



Resolución Ministerial No. 054-2021-TR

Lima, 29 de marzo de 2021

VISTOS: El Informe N° 0026-2021-MTPE/4.1 de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional; el Memorando N° 0140-2021-MTPE/4/9 de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto; y el Informe N° 0196-2021-MTPE/4/8 de la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo 15 del Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, establece que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es la unidad orgánica dependiente de la Secretaría General encargada de proponer y ejecutar la Estrategia y Política Comunicacional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo; así como de gestionar un sistema de comunicación articulado e integral que contribuya de manera oportuna y eficiente con los objetivos de política sectorial;

Que, de acuerdo con lo señalado en el numeral 7.5 de la Directiva General N° 011-2016-MTPE/4, Directiva para el Procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de Comunicación e Imagen Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobada por Resolución del Secretario General N° 350-2016-TR/SG, es responsabilidad de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional elaborar y proponer el Plan de Comunicaciones Anual del MTPE, el que es aprobado durante el primer trimestre del año fiscal;

Que, mediante Informe N° 0026-2021-MTPE/4.1, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional eleva la propuesta del Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, con la finalidad de contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes de la institución y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y del Gobierno a la ciudadanía;

Que, la propuesta del Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo está alineada con el Objetivo Estratégico Sectorial (OES) 6: "Implementar un efectivo modelo de gestión sectorial centrado en el ciudadano", del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2023 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo, cuya extensión de horizonte fue aprobada por el artículo 1 de la Resolución Ministerial



N° 115-2020-TR; y con el Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 8: "Mejorar el modelo de gestión institucional centrado en el ciudadano" del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2023 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, cuya extensión de horizonte fue aprobada por el artículo 2 de la Resolución Ministerial N° 115-2020-TR;

Que, a través del Memorando N° 0140-2021-MTPE/4/9, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto remite y hace suyos el Informe N° 0056-2021-MTPE/4/9.1 de la Oficina de Planeamiento e Inversiones y el Informe N° 0095-2021-MTPE/4/9.2 de la Oficina de Presupuesto, las cuales emiten opinión técnica favorable a la propuesta del Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo;

Que, en tal sentido, resulta necesario aprobar el Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo;

Con las visaciones de la Secretaría General, de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, y de la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; la Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo; y el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR;

SE RESUELVE:

Artículo 1. Aprobar el Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el que, en Anexo adjunto, forma parte integrante de la presente Resolución.

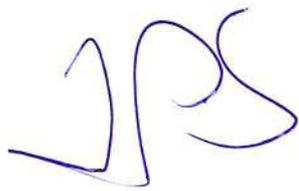
Artículo 2. Disponer que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional se encargue de supervisar y monitorear el cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, debiendo informar semestralmente a la Secretaría General sobre los avances de las actividades programadas en el referido Plan.



Resolución Ministerial No. 054-2021-TR

Artículo 3. Disponer la publicación de la presente resolución y de su Anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (www.gob.pe/mtpe), siendo responsable de dicha acción la Oficina General de Estadística y Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Regístrese y comuníquese.



JAVIER EDUARDO PALACIOS GALLEGOS
Ministro de Trabajo y Promoción del Empleo





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

Plan de Comunicaciones 2021

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

CONTENIDO

I. PRESENTACIÓN.....	3
II. DIAGNÓSTICO.....	4
III. BASE LEGAL.....	10
IV. FINALIDAD.....	11
V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA.....	11
VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.....	12
VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN.....	12
VIII. OBJETIVOS.....	14
___Objetivo General.....	14
___Objetivos Específicos.....	14
IX. PÚBLICO OBJETIVO.....	15
X. ESTRATEGIAS.....	17
XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES.....	22
XII. PROGRAMACIÓN DE METAS E INDICADORES.....	24
XIII. RESULTADOS.....	25
XIV. ÓRGANO RESPONSABLE.....	26
XV. IMPLEMENTACIÓN.....	27
XVI. VIGENCIA.....	27
XVII. FINANCIAMIENTO.....	27
XVIII. ANEXOS.....	28





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

PLAN DE COMUNICACIONES 2021

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

I. PRESENTACIÓN

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) promueve un empleo decente y productivo, así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo el diálogo social y la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.

