

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS

ROL	NOMBRE	CARGO
Elaborado por:	Christian José López Blas	Coordinador General de la OCII
Revisado por:	Carmen Edita Sandoval Coronado	Jefa de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional
	Jorge Luis Mendoza Cabrera	Director de la Dirección de Ámbito de la Prestación
	Juana Luz Costilla Rivera	Jefa de la Unidad de Recursos Humanos
	Gustavo Adolfo Bernal Soto	Jefe de la Unidad de Modernización
	Edwin Francisco Paca Palao	Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica
Aprobado por:	Manuel Fernando Muñoz Quiroz	Gerente General

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

CONTROL DE CAMBIOS

N°	Ítems (Sección del documento)	Descripción del cambio
-	-	Versión inicial del documento

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

ÍNDICE

1.	42.	43.	44.	45.	56.	57.	78.	¡Error! Marcador no definido.	9. ANEXOS 13
----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-------------------------------	-----------------

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

1. OBJETIVO

Establecer disposiciones para gestionar la comunicación a fin de potenciar el conocimiento y posicionamiento de la Sunass, en coordinación con las unidades de organización.

2. ALCANCE

Es de aplicación y cumplimiento obligatorio para todas las unidades de organización de la Sunass.

3. BASE NORMATIVA

- 3.1 Decreto Ley N° 25965, que crea la Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento.
- 3.2 Ley N° 27332, Ley Marco de los Organismos Reguladores de la Inversión Privada en los Servicios Públicos.
- 3.3 Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- 3.4 Decreto Legislativo N° 1280, Decreto Legislativo que aprueba la Ley del Servicio Universal de Agua Potable y Saneamiento.
- 3.5 Decreto legislativo N° 1075 - Decreto Legislativo que aprueba Disposiciones Complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial.
- 3.6 Decreto Supremo N° 145-2019-PCM, que aprueba la Sección Primera del Reglamento de Organización y Funciones de la Sunass.
- 3.7 Resolución del Consejo Directivo N° 011-2023-SUNASS-CD, que aprueba la versión 2 de la Política del Sistema Integrado de Gestión de la Sunass.
- 3.8 Resolución del Consejo Directivo N° 011-2021-SUNASS-CD, que aprueba la Política de Igualdad de Género de la Sunass.
- 3.9 Resolución de Presidencia N° 040-2019-SUNASS-PCD, que aprueba la Sección Segunda del Reglamento de Organización y Funciones de la Sunass.
- 3.10 Resolución de Presidencia N° 001-2019-SUNASS-PE, que declara 24 oficinas desconcentradas de servicios.
- 3.11 Resolución de Gerencia General N° 085-2021-SUNASS-GG, Aprueba el Manual de Identidad Visual de la Sunass.
- 3.12 Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.
- 3.13 Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 151-2017-SERVIR-PE, que aprueba por delegación la “Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna”.

Las referidas normas incluyen sus respectivas modificatorias o conexas de ser el caso.

