

## **INFORME DE DISTRIBUCIÓN DE PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y AGENCIAS DE PUBLICIDAD DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA ENAMI EP**

Mediante Decreto Ejecutivo Nro. 135, del 01 de septiembre del 2017, a través del cual se expidió las Normas de Optimización y Austeridad del Gasto Público, dispone en el Artículo 25.- Propaganda y publicidad.-"Las instituciones públicas de la Función Ejecutiva podrán difundir, informar, publicitar, contratar propaganda y elaborar material publicitario únicamente previa autorización de su Plan Estratégico de Comunicación (PEC) por parte de la Secretaría Nacional de Comunicación, quién emitirá las regulaciones pertinentes".

Mediante Decreto Ejecutivo Nro. 1066 del 21 de mayo de 2020, se reorganiza la institucionalidad de la Presidencia de la República; que en su Art. 5 señala como atribuciones de la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia de la República, entre otras, las siguientes: "4.) Revisar y avalar las acciones comunicacionales consideradas en los planes, programas y proyectos de inversión de las entidades de la Función Ejecutiva, que deberán incluirse en los respectivos planes estratégicos de comunicación (PEC)" y "5) Revisar, aprobar, controlar y evaluar los PEC's de las entidades de la Función Ejecutiva, que contendrán todas las actividades relacionadas con la comunicación a ejecutarse por parte de la respectiva institución, referente a planta central y unidades desconcentradas, de gasto corriente, inversión, cooperación o autogestión".

Con oficio Nro. PR-SSGCG-2022-0001-O de 10 de enero de 2022, la Subsecretaría de General de Comunicación e Información de la Presidencia de la República, envía a las entidades de la Función Ejecutiva las Directrices para Planes Estratégicos de Comunicación (PEC) 2022.

De acuerdo con el Art. 95.- Inversión pública en publicidad y propaganda.- Las entidades del sector público que contraten servicios de publicidad y propaganda, en los medios de comunicación social se guiarán en función de criterios de igualdad de oportunidades con atención al objeto de la comunicación, al público objetivo, a la jurisdicción territorial de la entidad y a los niveles de audiencia y sintonía.- Dentro de la contratación de publicidad y propaganda de la actividad de difusión publicitaria de cada institución pública de conformidad con la estrategia comunicacional institucional, los medios públicos participarán con el 33 %, los medios privados participarán con el 33% y los medios comunitarios participarán con el 34%.- Las entidades del sector público elaborarán anualmente un informe de distribución sobre presupuesto aprobado de publicidad, la distribución del gasto, los procesos contractuales y los contratos en cada medio de comunicación y agencia de publicidad.- Este informe se publicará en la página web de cada institución (...).

En cumplimiento al Art. 95, la Dirección de Comunicación Social de la ENAMI EP informa que durante el año 2022, no se realizó campañas de comunicación en radio y televisión a nivel nacional y local, ya que no se cuenta con contratos en medios, ni contratos con agencias de publicidad.

Referente a los procesos de contratación en prensa escrita, es importante mencionar que, conforme oficio Nro. CNE-CNTPP-AUT-2022-01051-OF se establece "su solicitud para la publicación en prensa escrita para el aviso de remate de bienes, con el objeto de difundir la ejecución del proceso de remate de bienes institucionales de propiedad de la ENAMI EP NO REQUIERE AUTORIZACIÓN por parte del Consejo Nacional Electoral, dado que, se trata de información derivada de procesos administrativos cuyo fin no es publicitario o propagandístico, en virtud de lo cual, puede proceder con la publicación en los medios escritos de comunicación".

<b>AÑO</b>	<b>OBJETO DE CONTRATACION</b>	<b>CONTRATISTA</b>	<b>FECHA DE ADJUDICACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>OBSERVACIÓN</b>
<b>2022</b>	SERVICIO DE PUBLICACIÓN EN PRENSA PARA EL REMATE DE BIENES DE LA ENAMI EP	GRAFICOS NACIONALES SA GRANASA	10 / 11/ 2022	\$ 330.00	Oficio Nro. CNE-CNTPP-AUT-2022-01051-OF

Cabe recalcar que, en el Plan Estratégico de Comunicación 2022, aprobado con Oficio PR\_SSIMP-2022-0037-O de fecha 06 de febrero de 2022 y sus actualizaciones con Oficios: PR-SSIMP-2022-0146-O del 28 de marzo de 2022 y PR-SSIMP-2022-0207-O del 30 de septiembre de 2022, no constan los servicios de publicidad y porpaganda en medios de comunicación.