Entre las funciones sectoriales vinculadas a dichas materias, tenemos:

- Diseña, conduce y supervisa los sistemas funcionales en el ámbito de trabajo y promoción del empleo, asegurando el cumplimiento de políticas públicas de acuerdo a las normas de la materia.
- Asimismo, impulsa la formalización laboral, a través de información y asesoramiento para contribuir con la creación y desarrollo de empleo decente, en concordancia con las políticas de desarrollo productivo y sostenible de la economía.
- También, promueve la mejora de las competencias laborales para incrementar la empleabilidad de la población en edad de trabajar, con énfasis en la población juvenil y otras poblaciones vulnerables, y acorde a la demanda real del mercado laboral y a las perspectivas de desarrollo económico del país.
- Así como, promueve y fortalece el diálogo social como uno de los instrumentos eficaces para lograr la concertación laboral tripartita, que fomente la productividad y promueva el empleo decente, estableciendo una sólida base para el desarrollo sostenible del país.

En ese contexto, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) del MTPE como órgano encargado de gestionar la comunicación institucional, tiene un papel importante en la difusión de los servicios y programas laborales del ministerio. De esta manera, la OCII es el área encargada de diseñar y proponer la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes.

Asimismo, según se indica el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del MTPE aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, la Oficina de Comunicación e





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

Imagen Institucional es la encargada de elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del ministerio.

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional desarrolla planes y actividades de comunicación y en el proceso realiza un trabajo conjunto con los diferentes órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE.

En ese sentido, la OCII propone el presente Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo el que considera estrategias y actividades comunicacionales con la finalidad de difundir los beneficios de los programas, servicios y actividades que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a la ciudadanía.

II. DIAGNÓSTICO

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de acuerdo al Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, tiene entre sus funciones: *“Diseñar y proponer la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes”*; y de *“elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del ministerio”*.

En ese sentido, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional cuenta con lineamientos de comunicación e imagen institucional que contempla las siguientes acciones:

- Elaboración de la estrategia de comunicación de la información y acciones a difundir.
- Desarrollo de acciones de prensa.
- Administración de las redes sociales.
- Asesoramiento de eventos institucionales, relaciones públicas y protocolo.
- Identidad Corporativa e Imagen Institucional.
- Elaboración y difusión de mensajes internos y externos.
- Comunicación externa y publicidad estatal.
- Asesorar comunicacionalmente en la investigación e informes técnicos.

Durante el 2020, la OCII desarrolló un Plan de Comunicaciones que tuvo la finalidad de contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE y del Gobierno a la ciudadanía.

Asimismo, como objetivo general, se consideró fortalecer el posicionamiento del MTPE entre sus distintos grupos de interés, a fin de que sea reconocida por la ciudadanía como una institución del Estado eficiente y efectiva, que se encarga de promover el empleo decente, inclusivo y productivo, así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales en condiciones de diálogo social y relaciones laborales armoniosas, y responsabilidad social empresarial laboral.

Se reportó trimestralmente a la Secretaría General los avances en relación a las metas propuestas en el Plan de Comunicaciones 2020. Asimismo, la OCII desarrolló el Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2020 del MTPE que propuso difundir dos campañas publicitarias relacionadas al Bono Familiar Universal y a la plataforma digital Empleos Perú. Asimismo, se señala que durante el 2020 hubo restricciones de publicidad estatal por reglamento del Jurado Nacional de Elecciones en periodo electoral y se realizaron los trámites correspondientes para obtener las autorizaciones previas a la difusión de publicidad estatal.

Por otro lado, la programación de actividades operativas de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional contenidas en el Plan Operativo Institucional (POI) 2021 del MTPE vigente considera actividades que son parte de las acciones propias y diarias de la oficina, las que están orientadas a comunicar los programas y servicios del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, estas son las actividades operativas de la OCII contenidas en el POI 2021 del MTPE:

- Ejecución de actividades definidas en el Plan de Comunicaciones.
- Organización y soporte de eventos institucionales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas.
- Elaboración de informe de generación de información periodística y redes sociales, difusión de actividades del sector.

