



Resolución Ministerial

Lima, 02 FEB. 2018

N° 034-2018-MIDIS

VISTOS:

El Informe N° 001-2018-MIDIS/SG/OGCE, de la Oficina General de Comunicación Estratégica; el Informe N° 12-2018-MIDIS/SG/OGPPM, de la Oficina General de Planeamiento, Presupuesto y Modernización; y el Informe N° 019-2018-MIDIS/SG/OGAJ, de la Oficina General de Asesoría Jurídica;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, se establecieron los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 2 de la precitada Ley, se entenderá por publicidad institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, el literal a) del artículo 3 de la citada Ley N° 28874, establece que bajo la responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe contar con un Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 48 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, aprobado mediante Decreto Supremo N° 006-2017-MIDIS, la Oficina General de Comunicación Estratégica tiene entre sus funciones "Dirigir y desarrollar actividades de comunicación social y campañas comunicacionales, en coordinación con los órganos de línea competentes en su materia"; así como "Controlar y aprobar todo tipo de impresos, campañas, avisos y spots publicitarios que se realicen por encargo del Ministerio";

Que, en el marco de sus funciones, la Oficina General de Comunicación Estratégica ha propuesto la aprobación del "Plan de Estrategia Publicitaria 2018" del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, con el objetivo de promover un modelo de comunicación para el desarrollo con enfoque en la ciudadanía, interculturalidad y género; implementar una comunicación que contribuya a posicionar las intervenciones efectivas y articuladas del Sector Desarrollo e Inclusión Social; contribuir a garantizar el derecho y el acceso a la información pública a todos los ciudadanos; promover el diálogo, como una dimensión estratégica, facilitadora y articuladora de las estrategias de comunicación; así como desarrollar sistemáticamente un trabajo articulado entre la Oficina General de Comunicación Estratégica de la Sede Central con los Programas Nacionales a cargo de este Ministerio;

Que, mediante el Informe N° 12-2018-MIDIS/SG/OGPPM, la Oficina General de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, ha emitido opinión favorable a la aprobación de la propuesta de "Plan de Estrategia Publicitaria 2018" del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social;





Que, en tal sentido resulta necesario aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2018" del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social;

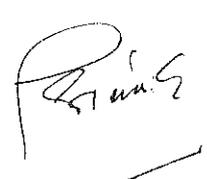
De conformidad con la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal; la Ley N° 29792, Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social; y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 006-2017-MIDIS;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2018" del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Disponer la publicación de la presente resolución y su anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (www.midis.gob.pe).

Regístrese y comuníquese.



.....
Jorge Enrique Meléndez Celis
MINISTRO DE DESARROLLO E INCLUSION SOCIAL



PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018



/MidisPeru



TABLA DE CONTENIDOS

1. Introducción	Página 02
2. Base Legal	Página 03
3. Enfoque Estratégico del Sector	Página 03
4. Objetivos del Plan	Página 05
5. Ámbito de Aplicación	Página 05
6. Estrategia de Implementación	Página 05
7. Instrumentos para la Medición de Resultados	Página 06
8. Responsabilidades	Página 07





PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2018 Ministerio de Desarrollo e Inclusion Social

1. INTRODUCCIÓN

La creación del Ministerio de Desarrollo e Inclusion Social (MIDIS) marcó un hito en la política social del Perú por cuanto, conforme a su ley de creación, le corresponde ejercer la rectoría de las políticas de desarrollo e inclusion social, teniendo como mandato formular, planear, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar las políticas nacionales y sectoriales destinadas a reducir la pobreza, las desigualdades, las vulnerabilidades y los riesgos sociales, en aquellas brechas que no pueden ser cerradas por la política social universal, regular, de competencia sectorial. De este modo, orienta el conjunto de acciones del Estado peruano en materia de desarrollo e inclusion social, a través de la articulación intergubernamental e intersectorial en el marco del Sistema Nacional de Desarrollo e Inclusion Social (SINADIS), del cual constituye ente rector.

En esa línea, la labor del MIDIS consiste en desencadenar procesos encaminados a la inclusion social, entendida como la situación en la que todos los ciudadanos y ciudadanas del conjunto del país puedan ejercer sus derechos, acceder a servicios públicos de calidad, participar en la comunidad nacional en condiciones de igualdad y contar con las capacidades esenciales para aprovechar las oportunidades que abre el crecimiento económico.