Denisse Iturralde Alvarez  
Supervisora (E)  
Unidad de Comunicación Social

}

# ANEXOS

## Empresa Nacional Minera

Dirección: Av. 6 de Diciembre N31-110 y Whymper, Edificio Torres Tenerife

Código postal: 170518 / Quito-Ecuador

Teléfono: +593-2 395 3000

[www.enamiep.gob.ec](http://www.enamiep.gob.ec)

PAGINA : 1 DE 1  
 FECHA : 17/10/2023  
 HORA : 9:34.10  
 REPORTE : R00804768.rdlc

**MINISTERIO DE FINANZAS**  
**Ejecución de Gastos - Reportes - Información Asegurada**  
**Ejecución del Presupuesto (Grupos Dinámicos)**  
 Expresado en Dólares  
 Entidad Institucional = 429, Item in 530249, 530807, 730807

- Item -

**DEL MES DE ENERO AL MES DE DICIEMBRE**

**EJERCICIO: 2,022**

DESCRIPCION	ASIGNADO	MODIFICADO	CODIFICADO	MONTO CERTIFICADO	COMPROMETIDO	DEVENGADO	PAGADO	SALDO POR COMPROMETER	SALDO POR DEVENGAR	SALDO POR PAGAR	% EJE
530249 Eventos Publicos Promocionales	0.00	4,400.00	4,400.00	0.00	4,400.00	4,400.00	4,400.00	0.00	0.00	0.00	100.00
530807 Materiales de Impresion- Fotografia- Reproduccion y Publicaciones	0.00	12,351.83	12,351.83	0.00	11,435.94	11,435.94	11,435.94	915.89	915.89	0.00	92.88
730807 Materiales de Impresion-Fotografia-Reproduccion y Publicaciones	0.00	3,000.00	3,000.00	0.00	1,987.65	1,987.65	1,987.65	1,002.35	1,002.35	0.00	66.59
<b>TOTAL :</b>	<b>0.00</b>	<b>19,751.83</b>	<b>19,751.83</b>	<b>0.00</b>	<b>17,833.59</b>	<b>17,833.59</b>	<b>17,833.59</b>	<b>1,918.24</b>	<b>1,918.24</b>	<b>0.00</b>	<b>90.25</b>

Oficio Nro. CNE-CNTPP-AUT-2022-01051-OF  
Quito, 18 de octubre de 2022

**ASUNTO:** Autorización de Publicidad Institucional de Entidades Públicas.

Licenciada  
Deysi Colcha Calpa  
Coordinadora Administrativa Financiera  
**EMPRESA NACIONAL MINERA ENAMI EP**  
En Su Despacho.

De nuestra consideración:

En atención a su solicitud formulada a través de oficio Nro. ENAMI-ENAMI-CAF-2022-0001 de fecha 13 de octubre de 2022, y en la que se adjunta un arte de modelo de publicación para el aviso de remate de bienes, nos permitimos informar lo siguiente:

La Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia, en su artículo 203 prohíbe la publicidad o propaganda de las instituciones del Estado en todos los niveles de gobierno y detalla las excepciones para su difusión.

El artículo 207, de la Ley *ibidem*, dispone que, desde la convocatoria a elecciones y durante la campaña electoral, todas las instituciones públicas están prohibidas de difundir publicidad a través de radio, televisión, medios digitales, vallas publicitarias, prensa escrita u otros medios impresos, salvo las excepciones previstas en dicha Ley.

El artículo 48 del Reglamento de Promoción Electoral, aprobado por el Pleno del Consejo Nacional Electoral, mediante Resolución Nro. PLE-CNE-6-16-9-2020, de fecha 16 de septiembre de 2020, establece:

*"Artículo 48.- Prohibición. Las instituciones públicas están prohibidas de utilizar recursos del Estado para la difusión de publicidad electoral.*

*Desde la convocatoria a elecciones y durante la campaña electoral, se prohíbe la publicidad o propaganda de las instituciones del Estado, en todos los niveles de Gobierno a través de radio, televisión, medios digitales, vallas publicitarias, prensa escrita u otros medios impresos, salvo la publicidad o propaganda autorizada por el Consejo Nacional Electoral, conforme con las siguientes excepciones:*

