



MINISTERIO DE SALUD



N° 081 -2013/SIS

RESOLUCION JEFATURAL

Lima, 23 ABR 2013

VISTOS: El Informe N° 011-2013-SIS-GA-ECL con Proveído N° 261-2013-SIS/GA de la Gerencia del Asegurado, el Informe N° 004-2013-SIS-SG-OGIIT/SRE con Proveído N° 06-2013-SIS-SG/OGIIT de Secretaría General, el Memorándum N° 137-2013-SIS-OGPPDO de la Oficina General de Planeamiento, Presupuesto y Desarrollo Organizacional y el Informe N° 080-2013-SIS/OGAJ/JIPL con Proveído N° 238-2013-SIS/OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica;

CONSIDERANDO:

Que, el Seguro Integral de Salud (SIS) es un Organismo Público Ejecutor del Ministerio de Salud, creado por Ley N° 27657, Ley del Ministerio de Salud, cuya misión es captar y administrar los recursos destinados al financiamiento de las prestaciones de salud individual, incluidas en los planes de beneficios, con la finalidad de coberturar los riesgos en Salud de la población asegurada a nivel nacional de conformidad con la política del Sector;

Que, el numeral 1.2.1 del artículo 1° de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General establece que los actos de administración interna de las entidades son regulados por cada entidad, con sujeción a las disposiciones del Título Preliminar de dicha Ley y de aquellas normas que expresamente así lo establezcan;

Que, mediante la Primera Disposición Complementaria de la Ley N° 29344, Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud, el Ministerio de Salud quedó autorizado a iniciar el proceso de Aseguramiento Universal en Salud a través de la implementación del PEAS en regiones piloto, siendo que a la fecha son trece (13) Regiones en el país en las que se viene llevando a cabo el proceso de Aseguramiento Universal en Salud, bajo un criterio de gradualidad y progresividad;

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, establece 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, estableciendo en el artículo 3°, que para la autorización de realización de publicidad estatal, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, es requisito cumplir con el Plan de Estrategia Publicitaria;

Que, el numeral 30.2 del artículo 30° del Reglamento de Organización y Funciones del SIS, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-SA, señala que corresponde a la Gerencia del Asegurado diseñar e implementar estrategias de promoción de los regímenes vigentes, que incentive la afiliación y la fidelización, así como el conocimiento de los deberes y derechos de la población beneficiaria;

Que, mediante Resolución Jefatural N° 014-2011/SIS se aprobó la Directiva N° 001-2011-SIS/GO, "Directiva que Regula el Proceso de Afiliación al Régimen de Financiamiento Semicontributivo del Seguro Integral de Salud en el marco del Aseguramiento Universal en Salud - Ley N° 29344";



Que, mediante Resolución Jefatural N° 010-2013/SIS, se aprobó el Plan Operativo Institucional (POI) del Seguro Integral de Salud - SIS, en el cual se encuentra programada la actividad: Plan de Estrategia Publicitaria;

Que, de acuerdo a los documentos de vistos, resulta necesario aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2013" del Seguro Integral de Salud, con el objeto de desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masiva, en aquellas regiones piloto en las que se promueva el fortalecimiento de la afiliación en el Régimen de Financiamiento Semicontributivo (SIS Independiente), así como también promover el ejercicio responsable de los deberes y derechos del asegurado SIS;

Que, el numeral 11.5 del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Integral de Salud, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-SA, precisa que corresponde al Jefe del SIS aprobar las normas, directivas, procedimientos y actividades que posibiliten el cumplimiento de los objetivos institucionales;

Con el visto bueno de la Secretaría General, de la Gerencia del Asegurado, de la Oficina General de Planeamiento, Presupuesto y Desarrollo Organizacional y con la opinión favorable de la Oficina General de Asesoría Jurídica;

De conformidad a lo establecido en el numeral 11.8 del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Integral de Salud, aprobado por Decreto Supremo N° 011-2011-SA;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- APROBAR el "Plan de Estrategia Publicitaria 2013" del Seguro Integral de Salud, que en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2°.- ENCARGAR a la Secretaría General, coordinar con la Oficina General de Tecnología de la Información la publicación de la presente Resolución en la página web del SIS.



Regístrese, Comuníquese.

PEDRO FIDEL GRILLO ROJAS
Jefe del Seguro Integral de Salud (e)

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013



T. Salazar A.



PERÚ

Ministerio
de Salud

Seguro Integral de Salud

DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ
"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA

ÍNDICE

1.- Introducción	Pág. 3
2.- Finalidad	Pág. 4
3.- Objetivo	Pág. 4
4.- Base legal	Pág. 4
5.- Ámbito de aplicación	Pág. 4
6.- Contenido	Pág. 4
6.1 Plan de Estrategia Publicitaria	Pág. 4
6.2 Descripción y justificación de las campañas	Pág. 5
6.3 Propuesta y justificación técnica	Pág. 6
6.4 Presupuesto programado	Pág. 6
7.- Responsabilidades	Pág. 7
8.- Monitoreo	Pág. 7



T.Salazar A



1. INTRODUCCIÓN

El Seguro Integral de Salud - SIS tiene como Visión *"ser la Institución líder en Aseguramiento Universal en Salud en América Latina"* y como Misión *"lograr la cobertura de Aseguramiento Universal en Salud y asegurar la protección financiera y oportuna de su población objetivo, que permita recibir una prestación de servicios de salud de calidad y digna"*.