En esa línea, es preciso señalar que en el marco de la Comisión Interministerial de Asuntos Sociales (CIAS), cuya Secretaría Técnica recae en el MIDIS, se ha aprobado las Prioridades Nacionales de la Política Social para el periodo 2016-2021, así como los Indicadores Sociales Emblemáticos 2016-2021; los cuales se encuentran alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible materia de la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas, que conjuntamente con las recomendaciones formuladas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y la Política General de Gobierno al 2021, constituyen el principal marco orientador en términos estratégicos del Sector Desarrollo e Inclusion Social.

Asimismo, el sector se encuentra en proceso de actualización de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusion Social (PNDIS), la cual tiene como precedente a la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusion Social "Incluir para Crecer" (ENDIS), aprobada mediante Decreto Supremo N° 008-2013-MIDIS; así como a la Estrategia de Acción Social con Sostenibilidad (EASS) dirigida a la población de las comunidades nativas de la Amazonía.

Además del rol rector/articulador del sector, el MIDIS se apoya en el rol executor de prestaciones a través de los siguientes programas nacionales: Programa Nacional de Apoyo Directo a los más Pobres - JUNTOS; Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - FONCODES; Programa Nacional de Asistencia Solidaria - PENSIÓN 65; Programa Nacional Cuna Más; Programa Nacional de Alimentación Escolar - QALI WARMA; Programa Nacional Plataformas de Acción para la Inclusion Social - PAIS; y Programa Nacional de entrega de la pensión no contributiva a personas con discapacidad severa en situación de pobreza - CONTIGO, bajo el enfoque de presupuesto por resultados.





En efecto, el MIDIS contribuye a que los usuarios de los mencionados programas sociales mejoren sus capacidades y aprovechen las oportunidades que brinda el crecimiento económico, logrando así generar fuentes de ingresos que les permita ser autónomos y salir de la pobreza de manera sostenible. Con ello se busca que los usuarios de los programas sean agentes y socios del progreso de sus hogares, de sus pueblos y del país. El desarrollo y la inclusión social constituyen el mandato conjunto de este esfuerzo institucional.

En dicho contexto, el MIDIS define actividades y metas anuales que se contemplan en el Plan Operativo Institucional - POI 2018, en concordancia con los objetivos estratégicos aprobados a través de la Resolución Ministerial N° 281-2017-MIDIS. Al respecto, la Oficina General de Comunicación Estratégica y las Unidades de Comunicación e Imagen de los programas sociales del MIDIS contribuyen al cumplimiento del Objetivo 8.1 "Optimizar los procesos de apoyo y asesoría para mejorar la efectividad del MIDIS".

Asimismo, el Plan Operativo 2018 de la Oficina General de Comunicación Estratégica contempla como actividad operativa "Plan de Estrategia Publicitaria".

2. BASE LEGAL

- Ley N° 26300, Ley de los Derechos de Participación y Control Ciudadanos.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- Ley N° 29792, Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.
- Decreto Legislativo N° 1044, Decreto Legislativo que aprueba la Represión de la Competencia Desleal.
- Decreto Supremo N° 006-2017-MIDIS, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, modificado por Decreto Supremo N° 008-2017-MIDIS.
- Decreto Supremo N° 043-2003-PCM, Aprueban Texto Único Ordenado de la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Decreto Supremo N° 006-2017-JUS, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Supremo N° 008-2013-MIDIS, que aprueba la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social "Incluir para Crecer", la cual se constituye como Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social mediante Decreto Supremo N° 003-2016-MIDIS.
- Resolución Ministerial N° 281-2017-MIDIS, que aprueban el Plan Operativo Institucional - POI 2018 del Pliego 040 Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

3. ENFOQUE ESTRATÉGICO DEL SECTOR

Las intervenciones del MIDIS, así como sus políticas y estrategias, se han alineado a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible hacia el 2030 de la Organización de las Naciones Unidas.





En este marco, la CIAS aprobó las siguientes Prioridades Nacionales de la Política Social para el periodo 2016-2021:

1. Eliminación de la pobreza extrema y reducción de la pobreza total de 22% a 15% en cinco años.
2. Toda capital de distrito contará con el paquete de servicios básicos: agua, saneamiento, electricidad y telefonía; se incrementará la proporción de hogares del ámbito rural con acceso a agua, saneamiento, electricidad y telefonía.
3. Desarrollo Infantil Temprano – Reducción de la Desnutrición Crónica Infantil (DCI) en menores de 5 años y la Anemia en menores de 3 años.
4. Reducir las brechas de acceso a las oportunidades de desarrollo de las comunidades nativas de la Amazonía.