- a) Cuando se requiera en las obras públicas, informar a la ciudadanía sobre cierres o habilitación de vías u obras alternas; o, lugares alternos;*
- b) En situaciones de emergencia, catástrofes naturales, cuando se requiera informar a la ciudadanía sobre medidas de seguridad, evacuación, cierre o habilitación de vías alternas; y,*
- c) Cuando se requiera informar temas de importancia nacional tales como, campañas de prevención, vacunación, salud pública, inicio o suspensión de periodos de clases, seguridad ciudadana, u otras de naturaleza similar.*

*A efectos del presente Reglamento se entenderá también como temas de importancia nacional, la promoción netamente informativa de actividades turísticas o culturales derivadas de las festividades locales o nacionales; la información oportuna y propia de la prestación o venta de bienes y servicios públicos; y, la difusión de contenidos formativos, educativos e interculturales.*

*Las citaciones o notificaciones cuya publicación haya sido dispuesta por autoridades o funcionarios públicos y que se realicen con recursos privados no requerirán autorización por parte del Consejo Nacional Electoral, para su publicación o difusión a través de los medios de comunicación social.*

*Además, se prohíbe durante la campaña electoral la contratación y difusión de propaganda y publicidad por parte de sujetos de derecho privado referente al proceso electoral en prensa escrita, radio, televisión, vallas publicitarias, medios digitales y cualquier otro medio de comunicación social".*

Por lo anteriormente expuesto y una vez que se ha efectuado la convocatoria a las Elecciones Seccionales; y, Elección de Consejeras y Consejeros del Consejo de Participación Ciudadana y Control Social 2023, me permito informar a Usted que se encuentra prohibida la publicidad o propaganda de las instituciones del Estado, en todos los niveles de gobierno, sin embargo, su solicitud para la publicación en prensa escrita para el aviso de remate de bienes, con el objeto de difundir la ejecución del proceso de remate de bienes institucionales de propiedad de la ENAMI EP **NO REQUIERE AUTORIZACIÓN** por parte del Consejo Nacional Electoral, dado que, se trata de información derivada de

procesos administrativos cuyo fin no es publicitario o propagandístico, en virtud de lo cual, puede proceder con la publicación en los medios de comunicación social.

Cabe señalar que los días 3, 4 y 5 de febrero de 2023 se debe acatar la disposición de silencio electoral, de conformidad con el quinto inciso del artículo 207 de la Ley Orgánica Electoral y de Organizaciones Políticas de la República del Ecuador, Código de la Democracia.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,



Planado electrónicamente por:  
**MARCO  
ANTONIO PENA**

Ing. Marco Antonio Peña Aldaz  
**DIRECTOR NACIONAL DE PROMOCIÓN ELECTORAL**

Atentamente,



Planado electrónicamente por:  
**OSWALDO FIDEL  
YCAZA VINUEZA**

Dr. Oswaldo Fidel Ycaza Vinueza  
**COORDINADOR NACIONAL TÉCNICO DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA  
DELEGADO DE LA PRESIDENCIA DEL CONSEJO NACIONAL  
ELECTORAL**



> **Plan Estratégico  
de Comunicación**

2022

# Objetivo General de la Entidad

Contribuir con el desarrollo de los recursos naturales no renovables en la actividad minera para su aprovechamiento sustentable conforme a la Ley de Minería, bajo condiciones de preservación ambiental y respeto a los derechos de los pueblos.

## Objetivos Específicos de Comunicación

- Realizar campañas de comunicación a nivel local, regional y nacional, que permitan evidenciar los trabajos sectoriales.
- Socializar los beneficios de la ejecución de los proyectos mineros, en sus respectivas zonas de influencia.
- Elaborar piezas comunicacionales que permitan ilustrar el beneficio de la gestión minera en territorio.

# Objetivos Específicos de Comunicación

- Coordinar con las distintas unidades administrativas, la difusión de actividades que fortalezcan la imagen institucional.
- Participar en ferias importantes del sector minero y ferias de negocios.
- Promocionar las ventajas que las empresas privadas tienen al asociarse con la Enami EP.
- Mejorar la comunicación interna de la ENAMI EP y sus canales.
- Fomentar las vocerías en territorio y en medios de comunicación.
- Promover acciones de edu-comunicación, donde se evidencien datos relevantes de la industria, sus beneficios y potencialidades en escuelas, colegios o universidades, especialmente en territorio.
- Generar información relevante de la minería, a fin de que la ENAMI EP, sea un referente de términos o información vinculada a la industria.