Durante la implementación del Plan de Comunicaciones 2020 se obtuvieron los siguientes resultados de enero a diciembre 2020 en la difusión de los diversos temas relevantes del MTPE





PERÚ

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

tales como acoso sexual laboral, derechos laborales, certificado único laboral, programas promotores como Trabaja Perú, Jóvenes Productivos, Impulsa Perú, entre otros temas:

- 1 Plan de Estrategia Publicitaria aprobado mediante Resolución Ministerial N° 218-2020-TR.
- 182 notas de prensa publicadas y difundidas.
- 29 convocatorias de prensa.
- 327 entrevistas difundidas.
- 9 864 impactos positivos en medios de comunicación.
- 248 eventos cubiertos con difusión de prensa y organización de protocolo.
- 49 eventos internos y externos cubiertos con soporte audiovisual (video y fotografía).
- 2 632 publicaciones en redes sociales.
- 34 237 consultas virtuales respondidas.
- 221 videos producidos y difundidos en redes sociales.
- 165 spots elaborados y difundidos.
- Desde el inicio de las redes sociales oficiales hasta diciembre 2020, tenemos:
Facebook: 1 291 219 total de fans / Twitter: 287,7 mil seguidores / YouTube: 27 000 suscriptores.
- 1722 diseños de material comunicacional, 1341 diseños para redes sociales, 520 diseños para actividades internas.

Si se realiza un cuadro comparativo de los resultados obtenidos en el 2020 bajo el contexto del Estado de Emergencia (COVID-19) frente al 2019 bajo contexto normal se puede indicar:

Ítems	2019	2020
Plan de Estrategia Publicitaria.	0	1
Notas de prensa publicadas y difundidas.	380	182
Convocatorias de prensa.	50	29
Entrevistas difundidas.	108	327
Impactos positivos en medios de comunicación.	6 138	9 864
Eventos cubiertos con difusión en prensa y protocolo	204	248
Eventos cubiertos con soporte audiovisual	228	49
Publicaciones en redes sociales.	2 861	2 632
Consultas virtuales respondidas.	13 348	34 237
Videos producidos y difundidos en redes sociales	168	221
Spots elaborados y difundidos.	94	165
Diseños de material comunicacional	3 447	3 583



En comparación 2019 y 2020, se ejecutó el Plan de Estrategia Publicitaria con la campaña “Bono Familiar Universal”, a pesar que en el 2019 hubo mayor cantidad de entrevistas y notas de



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

prensa publicadas, en el 2020 se obtuvo un mayor impacto positivo en medios de comunicación. Debido al Estado de Emergencia Sanitaria (COVID-19) hubo un número menor eventos cubiertos con soporte audiovisual (foto y video), y se incrementó la atención de consultas virtuales en redes sociales. Asimismo, en el 2020 se incrementó la elaboración de spots para redes sociales y el diseño de materiales de comunicación.

Se desarrollaron 9 campañas de comunicación social en el 2020: A nivel externo, Día de la Lucha contra el Hostigamiento Sexual Laboral, Yo Trabajo Sano y Seguro, Trabajo infantil, Lactarios institucionales, y Bono Familiar Universal. A nivel interno, Integridad y Lucha contra la corrupción, Ecoeficiencia, Política Antisoborno y Sistema de Control Interno. De estas campañas se obtuvieron los siguientes resultados:

1. La OCII ejecutó las acciones previstas en el plan para el Día de la Lucha contra el Hostigamiento Sexual en el Ámbito Laboral y otras acciones de sensibilización y difusión de los derechos laborales de las trabajadoras en gestación, en período de lactancia o en situación de discriminación laboral por género. La campaña por el 27 de febrero, a nivel interno utilizó mailing y afiches A3 que lograron informar a alrededor de 960 personas entre trabajadores y modalidades formativas del ministerio. A nivel externo, en la campaña de comunicación por el Día de la Lucha contra el Hostigamiento Sexual en el Ámbito Laboral, se logró desarrollar diversas piezas gráficas y material impreso que brindaron mensajes sobre el acoso laboral como forma de violencia y posicionamiento de la línea gratuita 1819 del servicio Trabaja sin Acoso. La OCII también elaboró dos notas de prensa sobre la pasantía de los funcionarios regionales y el pacto firmado en favor de la lucha contra el hostigamiento en el ámbito laboral, a través de medios impresos y web consiguiendo apariciones con una valorización de US\$ 1153.03 a costo cero para el ministerio. En redes sociales, se logró difundir mensajes sobre la campaña por el Día de la Lucha contra el Hostigamiento Sexual en el Ámbito Laboral, a través de las cuentas oficiales del MTPE en Facebook, Twitter e Instagram. La campaña obtuvo 241 664 personas alcanzadas y 11 595 interacciones (reacciones, comentarios y compartidos).
2. La campaña orgánica “Yo Trabajo Seguro” posterior a la pandemia se denominó “Yo Trabajo Sano y Seguro”. En prensa entre marzo y julio 2020, a través de medios impresos, radiales, televisivos y web se consiguió apariciones con una valorización de \$33,262.77 a costo cero