Asimismo, la CIAS aprobó los Indicadores Sociales Emblemáticos 2016-2021 detallados a continuación:

Indicador	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 *	2017 *	2018 *	2019 *	2020 *	2021 *
Tasa de pobreza extrema (%)	7.6	6.3	6.0	4.7	4.3	4.1	3.4	3.0	2.7	2.3	2.1	1.5
Tasa de pobreza en ámbito urbano (%)	20.0	18.0	16.7	16.1	15.3	14.5	13.5	12.6	11.7	10.7	9.8	9.0
Tasa de pobreza en ámbito rural (%)	61.0	56.1	53.0	48.0	46.0	45.2	43.3	41.3	40.1	39.2	38.5	37.9
Tasa de pobreza total (%)	30.8	27.8	25.8	23.9	22.7	21.8	20.4	19.1	18.0	16.9	15.9	15.0
Tasa de asistencia bruta de niños/as de 3-5 años de edad en algún nivel de la Educación Básica Regular (%)	77.0	77.3	76.9	80.7	82.3	81.7	82.9	84.1	85.3	86.6	87.8	90.0
Tasa de desnutrición crónica (menores de 5 años, OMS) (%)	23.3	19.5	18.1	17.5	14.6	14.4	13.5	13.0	11.4	9.7	8.1	6.0
Tasa de Anemia en niñas y niños de 6 a 36 meses de edad (%)	50.3	41.6	44.5	46.4	46.8	43.5	42.5	37.9	33.2	28.5	23.8	19.0
Mortalidad Neonatal (por 1,000 Nacidos Vivos)	9.0	8.0	9.0	11.0	10.0	10.0	11.0	10.6	10.2	9.8	9.4	9.0
% de adolescentes entre 15 y 19 años que ya son madres o están embarazadas por primera vez	13.5	12.5	13.2	13.9	14.6	13.6	14.6	14.0	13.5	13.0	12.5	12.0
% de hogares con Paquete Integrado de Servicios	58.5	60.5	63.6	64.9	66.3	67.3	69.3	70.8	72.2	73.5	74.8	76.0
% de población con acceso a agua por red pública en ámbito urbano	78.7	79.9	82.7	83.7	85.0	88.3	90.3	92.2	94.2	96.1	98.1	100.0
% de población con acceso a agua por red pública en ámbito rural	36.0	35.3	51.7	53.3	61.0	61.6	63.8	66.0	68.1	70.3	72.4	75.0

(*) Proyección.

En esa línea, los Programas Sociales del MIDIS contribuyen a la consecución de tales resultados.



Considerando que el Estado requiere desarrollar la comunicación pública para garantizar su cercanía con el ciudadano, ésta cumple el rol dinamizador de esta propuesta generadora de narrativas y articulaciones sociales. Por tanto, a fin de construir una apuesta social concordante con los lineamientos de desarrollo e inclusión social, resulta necesario repensar en una comunicación estratégica en el sector público.

Es así que para contribuir al cumplimiento de las nuevas prioridades e indicadores emblemáticos, la Oficina General de Comunicación Estratégica, como órgano de apoyo responsable de la política sectorial de comunicación, es la encargada de formular y gestionar las estrategias de comunicación interna y externa, imagen institucional, protocolo y relaciones públicas; por lo que ha elaborado el presente Plan de Estrategia Publicitaria 2018 del MIDIS, el cual contribuirá al cumplimiento de los objetivos institucionales centrados en los usuarios de los Programas Sociales, y la opinión pública en general; asimismo, se busca promover comportamientos ciudadanos adecuados, así como la promoción de una mejor calidad de vida de las poblaciones en condición de pobreza y vulnerabilidad.

4. OBJETIVOS DEL PLAN

En virtud a lo establecido en el artículo 48 del Decreto Supremo N° 006-2017-MIDIS, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, modificado por Decreto Supremo N° 008-2017-MIDIS, la Oficina General de Comunicación Estratégica tiene entre sus funciones: *“g) Dirigir y desarrollar actividades de comunicación social y campañas comunicacionales, en coordinación con los órganos de línea competentes en su materia”*.