# Apertura de acciones comunicacionales

# Detalle de acciones comunicacionales

<b>Problema</b> (Por qué hay que actuar)	<b>Acción / Campaña</b> (Qué voy a hacer para solucionarlo)	<b>Indicador</b> (Cuál va a ser mi indicador de éxito, cómo lo voy a medir)	<b>Público Objetivo</b> (A quién quiero llegar)	<b>Mensaje</b> (Qué les quiero decir)	<b>Medios a usar</b> (Cómo lo voy a decir)	<b>Canal</b> (Forma en la que se va a llegar al público objetivo)	<b>Herramientas</b> (Con qué)	<b>Periodo</b> (Cuándo)	<b>Presupuesto</b> (Cuánto me va a costar)	<b>Área responsable</b> (Área que va a administrar el gasto)
No se conoce los proyectos que la Enami Ep tiene a su cargo.	Promocionar el Portafolio de proyectos en ferias mineras y de negocio	Nº de ferias asistidas / Nº de reuniones con empresas interesadas	Inversionistas Nacionales y Extranjeros.	- La Enami Ep posee importantes concesiones.	- Medios digitales - Eventos digitales - Redes Sociales - Ruedas de negocio - Webinar - Página Web	- Directorio de potenciales inversionistas nacionales y extranjeros.	- Brochure - Batería de mensajes - Stand informativo - Presentación digital del Portafolio. - Actualización de la web. - Vocerías	Trimestral	\$10800	Comunicación  Convenios Estratégicos  Gerencia de Exploración
	Promocionar el Portafolio de proyectos en Redes sociales	Alcance de las publicaciones	Opinión Pública	- Ventajas de asociación con la ENAMI EP.	- Redes Sociales - Página Web - Medios digitales	- Agenda de eventos y ferias.	- Brochure - Batería de mensajes - Actualización de la web - Boletines de prensa. - Vocerías.	Bimensual	\$0	

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
Falta de información sobre actividades mineras dentro de las comunidades aledañas a los Proyectos.	Promocionar la Empresa Nacional Minera en territorio, a través de medios tradicionales	Aceptación de la minería en las comunidades	Comunidades de los diferentes proyectos	La Empresa Nacional Minera, realiza minería sustentable y responsable	- Medios tradicionales	- Directa - Indirecta	- Boletines de prensa.	Mensual	\$0	Comunicación Unidad Social
	Realizar mesas y charlas informativas con las comunidades				- Redes Sociales		- Baterías de mensajes.			
	Realizar BTL en las comunidades con mayor aceptación				- Página Web		- Vídeos o testimoniales			
					- Material audiovisual y gráfico.		- Ayudas Memorias			
					- Vocerías		- Monitoreo de medios.			
					- Reuniones		- Líneas argumentales por proyecto			
					- Mesas de diálogo		- Medios de comunicación comunitarios.			
					- Charlas informativas		- Trípticos	Trimestral	\$6500	Unidad Social Comunicación
					- BTL		- Vídeos o testimoniales			
							- Material Promocional			
							- Líneas argumentales			
							- Presentaciones	Semestral	\$4000	Unidad Social Comunicación
							- Actividades recreacionales			

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
La ciudadanía no sabe que función tiene la Empresa Nacional Minera	Posicionamiento de Imagen a nivel nacional	Reconocimiento de imagen	Ciudadanía en General	La ENAMI EP, es una empresa transparente, eficiente y rentable para el país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios tradicionales</li> <li>- Medios digitales</li> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Página Web</li> <li>- Promoción Interinstitucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> <li>- Indirecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boletines de prensa.</li> <li>- Baterías de mensajes.</li> <li>- Vídeos de la gestión social y empresarial.</li> <li>- Monitoreo de medios.</li> <li>- Ruedas de prensa.</li> <li>- Actualización de la web.</li> <li>- Líneas argumentales</li> <li>- Vocerías.</li> <li>- Charlas</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación</li> <li>Gerencia General</li> <li>Gerencia de Exploración</li> <li>Coordinación de Asuntos corporativos y Sustentabilidad</li> <li>Convenios Estratégicos</li> </ul>
No hay un buen clima laboral	Campañas internas para motivar a los trabajadores y generar sentido de pertenencia con la institución	Cambio de actitud por parte de los trabajadores	Público interno	Dentro de la Enami Ep somos una familia y trabajamos en conjunto por el bienestar de la Empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailing</li> <li>- Whatsapp</li> <li>- Eventos internos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mensajes motivadores.</li> <li>- Mensajes por sus cumpleaños.</li> <li>- Actividades por día de la madre, padre, etc</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación</li> <li>Talento Humano</li> <li>Seguridad y Salud Ocupacional</li> </ul>