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

para el ministerio. Asimismo, en redes sociales obtuvo 2,308,286 personas alcanzadas o impresiones; 25 796 interacciones (reacciones, comentarios y veces compartidas); y, 29 653 reproducciones del video elaborado para la campaña.

3. La campaña orgánica “Contra el Trabajo Infantil” tuvo difusión en mediante notas de prensa y redes sociales. Asimismo, se elaboró un video para el día central y se realizó transmisiones en vivo en Facebook Live. En redes sociales obtuvo 375 214 personas alcanzadas o impresiones; 2,495 interacciones (reacciones, comentarios y veces compartidas); y, 22 572 reproducciones del video elaborado para la campaña.
4. La campaña orgánica “Sí se puede trabajar y dar de lactar” tuvo difusión en mediante notas de prensa y redes sociales. Asimismo, se elaboró un video para el día central y se realizó transmisiones en vivo en Facebook Live. En redes sociales obtuvo 146 725 personas alcanzadas o impresiones; 642 interacciones (reacciones, comentarios y veces compartidas); y, 6585 reproducciones del video elaborado para la campaña.
5. En relación a la campaña del Bono Familiar Universal (BFU) y de acuerdo a los datos brindados por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministro en relación a la encuesta de opinión pública DATUM de una muestra de 1205 encuestas efectivas entre el 19 al 22 de octubre de 2020, el 90% de los encuestados indicó que había escuchado o visto algo sobre el Bono Familiar Universal (BFU) que el gobierno entrega a los hogares afectados económicamente por la crisis del coronavirus (COVID-19). Asimismo, mencionan que se informaron del BFU por televisión, 75%; redes sociales, 70%; página web, 42%; diarios, 36%; radio, 35% y boca a boca, 25%. A la pregunta, ¿Has visto o escuchado el spot o video "No vayas al banco" en el que participa el artista Pablo Villanueva, "Melcochita" que refleja el conocimiento del spot “No vayas al banco”, el 71% de los encuestados manifestó haberla visto o escuchado.
6. Las campañas de “Integridad y Lucha contra la corrupción”, “Ecoeficiencia”, “Política Antisoborno”, “Sistema de Control Interno”, “Yo Trabajo Seguro”, “Contra el Trabajo Infantil” y “Sí se puede dar de lactar” fueron implementadas a nivel interno con e-mailing, web banner en intranet y paneles informativos, y se logró informar a 1000 personas entre





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

trabajadores y colaboradores del ministerio con mensajes específicos de las campañas en mención.

Para conocer las necesidades de comunicación de las diferentes instancias del ministerio, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional solicitó en octubre 2020 los requerimientos de comunicación y publicidad para el 2021, los que se han organizado por objetivos estratégicos sectoriales.

Cabe indicar, que a pesar del seguimiento realizado no todos los programas remitieron sus propuestas de plan de comunicaciones; sin embargo, se les brindará y asesorará en temas de comunicación e imagen institucional durante el 2021.

La gestión actual propone los siguientes ejes temáticos:

- Formalización laboral y productividad.
- Inserción juvenil al mercado laboral
- Diálogo social
- Empleo inclusivo y protección de los derechos laborales
- Promoción del empleo y la empleabilidad.
- Servicios de calidad para la ciudadanía.
- Acoso sexual laboral.
- Fiscalización laboral.



Al tener en cuenta los ejes temáticos, estos se concretizan en diversos temas relevantes para el ministerio que tendrán que ser desarrollados con planes de comunicación específicos, los mismos que podrían ampliarse de acuerdo a la coyuntura y/o efemérides (Anexo 2). A continuación, se indican los siguientes temas relevantes para el 2021:

- Promoción del empleo.
- Seguridad y salud en el trabajo.
- Día de la Lucha contra el hostigamiento sexual en el ámbito laboral.
- Inspección laboral.
- Formalización laboral.
- Certificado único laboral.