El Seguro Integral de Salud - SIS está vinculado con la Décimo Tercera Política de Estado del Acuerdo Nacional: Acceso Universal a los servicios de Salud y a la Seguridad Social; con el precepto de Igualdad de Oportunidades y acceso universal a los servicios básicos del Plan Bicentenario: El Perú al 2021; con el 3er. Lineamiento de Política del Plan Nacional Concertado: el Aseguramiento Universal; y, finalmente, con el 2do. Eje estratégico del MINSA: Garantizar que la población acceda a una atención de calidad con énfasis en la población más vulnerable.

Los nuevos retos impuestos al Seguro Integral de Salud – SIS, en su calidad de Institución Administradora de Fondos de Aseguramiento en Salud – IAFAS, lo obligaron a adecuar sus funciones y a cambiar su estructura orgánica, para adaptarla a su nuevo marco de regulación, la Ley N° 29344, Ley Marco del Aseguramiento Universal en Salud.

Es así que, mediante Decreto supremo N° 011-2011-SA se aprueba el Reglamento de Organización y funciones del Seguro Integral de Salud – SIS, y, con el fin de dar cumplimiento a sus funciones, se establece como estructura orgánica a la Alta Dirección, el Órgano de Control Institucional, los Órganos de Asesoramiento, los Órganos de Apoyo y los Órganos de Línea (entre ellos la Gerencia del Asegurado).

La Gerencia del Asegurado *"es el órgano de línea responsable de planear, organizar, dirigir y controlar los procesos de afiliación y fidelización de los asegurados..."*

Tiene entre sus funciones:

- (30.2) *Diseñar e implementar estrategias de promoción de los regímenes vigentes, que incentiven la afiliación y fidelización, así como el conocimiento de los deberes y derechos de la población beneficiaria.*
- (30.4) *Proponer y ejecutar las políticas y estrategias de promoción de los regímenes de financiamiento vigentes.*



Se elabora el presente documento con la finalidad de dar cumplimiento a lo establecido por la Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal, que define como *"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 otros, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias"*.

El Plan de Estrategia Publicitaria contempla las actividades de difusión masiva, a través de medios radiales, orientadas al público objetivo del SIS Independiente y a la promoción de los deberes y derechos de los asegurados SIS; lo cual permitirá



contribuir al logro de los objetivos institucionales promoviendo la afiliación a esta modalidad de aseguramiento y el ejercicio de los derechos y deberes del asegurado SIS.

2. FINALIDAD

Contribuir, a través de la difusión de mensajes en medios de comunicación masiva, a la formación de una cultura de aseguramiento en salud que contribuya al fortalecimiento de las afiliaciones para el SIS Independiente, así como lograr que los actuales asegurados conozcan y ejerzan sus deberes y derechos.

3. OBJETIVO

Desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masiva, en las que se promueva el fortalecimiento de la afiliación en el SIS Independiente así como también promover el ejercicio responsable de los Deberes y Derechos de los afiliados al SIS.

4. BASE LEGAL

- Ley N° 26842, Ley General de Salud.
- Ley N° 27744, Ley de Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 27657, Ley del Ministerio de Salud.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 29156, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N° 29344, Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud.
- Decreto Supremo N° 008-2010-SA que aprueba el Reglamento de la Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud.
- Decreto Supremo N° 011-2011-SA que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Integral de Salud.

5. ÁMBITO DE APLICACIÓN

La aplicación de las acciones contempladas en el presente documento tendrá un alcance masivo especialmente en las zonas AUS, para lo cual se contará con la activa participación de las respectivas Unidades Desconcentradas Regionales del SIS.

6. CONTENIDO

6.1. PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA

El Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Seguro Integral de Salud, establece que la Gerencia del Asegurado es el órgano de línea encargado de diseñar e implementar estrategias de promoción de los regímenes vigentes, que incentive la afiliación y fidelización, así como el conocimiento de los deberes y derechos de la población beneficiaria.

En tal sentido, la Gerencia del Asegurado elabora el presente documento, que contiene la propuesta de dos campañas de comunicación que incluyen actividades en medios de difusión masiva: Campaña SIS Independiente y Campaña de Deberes y Derechos. Es preciso señalar que cada una de estas campañas propuestas cumple con los requisitos establecidos en la Ley N 28874, ley de Publicidad Estatal, que señala en su artículo 4, inciso a) *Hacer referencia a los bienes o productos que comercializan o a los servicios públicos que prestan* e inciso c) *promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, etc.*



T. Salazar A



El último inciso citado hace referencia a uno de los principales objetivos que persigue el Seguro Integral de Salud: la promoción de una cultura de prevención, es decir, la creación de una cultura de aseguramiento en salud. En ese sentido, amparados por la Ley, se propone la aprobación del presente documento con el fin de utilizar los medios más eficaces para proteger la salud de la población menos favorecida.