# Justificación del presupuesto

Acción	Compra	Entregable	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Promocionar el Portafolio de proyectos en ferias mineras y de negocio	Participación de la Empresa en las distintas ferias a nivel nacional	Espacio para Stand dentro de la feria	2	\$1000	\$2000
	Servicio de montaje, desmontaje y decoración de Stand	Montaje y desmontaje de Sand	2	\$500	\$1000
	Participación en Webinar o ferias digitales	Espacio digital dentro de la plataforma	4	\$700	\$2800
	Mantenimiento y remodelación de Stand	Mantenimiento de Stand	1	\$5000	\$5000
Realizar mesas y charlas informativas con las comunidades	Adquisición de material promocional Llurimagua	Esferos logo serigrafiado	150	\$1,10	\$165
		Libretas ecológicas logo impreso un color	150	\$2,10	\$315
		Gorras logo bordado	250	\$4,50	\$1125
		Bolsos con cordón logo sublimado	250	\$3,50	\$875
	Adquisición de material impreso Unacota	Diseño e impresión de trípticos full color	2000	\$1,00	\$2000
	Adquisición de material impreso Campanillas	Esferos logo serigrafiado	150	\$1,10	\$165
		Cuadernos pasta dura 100 hojas, anillados, A6, logo	200	3,00	\$600
		Diseño e impresión de trípticos full color	1000	1,00	\$1000
Carpetas con diseño en portada y contraportada, pestaña interior.		250	0,70	\$175	
Realizar BTL en las comunidades con mayor aceptación	BTL	Show artístico	2	\$2000	\$4000
<b>TOTAL</b>					<b>\$21,220</b>



> **Plan Estratégico  
de Comunicación**

2022

# Objetivo General de la Entidad

Contribuir con el desarrollo de los recursos naturales no renovables en la actividad minera para su aprovechamiento sustentable conforme a la Ley de Minería, bajo condiciones de preservación ambiental y respeto a los derechos de los pueblos.

## Objetivos Específicos de Comunicación

- Realizar campañas de comunicación a nivel local, regional y nacional, que permitan evidenciar los trabajos sectoriales.
- Socializar los beneficios de la ejecución de los proyectos mineros, en sus respectivas zonas de influencia.
- Elaborar piezas comunicacionales que permitan ilustrar el beneficio de la gestión minera en territorio.

# Objetivos Específicos de Comunicación

- Coordinar con las distintas unidades administrativas, la difusión de actividades que fortalezcan la imagen institucional.
- Participar en ferias importantes del sector minero y ferias de negocios.
- Promocionar las ventajas que las empresas privadas tienen al asociarse con la Enami EP.
- Mejorar la comunicación interna de la ENAMI EP y sus canales.
- Fomentar las vocerías en territorio y en medios de comunicación.
- Promover acciones de edu-comunicación, donde se evidencien datos relevantes de la industria, sus beneficios y potencialidades en escuelas, colegios o universidades, especialmente en territorio.
- Generar información relevante de la minería, a fin de que la ENAMI EP, sea un referente de términos o información vinculada a la industria.



# Apertura de acciones comunicacionales

# Detalle de acciones comunicacionales

<b>Problema</b> (Por qué hay que actuar)	<b>Acción / Campaña</b> (Qué voy a hacer para solucionarlo)	<b>Indicador</b> (Cuál va a ser mi indicador de éxito, cómo lo voy a medir)	<b>Público Objetivo</b> (A quién quiero llegar)	<b>Mensaje</b> (Qué les quiero decir)	<b>Medios a usar</b> (Cómo lo voy a decir)	<b>Canal</b> (Forma en la que se va a llegar al público objetivo)	<b>Herramientas</b> (Con qué)	<b>Periodo</b> (Cuándo)	<b>Presupuesto</b> (Cuánto me va a costar)	<b>Área responsable</b> (Área que va a administrar el gasto)
No se conoce los proyectos que la Enami Ep tiene a su cargo.	Promocionar el Portafolio de proyectos en ferias mineras y de negocio	Nº de ferias asistidas / Nº de reuniones con empresas interesadas	Inversionistas Nacionales y Extranjeros.	- La Enami Ep posee importantes concesiones.	- Medios digitales - Eventos digitales - Redes Sociales - Ruedas de negocio - Webinar - Página Web	- Directorio de potenciales inversionistas nacionales y extranjeros.	- Brochure - Batería de mensajes - Stand informativo - Presentación digital del Portafolio. - Actualización de la web. - Vocerías	Trimestral	\$28500	Comunicación  Convenios Estratégicos  Gerencia de Exploración
	Promocionar el Portafolio de proyectos en Redes sociales	Alcance de las publicaciones	Opinión Pública	- Ventajas de asociación con la ENAMI EP.	- Redes Sociales - Página Web - Medios digitales	- Agenda de eventos y ferias.	- Brochure - Batería de mensajes - Actualización de la web - Boletines de prensa. - Vocerías.	Bimensual	\$0	