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- Servicios Virtuales del MTPE.
- Bolsa de Trabajo.
- Ponte en carrera y Proyecta tu futuro.
- Relanzamiento de los Centros de Empleo en 3 regiones del país (Arequipa, Ica y San Martín).
- Programas: Trabaja Perú y Programa Nacional para la Empleabilidad.
- Reuniones macrorregionales: Sunafil y CNTPE.
- Centro Integrado de Formalización Laboral.
- Día Internacional de las Trabajadoras del Hogar.
- Condecoración de la Orden del Trabajo en el Día Internacional de los Trabajadores.
- Día Mundial contra el Trabajo Infantil.
- Lactarios institucionales.
- Plataforma digital Empleos Perú.
- Acoso sexual laboral.
- Difusión de capacitaciones en temas laborales.
- Acciones en región asignada: San Martín.

Asimismo, es necesario indicar que para la elaboración de la presente propuesta, se han considerado actividades, indicadores y metas de comunicación en el contexto de Estado de Emergencia (COVID-19), así como también en el contexto del cambio de Gobierno.



III. BASE LEGAL

- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 01-2019-PCM/SCS, que aprueba el “Manual de Estilo de Redes Sociales para el Poder Ejecutivo”.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 02-2019-PCM/SCS, que modifica la Directiva N° 002-2018-PCM/SCS “Lineamientos para la difusión de publicidad estatal en redes sociales y procedimiento de reporte posterior al Jurado Nacional de Elecciones en



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

periodo electoral”.

- Resolución Ministerial N° 115-2020-TR, que aprueba la Extensión del Horizonte del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2023 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo, y la Extensión del Horizonte del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2023 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, que aprueba el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 009-2016- MTPE/4, que aprueba la Directiva del Procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y su modificatoria.
- Resolución del Secretario General N° 350-2016-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 11-2016- MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicaciones e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y su modificatoria.
- Resolución del Secretario General N° 067-2017-TR/SG que aprueba el Manual de Identidad Corporativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N° 001-2021-TR, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2021 consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.



IV. FINALIDAD

Contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE y del Gobierno a la ciudadanía.

V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo es el ente rector en materia de desarrollo y evaluación de las políticas socio laborales de trabajo y promoción de la empleabilidad e inserción laboral, el autoempleo y el trabajo decente a nivel nacional, garantizando el cumplimiento de la



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

normativa laboral vigente, la prevención y solución de conflictos, la mejora de las condiciones de trabajo y el respeto de los derechos fundamentales del trabajador para el progreso de nuestras empresas en beneficio del desarrollo socioeconómico del país, en un marco democrático y de diálogo social.

En ese sentido, la Oficina de Comunicación e Imagen institucional propone el presente Plan de Comunicación para contribuir a la difusión de la promoción del empleo decente y productivo, así como el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales en la población, a través del fortalecimiento del diálogo social y, la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, en el marco de un modelo de gestión institucional centrado en el ciudadano, tal como lo indica su misión.

El presente Plan de Comunicación 2021 se alinea con el Objetivo Estratégico Sectorial 6: "Implementar un efectivo modelo de gestión sectorial centrado en el ciudadano", del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2023 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 115-2020-TR. Asimismo, responde al Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 8: "Mejorar el modelo de gestión institucional centrado en el ciudadano" del PEI 2017-2023 del MTPE, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 115-2020-TR.



VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

El ámbito de intervención es a nivel nacional.

VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

Para desarrollar una labor comunicación integral para el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo se requiere tener en cuenta los siguientes enfoques:

- Enfoque de derechos

Basado en el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo el diálogo social y la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- Enfoque de género
Se propone entender el género como categoría transversal en todo el proceso comunicativo; es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean tratados con perspectiva de género.
- Enfoque de apropiación y participación social
Involucramiento del público objetivo en las campañas y/o acciones de comunicación, respeto al cumplimiento de sus derechos y participación activa de la ciudadanía.