4. DEFINICIONES

- 4.1 **Canales de comunicación oficiales:** Son los medios autorizados por la institución, como redes sociales, el portal gob.pe/sunass, correo institucional para informar y comunicarse con sus diversos públicos.
- 4.2 **Identidad institucional:** Son los elementos distintivos que engloban la misión, valores, principios y creencias, entre otros elementos de la institución.
- 4.3 **Gestión de la comunicación:** Es el conjunto de procesos, actividades y procedimientos que dirigen, controlan y dinamizan la comunicación en el ámbito interno y externo de la Sunass, a través de estrategias, espacios, medios y recursos que coadyuvan a los objetivos institucionales.
- 4.4 **Identidad visual:** Es la manifestación física de la marca a través de formas, colores, símbolos y materiales que identifican a la institución.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- 4.5 Imagen institucional:** Es la proyección de la marca ante el público en general y la manera cómo estos la perciben.
- 4.6 Logotipo:** Representación visual que identifica a la Sunass.
- 4.7 Marca:** Es cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios. Puede estar constituida por palabras, imágenes, letras, números, colores, formas tridimensionales, sonidos, olores, entre otros elementos.
- 4.8 Manual de Identidad Visual:** Herramienta que contiene las principales pautas para el uso y aplicación de la marca. Su función es lograr que todos los elementos de la identidad tengan coherencia y reflejen lo que representa la marca Sunass.
- 4.9 Merchandising:** Productos o materiales para promocionar la marca institucional.
- 4.10 Piezas de comunicación:** Contenido gráfico, audiovisual, sonoro, multimedia o digital.
- 4.11 Plan de comunicación:** Instrumento de gestión que contiene la ruta para comunicar adecuadamente y de acuerdo con los objetivos institucionales.
- 4.12 Posicionamiento:** Lugar diferencial que ocupa la marca institucional en la mente del público.
- 4.13 Unidades de organización:** Denominación general que se utiliza para hacer referencia a los órganos de alta dirección, órganos resolutivos, órgano de control, órganos de administración interna (incluyendo sus unidades orgánicas), órganos de línea y órganos desconcentrados, establecidos en el Reglamento de Organización y Funciones de la Sunass.
- 4.14 Plan de medios:** Es una herramienta de gestión que define una propuesta en cuanto a tiempos, canales de comunicación y mensajes clave para difundir información de manera eficiente.
- 4.15 Aplicativos interactivos:** Herramientas digitales que permiten la interacción del usuario con contenidos informativos y utilitarios, como simuladores, formularios en línea, mapas dinámicos, entre otros.

5. SIGLAS / ACRÓNIMOS

DAP	: Dirección de Ámbito de la Prestación
EPS	: Empresas Prestadoras de Servicios de Saneamiento
ISBN	: <i>International Standard Book Number</i>
OCII	: Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional
ODS	: Oficinas Desconcentradas de Servicios
ROF	: Reglamento de Organización y Funciones.
SERVIR	: Autoridad Nacional del Servicio Civil
Sunass	: Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento
OAU	: Oficina de Atención al Usuario
SIGED	: Sistema de Gestión Electrónica de Documentos
URH	: Unidad de Recursos Humanos
OTI	: Oficina de Tecnologías de la Información
UM	: Unidad de Modernización

6. DISPOSICIONES GENERALES

- 6.1.** La OCII es responsable de la adecuada y oportuna gestión de la comunicación al interior y exterior de la Sunass. Para ello diseña, ejecuta y evalúa lineamientos, estrategias y campañas de comunicación, previamente validados por la Alta Dirección.
- 6.2.** Los tipos de comunicación, así como los enfoques transversales que se deben considerar para la generación de contenidos de comunicación son los siguientes:

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

6.2.1. Tipos de comunicación

- **Comunicación institucional**
Es el proceso por el cual se gestiona la comunicación para fortalecer la identidad institucional, proyectar una imagen sólida y mejorar el vínculo con sus públicos.
- **Comunicación interna**
Es un proceso que ocurre al interior de la institución, el cual permite identificar las necesidades e intereses institucionales, la definición de estrategias que ayudan a fortalecer los flujos de información, la comprensión de los mensajes, la motivación, el sentido de pertenencia, la cultura institucional y el clima laboral.
- **Comunicación para el desarrollo**
Promueve cambios de comportamiento a largo plazo entre los públicos objetivos. En el ámbito de acción de la Sunass, ayuda a potenciar el diálogo, la educación y la participación de los públicos en el ejercicio de sus derechos y deberes en torno a los servicios de agua potable y saneamiento, dado que se promueve y refuerza la cultura y el valor del agua potable.

6.2.2. Enfoques transversales:

- **Género:**
Es una forma de analizar la realidad sobre la base de las variables sexo y género y sus manifestaciones en los distintos contextos geográficos, culturales, étnicos e históricos.
- **Interculturalidad:**
En las políticas de saneamiento se debe considerar las particularidades culturales de una ciudadanía diversa.
- **Intergeneracional:**
Implica visibilizar que las actividades que realizamos impactan de manera diversa y según las edades de las personas. En tal sentido, requieren mensajes diferenciados.