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
Falta de información sobre actividades mineras dentro de las comunidades aledañas a los Proyectos.	Promocionar la Empresa Nacional Minera en territorio, a través de medios tradicionales	Aceptación de la minería en las comunidades	Comunidades de los diferentes proyectos	La Empresa Nacional Minera, realiza minería sustentable y responsable	- Medios tradicionales	- Directa - Indirecta	- Boletines de prensa.	Mensual	\$0	Comunicación Unidad Social
	Realizar mesas y charlas informativas con las comunidades				- Redes Sociales		- Baterías de mensajes.			
	Realizar BTL en las comunidades con mayor aceptación				- Página Web		- Vídeos o testimoniales			
					- Material audiovisual y gráfico.		- Ayudas Memorias			
					- Vocerías		- Monitoreo de medios.			
					- Reuniones		- Líneas argumentales por proyecto			
					- Mesas de diálogo		- Medios de comunicación comunitarios.			
					- Charlas informativas		- Trípticos	Trimestral	\$6420	Unidad Social Comunicación
					- BTL		- Vídeos o testimoniales			
							- Material Promocional			
							- Líneas argumentales			
							- Presentaciones	Semestral	\$4000	Unidad Social Comunicación
							- Actividades recreacionales			

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
La ciudadanía no sabe que función tiene la Empresa Nacional Minera	Posicionamiento de Imagen a nivel nacional	Reconocimiento de imagen	Ciudadanía en General	La ENAMI EP, es una empresa transparente, eficiente y rentable para el país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios tradicionales</li> <li>- Medios digitales</li> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Página Web</li> <li>- Promoción Interinstitucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> <li>- Indirecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boletines de prensa.</li> <li>- Baterías de mensajes.</li> <li>- Vídeos de la gestión social y empresarial.</li> <li>- Monitoreo de medios.</li> <li>- Ruedas de prensa.</li> <li>- Actualización de la web.</li> <li>- Líneas argumentales</li> <li>- Vocerías.</li> <li>- Charlas</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Gerencia General</li> <li>- Gerencia de Exploración</li> <li>- Coordinación de Asuntos corporativos y Sustentabilidad</li> <li>- Convenios Estratégicos</li> </ul>
No hay un buen clima laboral	Campañas internas para motivar a los trabajadores y generar sentido de pertenencia con la institución	Cambio de actitud por parte de los trabajadores	Público interno	Dentro de la Enami Ep somos una familia y trabajamos en conjunto por el bienestar de la Empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailing</li> <li>- Whatsapp</li> <li>- Eventos internos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mensajes motivadores.</li> <li>- Mensajes por sus cumpleaños.</li> <li>- Actividades por día de la madre, padre, etc</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación</li> <li>- Talento Humano</li> <li>- Seguridad y Salud Ocupacional</li> </ul>