6.2 DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS

6.2.1. Campaña SIS Independiente

Según lo indicado por el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH), entidad que pertenece al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), del total de trabajadores independientes sin seguro (aproximadamente tres millones de personas), sólo el 4% muestra predisposición a adquirir uno. Una de las explicaciones para ello es la escasa cultura de aseguramiento en la población. Para contribuir en la promoción del SIS Independiente, la campaña de comunicaciones propuesta permitirá informar adecuadamente a la población objetivo sobre las ventajas y conveniencia de contar con un seguro de este tipo.

Objetivo: Promover el acceso y afiliación al Régimen de Financiamiento Semicontributivo, a aquellos trabajadores independientes que no cuenten con un seguro de salud.

Público Objetivo: Trabajadores independientes que no cuenten con un seguro de salud y que posean una limitada capacidad de pago.

Mensaje específico de la campaña: trabajadores independientes cuentan con la posibilidad de obtener un seguro de salud para ellos y sus familias.

Fecha prevista: se propone la realización de esta campaña para el tercer trimestre del 2013.

Medios: contempla la difusión de un spot radial.

Duración: 28 días

Presupuesto: S/. 500,000.00 Nuevos Soles

Responsabilidad: la Gerencia del Asegurado, es responsable de ejecutar esta campaña.

6.2.2. Campaña de Deberes y Derechos

En concordancia con la normatividad vigente, el Seguro Integral de Salud busca promover el ejercicio responsable de los derechos y deberes de los asegurados SIS, a través del diseño y ejecución de estrategias de comunicación orientadas a generar el empoderamiento de la población beneficiaria.

Bajo estas consideraciones, y en concordancia con los lineamientos de Política de Promoción de la Salud que plantea *"la salud de todos los hombres y mujeres del país (...) se expresará en el fortalecimiento de los derechos ciudadanos, así como en el establecimiento de mecanismos equitativos de*



T. Salazar A.



accesibilidad", y que recalca la necesidad de que "todas las personas tengan las mismas oportunidades para desarrollar y mantener su salud, mediante un acceso justo a recursos sanitarios", es que se plantea la presente campaña de difusión.

Objetivo: Promover el ejercicio de los derechos y deberes entre la población asegurada al SIS.

Público Objetivo: Familias y ciudadanos afiliados al SIS a través de cualquiera de sus modalidades de aseguramiento.

Mensaje específico de la campaña: cuando los asegurados conocen y ejercen sus derechos y deberes obtienen una mejor atención.

Fecha prevista: se propone la realización de esta campaña entre el segundo y tercer trimestre del 2013.

Medios: contempla la difusión de un spot radial.

Duración: 45 días.

Presupuesto: S/. 750,000.00 Nuevos Soles

Responsabilidad: la Gerencia del Asegurado, es responsable de ejecutar esta campaña.

6.3 PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA

Para la difusión de los mensajes se ha elegido la radio, con lo que se estima llegar de la mejor manera al público objetivo.

La radio

Es un medio de comunicación versátil que tiene muchas posibilidades de recepción, ya que es escuchada en el hogar, en el centro de trabajo o en el trayecto hacia algún lugar mientras se utiliza un medio de transporte.

Como medio de comunicación, la radio brinda la oportunidad de alcanzar un mercado mucho más amplio y diverso, con menor presupuesto del que se requiere en otros medios, especialmente en el interior del país.

En su selección se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Emisoras con alto nivel de audiencia, según público objetivo del producto respectivo.
- Se debe seleccionar también el vehículo adecuado, es decir, el programa o segmento más escuchado por el público objetivo.

6.4. PRESUPUESTO PROGRAMADO

Se adjunta el cuadro presupuestal que corresponde a las dos campañas de difusión en radio programadas para el presente año.

PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD MASIVA 2013 (ZONAS AUS)					
N°	Campaña	Radio	TV	Prensa Escrita	Total S/.
1	SIS INDEPENDIENTE Producción y Difusión de spot radial de 25"	500,000	-	-	500,000





PERÚ

Ministerio
de Salud

Ministerio de Salud
Instituto de Promoción y
Protección de la Salud

DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ
"Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria"

2	DEBERES Y DERECHOS Difusión de spot radial	750,000	-	-	750,000
TOTAL					1'250,000

7. RESPONSABILIDADES

El Plan de Estrategia Publicitaria 2013 será aplicado por la Gerencia del Asegurado, por ser el órgano de línea que cuenta con presupuesto destinado a publicidad masiva.

8. MONITOREO

	ACTIVIDAD	INDICADOR DE RESULTADOS	FUENTE DE VERIFICACIÓN
Publicidad Radial	Producción y Difusión Radial SIS Independiente	N° spots radiales emitidos	- Spot radial - Informe
	Difusión Radial Derechos y Deberes SIS	N° de spots radiales emitidos	- Spot radial - Informe.



T. Salazar A.