La OCII es responsable de conducir, ejecutar y supervisar los procesos de comunicación e imagen de la Sunass, que incluyen acciones como:

- a) Elaboración de campañas y estrategias de comunicación.
- b) Prensa y relación con medios de comunicación.
- c) Protocolo y eventos institucionales.
- d) Identidad e imagen institucional.
- e) Elaboración y publicación de contenidos para el portal institucional e intranet.
- f) Difusión de la información vinculada a la misión de la entidad, cultura organizacional, objetivos institucionales, entre otros aspectos referidos a la comunicación interna.
- g) Publicidad, promoción y *marketing*.
- h) Aplicación del enfoque de comunicación para el desarrollo en las ODS.
- i) Generación de contenido digital.

- 6.3. Las unidades de organización que usen el logotipo y/o la identidad visual de la Sunass en aplicativos interactivos, campañas, entre otros, deben contar con la conformidad previa de la OCII mediante correo electrónico, documento o SIGED o el que haga sus veces.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- 6.4. La OCII coordina con las unidades de organización de la Sunass, la entrega de información para el desarrollo de contenidos, y de ser el caso, se requerirá una ayuda memoria que debe ser enviada por correo electrónico. Las unidades de organización que tengan propuestas de comunicación e imagen, deben informar y coordinar su evaluación con la OCII.
- 6.5. La difusión de la información de la Sunass se realiza a través de los canales de comunicación oficiales de la institución. Está prohibida la creación de otros canales de comunicación y redes sociales distintas a las oficiales.
- 6.6. Las tarjetas de presentación institucionales sólo serán diseñadas y elaboradas para directores/as y jefes/as de oficina y otros funcionarios autorizados por la Alta Dirección.
- 6.7. La OCII, en coordinación con la URH, desarrolla las acciones vinculadas a la comunicación interna de la entidad.

7. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

7.1. Prensa y relación con medios de comunicación

- 7.1.1. Las solicitudes de las unidades de organización, referidas a contenidos periodísticos (reportajes, entrevistas, vocería, artículo de opinión y/o consultas), de difusión interna, publicidad exterior, promoción de nuestros servicios a través de nuestros canales de comunicación oficiales y la difusión de la información sectorial, a nivel nacional, están sujetas a la revisión y conformidad de la OCII.
- 7.1.2. La difusión de cualquier mensaje institucional, nota de prensa o vocería de funcionarios, a través de cualquier medio de comunicación, debe tener la conformidad de la OCII mediante correo electrónico, documento o SIGED o el que haga sus veces.
- 7.1.3. La OCII orienta por escrito o de manera verbal a los/as voceros/as de la entidad sobre los mensajes clave que deben posicionarse en su participación en medios de comunicación.
- 7.1.4. La OCII elabora un reporte de impacto mensual de las publicaciones en medios de comunicación, el cual se envía a las unidades de organización involucradas.

7.2. Redes sociales

- 7.2.1. La Sunass cuenta con siete redes sociales oficiales, a través de los cuales se difunde actividades e información de la entidad, siendo estos los siguientes:

- a) Facebook: <https://www.facebook.com/Sunass.Regulador>
- b) Instagram: <https://www.instagram.com/sunass.peru/>
- c) LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/sunass-oficial/>
- d) X (antes Twitter): <https://x.com/sunassperu>
- e) YouTube: <https://www.youtube.com/user/sunassdelperu>
- f) Tik Tok: @sunass.peru
- g) Threads: @sunass.peru