# Justificación del presupuesto

Acción	Compra	Entregable	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Promocionar el Portafolio de proyectos en ferias mineras y de negocio	Participación de la Empresa en las distintas ferias a nivel nacional	Espacio para Stand dentro de la feria	2	\$2500	\$5000
	Servicio de montaje, desmontaje y decoración de Stand	Montaje y desmontaje de Sand	2	\$1500	\$3000
	Participación en Webinar o ferias digitales	Espacio digital dentro de la plataforma	4	\$500	\$2000
	Mantenimiento y remodelación de Stand	Mantenimiento de Stand	1	\$15500	\$15500
	Adquisición de material promocional	Materiales impresos (trípticos, Flyers, etc)			\$3000
Realizar mesas y charlas informativas con las comunidades	Adquisición de material promocional Llurimagua	Esferos logo serigrafiado	150	\$1,10	\$165
		Libretas ecológicas logo impreso un color	150	\$2,10	\$315
		Gorras logo bordado	250	\$4,50	\$1125
		Bolsos con cordón logo sublimado	250	\$3,50	\$875
	Adquisición de material impreso Unacota	Diseño e impresión de trípticos full color	2000	\$1,00	\$2000
	Adquisición de material impreso Campanillas	Esferos logo serigrafiado	150	\$1,10	\$165
		Cuadernos pasta dura 100 hojas, anillados, A6, logo	200	3,00	\$600
		Diseño e impresión de trípticos full color	1000	1,00	\$1000
Carpetas con diseño en portada y contraportada, pestaña interior.		250	0,70	\$175	
Realizar BTL en las comunidades con mayor aceptación	BTL	Show artístico	2	\$2000	\$4000
<b>TOTAL</b>					<b>\$38,920</b>





> **Plan Estratégico  
de Comunicación**

2022

# Objetivo General de la Entidad

Contribuir con el desarrollo de los recursos naturales no renovables en la actividad minera para su aprovechamiento sustentable conforme a la Ley de Minería, bajo condiciones de preservación ambiental y respeto a los derechos de los pueblos.

## Objetivos Específicos de Comunicación

- Realizar campañas de comunicación a nivel local, regional y nacional, que permitan evidenciar los trabajos sectoriales.
- Socializar los beneficios de la ejecución de los proyectos mineros, en sus respectivas zonas de influencia.
- Elaborar piezas comunicacionales que permitan ilustrar el beneficio de la gestión minera en territorio.

# Objetivos Específicos de Comunicación

- Coordinar con las distintas unidades administrativas, la difusión de actividades que fortalezcan la imagen institucional.
- Participar en ferias importantes del sector minero y ferias de negocios.
- Promocionar las ventajas que las empresas privadas tienen al asociarse con la Enami EP.
- Mejorar la comunicación interna de la ENAMI EP y sus canales.
- Fomentar las vocerías en territorio y en medios de comunicación.
- Promover acciones de edu-comunicación, donde se evidencien datos relevantes de la industria, sus beneficios y potencialidades en escuelas, colegios o universidades, especialmente en territorio.
- Generar información relevante de la minería, a fin de que la ENAMI EP, sea un referente de términos o información vinculada a la industria.



# Apertura de acciones comunicacionales

# Detalle de acciones comunicacionales

<b>Problema</b> (Por qué hay que actuar)	<b>Acción / Campaña</b> (Qué voy a hacer para solucionarlo)	<b>Indicador</b> (Cuál va a ser mi indicador de éxito, cómo lo voy a medir)	<b>Público Objetivo</b> (A quién quiero llegar)	<b>Mensaje</b> (Qué les quiero decir)	<b>Medios a usar</b> (Cómo lo voy a decir)	<b>Canal</b> (Forma en la que se va a llegar al público objetivo)	<b>Herramientas</b> (Con qué)	<b>Periodo</b> (Cuándo)	<b>Presupuesto</b> (Cuánto me va a costar)	<b>Área responsable</b> (Área que va a administrar el gasto)
No se conoce los proyectos que la Enami Ep tiene a su cargo.	Promocionar el Portafolio de proyectos en ferias mineras y de negocio	Nº de ferias asistidas / Nº de reuniones con empresas interesadas	Inversionistas Nacionales y Extranjeros.	- La Enami Ep posee importantes concesiones.	- Medios digitales - Eventos digitales - Redes Sociales - Ruedas de negocio - Webinar - Página Web	- Directorio de potenciales inversionistas nacionales y extranjeros.	- Brochure - Batería de mensajes - Stand informativo - Presentación digital del Portafolio. - Actualización de la web. - Vocerías	Trimestral	\$28500	Comunicación  Convenios Estratégicos  Gerencia de Exploración
	Promocionar el Portafolio de proyectos en Redes sociales	Alcance de las publicaciones	Opinión Pública	- Ventajas de asociación con la ENAMI EP.	- Redes Sociales - Página Web - Medios digitales	- Agenda de eventos y ferias.	- Brochure - Batería de mensajes - Actualización de la web - Boletines de prensa. - Vocerías.	Bimensual	\$0	