En ese sentido, dicho órgano ha establecido los siguientes objetivos para el Plan de Estrategia Publicitaria 2018:

- Promover un modelo de comunicación para el desarrollo con enfoque en la ciudadanía, interculturalidad y género; con el objetivo de lograr la participación directa de los usuarios de los Programas Sociales e intervenciones del MIDIS en el ámbito nacional, regional y local, respetando los parámetros de la descentralización y la territorialidad.
- Implementar una comunicación que contribuya a posicionar las intervenciones efectivas y articuladas del Sector Desarrollo e Inclusión Social, a fin de mejorar las condiciones de vida de la población.
- Contribuir a garantizar el derecho y el acceso a la información pública a todos los ciudadanos, a fin de garantizar la neutralidad y transparencia de la gestión en temas de inclusión social.
- Promover el diálogo como una dimensión estratégica, facilitadora y articuladora de las estrategias de comunicación para contribuir con la gestión de las políticas sociales y su interrelación permanente con los actores de la sociedad, a fin de sistematizar y generar evidencias para la mejora de futuras intervenciones.
- Desarrollar sistemáticamente un trabajo articulado entre la Oficina General de Comunicación Estratégica de la Sede Central con los Programas Nacionales, a



fin de optimizar recursos y fortalecer las intervenciones sectoriales que generan un mejor impacto en la población y los usuarios de los programas.

5. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El Plan de Estrategia Publicitaria 2018 será de aplicación a nivel nacional por los diferentes órganos y unidades orgánicas de la Sede Central del MIDIS, así como por los Programas Sociales que tiene a su cargo.

6. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN

La Oficina General de Comunicación Estratégica presenta el Plan de Estrategia Publicitaria 2018 que contemplará el marco general para la difusión de campañas en medios de comunicación masivo y alternativo, que incluirán además las plataformas digitales.

Las intervenciones comunicacionales se vinculan a las intervenciones del MIDIS, concebida bajo el enfoque de ciclo de vida, cuyo centro es el hogar, el cual permite acompañar a ciudadanas y ciudadanos en situación de vulnerabilidad a lo largo de su vida e identificar con claridad aquellos servicios y productos a los que debieran acceder de acuerdo con su desarrollo.

Es preciso mencionar que cada una de las campañas cumplirá con los requisitos establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.

Las campañas informativas permitirán la difusión y promoción de mensajes en materia de desarrollo e inclusión social, cuyos temas deberán estar enmarcados en los objetivos estratégicos institucionales del MIDIS, así como en los criterios generales establecidos en el artículo 4 de la citada Ley N° 28874, la cual destaca en sus incisos a, c, d, e y f, los siguientes aspectos:

- a. Hacer referencia a los bienes o productos que comercializa o a los servicios públicos que prestan.
- c. Promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, entre otros.
- d. Informar de las acciones adoptadas en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de recursos naturales y seguridad de la población, entre otros.
- e. Informar la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias; así como para la promoción de la educación y la cultura en todas sus expresiones y de los valores cívicos, entre otros.
- f. Promover la participación ciudadana y la difusión de las leyes.

La definición de los temas y el enfoque de las campañas de la Sede Central y Programas Sociales del MIDIS para el presente año serán aprobadas mediante una Resolución Ministerial, a través de un documento denominado "Plan de Medios", el cual debe observar los requisitos establecidos en los literales b), c) y d) del artículo 3 de la Ley N° 28874.



7. INSTRUMENTOS PARA LA MEDICIÓN DE RESULTADOS

La medición de resultados se desarrollará en todas las etapas de la implementación de las campañas publicitarias y culminará con estudios que permitan estimar el impacto generado en la población objetivo, conforme al detalle descrito en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1: Etapas e instrumentos para la medición de resultados

Etapas	Tipo de estudio	Fuente de información	Indicador
Inicial	Estudios de audiencia que midan el consumo de medios de comunicación según público objetivo.	La Central de medios remitirá los estudios de sintonía de los medios de comunicación que son incorporados al Plan de Medios.	Matriz con estudios de rating, lectoría, seguidores, suscriptores o mediciones similares sobre el consumo de medios masivos y plataformas de información.
Proceso	Informe de monitoreo sobre la difusión de la campaña en los medios de comunicación.	La Central de Medios elaborará el informe de reportes de transmisión de las campañas difundidas.	Informes con resultados de impacto de audiencia de los medios de comunicación.
Resultado	Informe final de la campaña.	La Central de Medios y/o una Empresa encuestadora realizará el informe con los resultados de la campaña.	Informe con los resultados del número de personas de la población objetivo que acceden a los mensajes de las campañas programadas.

8. RESPONSABILIDADES

La Oficina General de Comunicación Estratégica es responsable de la supervisión y el cumplimiento del Plan de Estrategia Publicitaria 2018 del MIDIS. Asimismo, el diseño y ejecución de las campañas comunicacionales de los Programas Sociales serán responsabilidad de cada unidad ejecutora.