En relación a los escenarios claves, tenemos:

- Comunicación corporativa / interna / organizacional
Orientación a crear y posicionar una marca propia y definida en la opinión pública:
Identidad corporativa: Misión, visión, valores. / Gráfico: Logo, colores, tipografía.
Imagen corporativa: Posicionamiento de la institución y la percepción que tiene la ciudadanía.

Comunicar al público interno diferentes temas de interés en coordinación con la Oficina General de Recursos Humanos temas de interés fomentando la mejora del clima y cultura organizacional.

- Comunicación pública
Alineación a las políticas y/o lineamientos de comunicación pública indicadas por el Gobierno con el objetivo de crear mensajes, estrategias y actividades de comunicación que creen valor público para la ciudadanía.

La comunicación pública también busca que los ciudadanos/as estén informados/as, sean conscientes y tengan capacidad de influir y participar en los asuntos públicos. El fin primordial es el involucramiento de la ciudadanía en asuntos donde su intervención y conocimiento es trascendental.

Utiliza el marketing social, publicidad estatal, relaciones públicas y protocolo, redes sociales y relación con los medios para posicionar mensajes de relevancia según público objetivo y tema relevante a difundir.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- **Comunicación para cambio social**

El concepto que define a la Comunicación para el Cambio Social ha sido definido de la siguiente manera: *“Es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Communication for Social Change Consortium, 2003)*. Al igual que la comunicación alternativa, el proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes y productos (un programa de radio, un vídeo, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de estos no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación.” (Gumucio, 2011, p.12).

Esto se hace evidente cuando las poblaciones adquieren el conocimiento y dominio sobre las técnicas (manejo de los medios de comunicación, estrategias de comunicación, etc.) entonces se pueden establecer mecanismos de participación y acción que les permite la toma de decisiones, es decir, del ejercicio del poder¹.

VIII. OBJETIVOS

Objetivo General

Fortalecer la imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo entre sus distintos grupos de interés, mediante la implementación de estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar los temas relevantes del MTPE a la ciudadanía, considerando el contexto del Estado de Emergencia (COVID-19) y el contexto de cambio de Gobierno.

Objetivos Específicos

1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.
2. Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.
3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el

¹ El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. En: Encuentros No. 1. Junio 2015, pág. 11-23.
Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>





PERÚ

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

- 4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

IX. PÚBLICO OBJETIVO

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo de acuerdo a los ejes temáticos y programa tiene como públicos objetivo:

Público Objetivo Externo

Temas relevantes	Público objetivo	Público secundario
Formalización laboral y productividad	Población que tiende hacer emprendimientos.	Empleadores de micro y pequeñas empresas, trabajadores y gremios de trabajadores a los cuales afecta directamente el problema de la informalidad laboral.
Inserción juvenil al mercado laboral	Jóvenes entre 18 y 29 años	Empleadores en búsqueda de personal joven entre 18 y 29 años.
Diálogo social	Sector empleador Sector gremial	Funcionarios de entidades públicas Empleadores Dirigentes sindicales
Empleo inclusivo y protección de los derechos laborales	Personas con discapacidad física e intelectual en todas las regiones del país.	Empleadores quienes son los que generan la demanda laboral inmediata y futura y obtienen importantes beneficios en el ámbito de la responsabilidad social.
Promoción del empleo y la empleabilidad	Ciudadanas y ciudadanos que se encuentran en la búsqueda de empleo y que tienen como condición económica la situación de pobreza y pobreza extrema.	Empleadores quienes son los que generan la demanda laboral inmediata y futura.
Servicios de calidad para la ciudadanía	Ciudadanos que requieren a acceder al servicio de asesoría laboral gratuita.	Empleadores y/o emprendedores.
Acoso sexual laboral	Mujeres que sufren acoso sexual laboral	Empleadores Población en general
Fiscalización laboral	Empleadores	Trabajadores y trabajadoras
Seguridad y salud en el trabajo	Sector empleador Trabajadores y trabajadoras Operarios, ayudantes, peones	CONSSAT CORSSAT Colegios profesionales (Ingenieros y Arquitectos)
Programa Trabaja Perú	Hombres y mujeres entre los 18 y 64 años de edad, de las zonas urbanas, peri urbanas y rurales del Perú, con énfasis en los distritos focalizados por el programa.	Gobierno Nacional Gobiernos regionales Gobiernos locales (provincial y distrital)

En relación a los aliados estratégicos son diversos:

- Tomadores de decisiones.
 - Gobiernos regionales, provinciales y locales.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- Otros sectores intergubernamentales.
- Congresistas.