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
Falta de información sobre actividades mineras dentro de las comunidades aledañas a los Proyectos.	Promocionar la Empresa Nacional Minera en territorio, a través de medios tradicionales	Aceptación de la minería en las comunidades	Comunidades de los diferentes proyectos	La Empresa Nacional Minera, realiza minería sustentable y responsable	- Medios tradicionales	- Directa - Indirecta	- Boletines de prensa.	Mensual	\$0	Comunicación Unidad Social
	Realizar mesas y charlas informativas con las comunidades				- Redes Sociales		- Baterías de mensajes.			
	Realizar BTL en las comunidades con mayor aceptación				- Página Web		- Vídeos o testimoniales			
					- Material audiovisual y gráfico.		- Ayudas Memorias			
					- Vocerías		- Monitoreo de medios.			
					- Reuniones		- Líneas argumentales por proyecto			
					- Mesas de diálogo		- Medios de comunicación comunitarios.			
					- Charlas informativas		- Trópticos	Trimestral	\$6420	Unidad Social Comunicación
					- BTL		- Vídeos o testimoniales			
							- Material Promocional			
							- Líneas argumentales			
							- Presentaciones	Semestral	\$4000	Unidad Social Comunicación
							- Actividades recreacionales			

# Detalle de acciones comunicacionales

Problema	Acción / Campaña	Indicador	Público Objetivo	Mensaje	Medios a usar	Canal	Herramientas	Periodo	Presupuesto	Área responsable
La ciudadanía no sabe que función tiene la Empresa Nacional Minera	Posicionamiento de Imagen a nivel nacional	Reconocimiento de imagen	Ciudadanía en General	La ENAMI EP, es una empresa transparente, eficiente y rentable para el país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios tradicionales</li> <li>- Medios digitales</li> <li>- Redes Sociales</li> <li>- Página Web</li> <li>- Promoción Interinstitucional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> <li>- Indirecto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Boletines de prensa.</li> <li>- Baterías de mensajes.</li> <li>- Vídeos de la gestión social y empresarial.</li> <li>- Monitoreo de medios.</li> <li>- Ruedas de prensa.</li> <li>- Actualización de la web.</li> <li>- Líneas argumentales</li> <li>- Vocerías.</li> <li>- Charlas</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación</li> <li>Gerencia General</li> <li>Gerencia de Exploración</li> <li>Coordinación de Asuntos corporativos y Sustentabilidad</li> <li>Convenios Estratégicos</li> </ul>
No hay un buen clima laboral	Campañas internas para motivar a los trabajadores y generar sentido de pertenencia con la institución	Cambio de actitud por parte de los trabajadores	Público interno	Dentro de la Enami Ep somos una familia y trabajamos en conjunto por el bienestar de la Empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mailing</li> <li>- Whatsapp</li> <li>- Eventos internos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Directo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mensajes motivadores.</li> <li>- Mensajes por sus cumpleaños.</li> <li>- Actividades por día de la madre, padre, etc</li> </ul>	Mensual	\$0	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicación</li> <li>Talento Humano</li> <li>Seguridad y Salud Ocupacional</li> </ul>

# Justificación del presupuesto

PROYECTO	NOMBRE ITEM PRESUPUESTARIO	DETALLE DE ACTIVIDAD	POR EJECUTAR	AVANCES
Gasto Corriente	Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones	Adquisición de artículos promocionales	3.000,00	Se solicitará a la Secretaría General de Comunicación de la Presidencia la actualización del Plan Estratégico de Comunicación con los valores y actividades detalladas e iniciar con el proceso de ínfima cuantía de los siguientes productos: block de notas, actualización de la señalética corporativa, libretas, gorras, lona para el backing tipo araña, toma todos, carpetas institucionales, llaveros, esferos, carteleras institucionales informativas y mantenimiento del stand para ferias.
Gasto Corriente	Eventos Públicos Promocionales	Participación en ferias	12.122,00	
UNACOTA	Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones	Adquisición de material promocional e impresión	1.000,00	Se realizará la adquisición de " <b>Bolsos con cordón con logo institucional</b> " que se encuentra en proceso de contratación por catálogo electrónico
PROYECTO DE PEQUEÑA MINERÍA CAMPANILLAS	Materiales de Impresión, Fotografía, Reproducción y Publicaciones	Adquisición de material promocional e impresión	1.000,00	Se realizará la adquisición de " <b>Cuadernos con motivo minero para territorio</b> " que se encuentra en proceso de contratación por ínfima cuantía.
PROYECTO DE DESARROLLO MINERO LLURIMAGUA-CORONAS			1.500,00	
<b>TOTAL</b>			<b>18.622,00</b>	