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- 7.2.2. La OCII tiene a cargo la administración, regulación y manejo de contenidos a difundirse a través de las redes sociales.
- 7.2.3. La difusión de información especializada a través de las redes sociales institucionales es elaborada por la OCII y debe ser validada por la/s unidad/es de organización involucrada/s, previo a su publicación.
- 7.2.4. La Sunass cuenta con una única cuenta oficial en las diferentes redes sociales, que es gestionada por la OCII; por lo tanto, está prohibida la creación de cuentas paralelas por cualquier otra unidad de organización.
- 7.2.5. Las ODS, permanentemente, deben brindar información relevante de sus regiones para su difusión a través de las redes sociales de la Sunass, según disponibilidad y estrategia digital definida en el Plan de Comunicaciones. Para ello deben completar el Formato Matriz de Propuestas de Contenidos de las ODS y tener en consideración lo señalado en el Anexo 1: Pautas para la Generación de Contenidos Digitales Dirigido a las ODS, priorizando las piezas comunicacionales y temáticas que realcen su labor en cada región. Esta Matriz debe ser comunicada a la OCII, a través del correo electrónico institucional.
- 7.2.6. Las consultas especializadas que los/as usuarios/as realicen a través de las redes sociales oficiales son derivadas para su atención a las ODS y OAU, según corresponda, vía correo electrónico institucional. Los/as orientadores/as derivan la consulta por correo electrónico, dentro del día de recibida.
- 7.2.7. El lenguaje usado en los contenidos generados debe ser sencillo y de fácil comprensión, dependiendo de cada red social. La OCII determina el lenguaje comunicacional, según el perfil de los *stakeholders*.
- 7.2.8. Las unidades de organización pueden solicitar la publicación de algún contenido, el mismo que debe contar con la conformidad de la OCII mediante correo electrónico, documento o SIGED o el que haga sus veces.
- 7.2.9. La OCII elabora un reporte de impacto mensual de las publicaciones en las redes sociales, el cual se envía a las unidades de organización involucradas.

7.3. Gob.pe/sunass

- 7.3.1. El dominio oficial es gob.pe/sunass que es administrado por la OCII.
- 7.3.2. La difusión de la información especializada a través del gob.pe/sunass debe contar con la revisión y conformidad de la OCII, para lo cual todas las unidades de organización de la Sunass deben remitir la información a difundir con una semana de anticipación a través de correo electrónico, documento o SIGED o el que haga sus veces.
- 7.3.3. La OCII autoriza el registro de información en el gob.pe/sunass de forma directa por una determinada unidad de organización o unidad funcional, quienes deben mantener actualizada la información respecto a las secciones de normas y documentos legales, de informes y de publicaciones, para lo cual se generan perfiles de administración para el personal de las unidades de organización responsables del registro de información.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

7.4. Protocolo y eventos institucionales

- 7.4.1. La OCII elabora la agenda donde consignan todos los eventos institucionales programados. Para ello, todas las unidades de organización deben informar a la OCII con la debida anticipación (mínimo un mes) acerca de los eventos institucionales a su cargo, así como enviar una ayuda memoria y propuesta de programa del evento. Están exceptuados de este plazo las solicitudes de la Alta Dirección.
- 7.4.2. La OCII brinda soporte protocolar para la organización de los eventos institucionales, eventos coorganizados o eventos externos donde participa la Alta Dirección y representantes de la Sunass. Para tal fin, las unidades de organización deben coordinar con la OCII cualquier acción relacionada a este tema, como el programa, ayuda memoria, precedencia de participantes, ubicación de símbolos institucionales, vocativo, maestro de ceremonias, entre otros.
- 7.4.3. En las ODS, los/as comunicadores/as son responsables de brindar el soporte general y protocolar de los eventos realizados en regiones, excepto los eventos donde participe la Alta Dirección, los cuales deben ser coordinados con la OCII.

7.5. Identidad institucional

- 7.5.1. La identidad institucional de la entidad se rige por lo establecido en el Manual de Identidad Visual de la Sunass.
- 7.5.2. La OCII es responsable de la interpretación del Manual de Identidad Visual y/o de la modificación de sus elementos.
- 7.5.3. Las unidades de organización de la Sunass deben consultar el Manual de Identidad Visual antes de proponer cualquier acción de comunicación.
- 7.5.4. La OCII da conformidad de que el elemento de comunicación elaborado cumple con las especificaciones del Manual de Identidad, salvaguardando la imagen de la institución y autoriza su difusión.
- 7.5.5. Las unidades de organización de la Sunass no están autorizadas para efectuar modificaciones a la identidad gráfica institucional contenida en el Manual de Identidad Visual.