- Medios de comunicación.
 - Periodistas y comunicadores sociales.
 - Líderes de opinión (columnistas, editores, comentaristas, entre otros).

- Entidades vinculadas al Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Sunafil.
 - EsSalud.
 - Direcciones Regionales de Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Organización Internacional del Trabajo.
 - Sectores de Gobierno Nacional, Regional, Local, entre otros.

- Sociedad civil organizada.
 - Gremios.
 - Sector empleador.
 - Colegios profesionales.
 - Organismos No Gubernamentales.
 - Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas - CONFIEP
 - Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
 - Sociedad Nacional de Industrias - S.N.I.
 - Cámara Peruana de la Construcción – CAPECO
 - Asociación de Bancos del Perú – ASBANC
 - Cámara de Comercio de Lima - CCL
 - Coordinadora de Empresas de Gamarra
 - Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía – SNMPE
 - Sociedad Nacional de Pesquería - SNP
 - Asociación de Exportadores - ADEX
 - Ejecutivo de Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE
 - Conglomerados de Pequeña Empresa en el Perú – CPEP





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- Especialistas.
 - Especialistas y técnicos en temas laborales.
 - Exministros y exfuncionarios.

Público Objetivo Interno

- Trabajadores y trabajadoras de los diferentes órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE.

X. ESTRATEGIAS

El presente plan contempla cuatro estrategias:

- 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.
- 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva y alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE.
- 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

En relación a las estrategias de intervención, el presente Plan de Comunicaciones Anual de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del MTPE pretende una intervención integral, de allí que apuesta por la combinación de opciones de diferentes formas de comunicación.

Estrategia 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación

En la Estrategia 2 se propone desarrollar acciones para promover los servicios y programas del MTPE enmarcados en los 6 objetivos estratégicos del Sector Trabajo y Promoción del Empleo, con el fin de fortalecer la imagen del Sector; así como, con los 8 Objetivos Estratégicos Institucionales del MTPE.

Con el uso de esta estrategia queremos difundir nuestras acciones sin tener que invertir y no generar costo al Estado. La gestión de medios (Publicity) es un recurso que permite a las





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

instituciones obtener un espacio gratuito en los medios de comunicación a través de la incidencia y/o abogacía con medios de comunicación.

Para ello la pieza fundamental es la información que debe ser de tipo noticiosa a fin de interesar al medio de comunicación para su difusión porque resulta de interés para la población.

Esta estrategia se sustenta en la incidencia que realiza el equipo de prensa con los periodistas de medios de comunicación. Ello, incluye diseñar una estrategia de comunicación para difundir los múltiples servicios y programas que ofrece el MTPE a favor de la ciudadanía, que puede contener productos de comunicación tales como notas de prensa, entrevistas, reportajes, microondas, conferencias de prensa, entre otros.

Asimismo, se propone desarrollar acciones de selección de medios de comunicación; entre los que se denominan medios de comunicación masivos a nivel nacional, regional, local y medios especializados. De esta manera se tiene la posibilidad de abordar diferentes temas que genera el propio MTPE y los vinculados con organismos nacionales y extranjeros.

Estrategia 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva y alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Se desarrollarán planes de comunicación relacionados a los ejes temáticos y los temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo que tendrán en cuenta acciones de comunicación directa, masiva y alternativa.

Por otro lado, la publicidad estatal es una de las estrategias más usadas por las instituciones cuando se busca difusión masiva de alto impacto con la finalidad de llegar al mayor porcentaje del público objetivo primario y secundario.

Sin embargo, hay que tener claro algunas cuestiones previas cuando hablamos de publicidad. En el caso de las instituciones públicas, este tema está normado por la Ley N° 28874, Ley de Publicidad Estatal, donde se establecen los criterios para el uso de recursos públicos en el rubro de publicidad, ya sea en prensa escrita, radio y televisión.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

El MTPE a través de la OCII desarrollará el Plan de Estrategia Publicitaria anual, documento de gestión, que contendrá la propuesta de publicidad estatal a ser difundida en medios de comunicación masivos y alternativos. Para ello, todos los Órganos, Unidades Orgánicas y Programas del MTPE que lo conforman, tienen la obligación de remitir el año fiscal previo sus propuestas de difusión en medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), a fin de que sean incluidas en el Plan de Estrategia Publicitaria del siguiente año.

