa de Educación Sanitaria.
4. Organizó eventos de capacitación dirigido al personal.
5. Coordinó y programó periódicamente reuniones de trabajo con el personal, para conocer los avances y logros de
6. Promovió charlas y exposiciones audiovisuales dirigido a la población en general (EPS – Sunass, Emapacop S. A.;
7. Elaboró y diseñó los programas protocolos (tarjetas).
8. Preparó material de publicidad y marketing (spots radiales y televisivos, merchandising, etc.).
9. Fomentó la participación interna y externa de la institución en actividades de proyección y responsabilidad social,
10. Elaboró y se distribuyó notas de prensa, comunicados de prensa, pronunciamientos, etc.
11. Coordinó actividades de información, divulgación y comunicación internas y externas.
12. Organizó y preparó programas informativos, conferencias y ruedas de prensa y otras de carácter oficial.
13. Elaboró y otorgó Dossier de Prensa en las conferencias.
14. Propició la participación activa de las instancias públicas y privadas en eventos de capacitación.
15. Diseñó, elaboró y aplicó materiales de información en los diferentes medios, a fin de mejorar las
16. Promovió el intercambio de información con otras dependencias.
17. Coordinó con los organismos de comunicación social local a fin de proyectar los logros más importantes de la
18. Coordinó en programas y actividades de comunicación en general y de relaciones públicas, con organismos
19. Planificó, dirigió, supervisó y evaluó las actividades de comunicación y difusión de la empresa.
20. Coordinó y desarrolló acciones protocolares relacionadas con la empresa y sus autoridades.
21. Asesoró a la alta gerencia sobre política de comunicaciones en asuntos laborales.
22. Seleccionó material fotográfico y grabación de imágenes, para la ilustración de artículos y reportajes
23. Preparó y redactó artículos y crónicas periodísticas para publicaciones oficiales y/o artículos, reportes y
24. Preparó y redactó síntesis de notas e informativos de prensa.
25. Elaboró y publicó material informativo para los órganos de difusión.
26. Elaboró informes sobre el desarrollo de actividades de gran envergadura.
27. Analizó y seleccionó las noticias periodísticas, locales y nacionales de interés para la empresa.
28. Planificó, coordinó y dirigió la elaboración de materiales informativos, para diarios, boletines, folletos, revistas y
29. Supervisó el material filmico, video, grabaciones, CD, DVD, VCD, libretos, guiones y pautas.
30. Supervisó la operación de equipos audiovisuales.
31. Evaluó la ejecución de los planes de producción audiovisuales (spot's, reportajes, documentales, etc.)
32. Organizó programas especiales en fechas significativas. ("Asunción de cargo de la Junta General", "el
33. Preparó y publicó la relación de cumpleaños mensuales y entrega de cartas de felicitación.
34. Elaboró y editó de cartilla de convenios vigentes firmados con instituciones.
35. Elaboró y publicó avisos, comunicados e información promocional en los medios de comunicación.
36. Coordinó con medios de comunicación social para entrevistas, reportajes y publi-reportajes institucionales.
37. Recepcionó y atendió a comisiones o delegaciones que visitaron a la empresa sobre asuntos relacionados a los
38. Fomentó actividades recreacionales (salidas al campo, campeonatos, etc.)
39. Contrarrestó campañas periodísticas tendenciosas que dañan la imagen de la institución.