7.6. Materiales, contenido gráfico y audiovisual

- 7.6.1. En las ODS, los/as comunicadores/as pueden proponer contenido y materiales de comunicación con enfoque regional y coordinar su desarrollo con la OCII, según el Formato Matriz de Propuestas de Contenidos de las ODS.
- 7.6.2. El proceso de solicitud de adquisición de *merchandising* y/o impresión del material de difusión se inicia con la consulta a la OCII, la cual debe contener la justificación que a continuación se detalla:
- Fines y objetivos de comunicación que persigue cada uno de los materiales solicitados, además del impacto en el usuario que lo recibe.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- b. Plan de distribución de cada una de las piezas de comunicación a confeccionar o imprimir, el mismo que debe contener lugar de distribución (evento a cubrir, a nivel nacional) unidades a distribuir y responsable de distribución.
- c. Justificación de la cantidad, mencionando la cobertura de actividades a desarrollar, consignada en el Plan Operativo Institucional.

La propuesta de *merchandising* a ser adquirida debe contar con la conformidad previa de la OCII antes de ser autorizada por la Gerencia General. Posteriormente, la OCII procede a diseñar las piezas.

- 7.6.3. La OCII apoya en el diseño de materiales de comunicación, para lo cual las unidades de organización deben remitir el texto final aprobado por su jefatura con 15 días calendarios de anticipación, teniendo especial cuidado con el tiempo que requiere la impresión y publicación.
- 7.6.4. El diseño de piezas comunicacionales puede ser desarrollado por un proveedor externo, previa coordinación y evaluación de la OCII, que designará a un responsable para el seguimiento del proceso de diseño. La unidad de organización solicitante debe justificar el uso del material, sustentar la cantidad a imprimir y detallar el mecanismo de distribución.
- 7.6.5. Las publicaciones de libros, guías y otros deben contar con el número de Depósito Legal y/o ISBN emitido por la Biblioteca Nacional del Perú, según sea el caso.

7.7. Campañas de comunicación

- 7.7.1. Las campañas de comunicación son planteadas por la OCII a partir de las necesidades de comunicación que las unidades de organización tengan en relación con los objetivos institucionales.
- 7.7.2. Las ODS pueden proponer campañas de comunicación con enfoque regional y coordinar su desarrollo con la OCII.
- 7.7.3. Las campañas de comunicación son diseñadas e implementadas íntegramente por la OCII, siguiendo las disposiciones establecidas por la Presidencia del Consejo de Ministros.
- 7.7.4. Las unidades de organización de la Sunass deben informar a la OCII la programación de sus campañas de comunicación y/o acciones de difusión vía correo electrónico institucional, con 15 días hábiles de anticipación.

7.8. Comunicación interna

- 7.8.1. El tono de la comunicación interna que se utiliza para la elaboración de textos hablados y escritos; y del diseño de toda comunicación visual es:
 - Maduro: No utiliza un lenguaje juvenil, se presenta con autoridad y capacidad desde el conocimiento.
 - Semi formal: No pretende ser divertido ni jovial, sino informativo. No utiliza lenguaje informal, pero trata de simplificar la presentación de información para facilitar su compromiso.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- Técnico: Maneja con precisión términos y conceptos institucionales y puede elaborar, a partir de estos, contenidos complejos.
- Informado: Está actualizado con el contexto de la institución y del país. Es una fuente confiable y oportuna de información para la audiencia interna.
- Cercano: Tiene un trato cercano al enunciar; se refiere a su interlocutor en segunda persona (“tú”) y habla de la institución en el plural de la primera persona (“nosotros”) ya sea de manera explícita o tácita, generando así cercanía, participación e inclusión desde el discurso.
- Respetuoso: No etiqueta, y evita juicios valorativos con respecto a personas y hechos. Promueve la comunicación alturada y se apeg a las códigos y normas vigentes.

7.8.2. Los ejes temáticos que tienen mayor preponderancia en la comunicación interna son aquellos vinculados a:

- Transformación Digital (OTI)
- Integridad y ética (UFII)
- Cultura organizacional (URH)
- Equidad de género (GTIG)
- Seguridad de la información (GG)
- Gestión de rendimiento (URH)
- Sistema integrado de gestión (OPPM)

7.8.3. Las unidades de organización realizan sus requerimientos de comunicación interna a la OCII de la siguiente manera:

- a) A inicios de año mediante el Formato Registro de Iniciativas, el cual será enviado por la OCII a través de memorando.
- b) En cualquier momento del año a través del Formulario de comunicación interna dirigido a la OCII, de acuerdo a la necesidad de la unidad de organización o la entidad.
- c) Se atenderán todas las comunicaciones dirigidas al público interno, exceptuando comunicados que respondan a la competencia de la URH, UM o la OTI, según corresponda, utilizando las plantillas de diseño brindadas previamente por la OCII.

7.8.4. La OCII atiende las necesidades de comunicación interna bajo el siguiente criterio de prioridad:

- a) Los requerimientos registrados en el Formato Registro de Iniciativas serán atendidos como prioritarios y en la fecha establecida en su registro, salvo coordinación directa con el solicitante o necesidad de difundir, en su reemplazo, comunicación que sea caracterizada como prioritaria por alta dirección, OCII y/o URH, según corresponda; en cuyo caso aquellas solicitudes serán atendidas en una fecha alternativa de acuerdo a coordinación entre OCII y las áreas solicitantes.
- b) Por su parte, el plazo de atención para pedidos no programados en el Plan de Comunicación Interna depende de la naturaleza de la necesidad y solución planteada por OCII, siendo el tiempo mínimo viable para cada caso:
 - Comunicados (3 a 5 días hábiles)
 - Videos (7 a 10 días hábiles)
 - Campañas (21 días hábiles)

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

7.8.5. Condiciones de servicio:

- a) Es facultad exclusiva de la OCII la elección de los canales y la periodicidad de los productos comunicacionales. Esta elección debe hacerse respetando las obligaciones normativas y de auditoría de las unidades de organización que lo requieran
- b) Cada acción de comunicación previo a su lanzamiento tiene un máximo de dos (02) revisiones entre OCII y la unidad de organización, que permita afinar el/los productos finales. Dicha revisión debe efectuarse en un plazo máximo de un día hábil. En caso contrario, se reprograma la publicación.
- c) Para fines de la difusión masiva de contenidos se considerarán tres (03) bloques fijos y un bloque opcional, los mismos que se configuran de la siguiente manera:
 - Primer bloque: De 9: 00 am a 10: 00 a.m.
 - Segundo bloque: De 12: 00 m a 12:30 pm
 - Tercer bloque: De 2: 00 pm a 3:30 p.m.
 - Bloque opcional: De 4:00 pm a 5:30 p.m.

7.8.6. La OCII, con la finalidad de medir la efectividad de la comunicación interna, realizará anualmente dos (02) encuestas una dirigida a las unidades de organización que requirieron su necesidad de comunicación interna y el otro dirigido a los/as servidores/as que recibieron la comunicación interna.

7.9. Gestión de la comunicación en las ODS

7.9.1. Los comunicadores de las ODS, en el marco del apoyo a la OCII, efectúan las siguientes actividades:

- Elaborar un plan de medios, el mismo que debe tener la revisión y conformidad de la OCII, vía correo electrónico.
- Apoyar en la ejecución de campañas de comunicación elaboradas por la OCII.
- Apoyar en el posicionamiento de la Sunass en actividades externas públicas en las que participen en calidad de invitados.
- Realizar la gestión de prensa y apoyo en la difusión de notas de prensa en su región.
- Elaborar notas de prensa con información de valor de la institución y de interés público para ser difundidas en medios de comunicación, previa conformidad de la OCII.
- Atender solicitudes de entrevistas en medios de comunicación masiva y la determinación de los voceros, previa coordinación con la OCII con la debida anticipación.
- Realizar monitoreo de medios y enviar los reportes a la OCII.
- Informar previamente a la OCII sobre posibles focos de conflicto o condiciones que pueden afectar la imagen y reputación de la institución para coordinar una estrategia de acción inmediata.
- Elaborar mensajes clave y contenidos para talleres o reuniones programadas (alineado a las capacitaciones programadas en el POI), así como apoyar en la elaboración de presentaciones en PPT para exposiciones.
- Brindar asesoría en comunicación a los/as Jefes/as y equipo técnico de las ODS. Asimismo, evaluar sus intervenciones y brindar recomendaciones.

ESTE DOCUMENTO IMPRESO ES UNA COPIA NO CONTROLADA

Para ver el documento controlado ingrese al portal del SIG de la Sunass

Uso Interno

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

- Apoyar a la OCII en la realización y fortalecimiento de actividades de comunicación interna. Si es del alcance nacional, se deberá coordinar con la DAP.

7.9.2. La OCII brinda asistencia técnica a los/las comunicadores/ras de las ODS y da conformidad a las solicitudes de entrevistas, contenidos comunicacionales y actividades protocolares que propongan.

8. ANEXOS

Anexo 1: Pautas para la Generación de Contenidos Digitales Dirigido a las ODS

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

ANEXO 1: PAUTAS PARA LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES DIRIGIDO A LAS ODS

1. CARACTERÍSTICAS DE LOS CONTENIDOS DE COMUNICACIÓN:

1.1. Buen contenido temático:

- Contenido ágil y utilitario para los/as seguidores/as de redes sociales. Ejemplos: cómo usar el Yakúmetro, cómo llegar a la Sunass en cada región, un día en la oficina de la Sunass de la región, etc.
- Actividades o acciones en campo que contribuyan al mejoramiento de los servicios de agua potable y saneamiento.
- Las propuestas deben contener testimonios de usuarios y/o participantes de la actividad que nutran la publicación.

1.2. Buen contenido técnico:

a. Fotos:

Enfocadas, sin contraluz, de acción y no posadas (mirando a la cámara).

b. Videos:

- Clip que denote una acción.
- Audios de calidad, grabados con micrófono o celular exclusivo para el audio.
- Los clips deben ir acompañados de un guion que asocie todos los materiales enviados (videos y fotos).
- Duración no mayor a un minuto y medio.
- De ser posible, el video debe ser acompañado con una locución en off que narre la actividad. De no poder grabarse con un celular, se debe enviar a la OCII el guion con el texto a locutar.
- En caso de proponer un “en vivo”, debe ser previamente coordinado con la OCII.
- Las propuestas audiovisuales que no tengan guion no serán tomadas en cuenta.
- Si el guion contempla citas de declaraciones, se debe especificar el *time code* de la cita.
- El tema de la propuesta de video debe quedar clara. No aglutinar temáticas en una misma propuesta.

1.3. Pertinencia:

- La propuesta debe responder a una de las funciones de la Sunass.
- El contenido, en caso se trate de un problema de prestación del servicio de agua potable y saneamiento, debe plantear el desarrollo o solución al mismo. Ejemplo: en casos de corte, la Sunass monitorea el abastecimiento. En casos de reclamo, Sunass acompaña al usuario a realizar dicho trámite.
- El/la comunicador/a debe evaluar el contexto antes de proponer o producir un contenido.

1.4. Innovación:

Propuestas de contenidos diferenciadas, que cuenten una historia o se plantee un enfoque diferente al periodístico y/o informativo.

1.5. Periodicidad:

Los/as comunicadores/as pueden proponer hasta tres contenidos digitales (pieza gráfica y/o videos) al mes.

	GESTIÓN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL		
	DIRECTIVA	LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LA SUNASS	Versión: 001 Fecha de vigencia: 30/07/2025
	Código: GCI-DI001		Página 1 de 4

2. DISCRECIONALIDAD

- 2.1. La OCII tiene la potestad de no publicar propuestas de contenidos de las ODS que:
- Teniendo el potencial, no contemple material innovador.
 - Tengan mal contenido técnico.
 - Sean ree/ sin guiones.
 - No sean pertinentes coyunturalmente.
- 2.2. La OCII define la parrilla de contenidos de los canales digitales institucionales en concordancia con los objetivos institucionales y estrategias comunicacionales, establecidas en el Plan de Comunicaciones.

3. REMISIÓN DE LAS PROPUESTAS DE CONTENIDOS

Las propuestas de contenidos digitales deberán ser incluidas en el Formato Matriz de Propuestas de Contenidos de las ODS. Esta inclusión debe ser comunicada a través de un correo electrónico dirigido a la OCII.