Asimismo, la difusión de publicidad estatal debe estar aprobada por el titular del Pliego, en este caso por el ministro mediante Resolución Ministerial que aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria que corresponde al año de ejecución.

Los criterios que se utilizarán para la selección de medios son los siguientes: cobertura, alcance, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros que se considere.

En el caso de la comunicación estatal se considera lo establecido en el artículo 7 “Medios de comunicación estatales” de la Ley N° 28874, que refiere que, en la contratación de servicios publicitarios, las entidades y dependencias solo darán preferencia a los medios oficiales respecto de los medios de comunicación privados, si éstos acreditan debidamente sus condiciones de servicios, calidad, costo de mercado y cobertura.

Para difundir los spots, se seleccionarán medios con alcance nacional a través de programas con mayor audiencia del público objetivo, de acuerdo a los reportes de audiencia emitidos por entidades especializadas en radio y otros. Asimismo, se considerarán los resultados de los estudios e informes realizados por prestigiosas empresas en el rubro.

Es por ello, que la elaboración de la pauta publicitaria debe estar a cargo de una Central de Medios contratada para tal fin, que basará su elección de medios en la mejor performance, género, horario, rating, días de transmisión, cantidad y valores de los canales elegidos. También se optará por aquellos medios de comunicación que no cuentan con información de rating a través de empresas especializadas, pero que, por sus contenidos informativos y de opinión (programas periodísticos, magazines, etc.), generan un interés público nacional, con la finalidad de maximizar la llegada de los mensajes a más población.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

Asimismo, para dar soporte a esta estrategia se considera el diseño y la elaboración de piezas de comunicación dirigidas hacia el ciudadano (trabajadores, empresarios y beneficiarios de los programas del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo).

Cabe indicar, que se cuenta con una Directiva del procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que ha sido aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG denominándola Directiva General N° 09- 2016-MTPE/4 y su modificatoria. Este documento tiene como objetivo, establecer y delimitar los lineamientos para la formulación, elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).

Estrategia 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE

En la Estrategia 3, se propone la gestión efectiva de la comunicación digital basado en el respeto de la ética profesional y periodística.

Se propone gestionar las cuentas oficiales del MTPE en las redes sociales tales como: Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+, Flickr y YouTube; así como, la generación de contenido informativo y utilitario en beneficio de los ciudadanos.

Ya sea para promocionar, entender o conectarse a las necesidades de los usuarios en estos nuevos espacios de socialización, las redes sociales son necesarias e importantes como herramientas que facilitan el contacto con los internautas, para difundir los servicios y programas del MTPE.

Se debe destacar que el MTPE cuenta con la mayor cantidad de seguidores, y se pretende incrementar y fidelizar la audiencia del MTPE en redes sociales oficiales del ministerio implementando acciones innovadoras para la recordación de los mensajes de los temas relevantes del MTPE.



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

Estrategia 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE

En la Estrategia 4, se propone organizar actividades en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para difundir logros del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a nivel nacional. Se busca promover la articulación de diversos actores y la comunidad para generar diálogo público en torno a un tema.

Se trata de generar un proceso participativo de acciones colectivas, orientado a sensibilizar a la población sobre un tema en particular. En este proceso son fundamentales la creatividad, lo efectivo, conectar con lo cotidiano, acompañar a nuestro público. Ello, podría considerar acciones de movilización social; es decir, será necesario partir de una comunicación participativa que motive y convoque a otros actores. En este caso, involucrar a diversas entidades y/u organizaciones mediante el diálogo personal para lograr movilizar y establecer alianzas que no buscan solamente impactar en al público objetivo, sino en todos los actores sociales que tienen influencia en la comunidad.

Lo principal, es la inclusión de múltiples públicos en la difusión de acciones y mensajes que promuevan la difusión de los derechos socio laborales, los que estarán dirigidos a tomadores de decisiones, instituciones, empresas, medios de comunicación, la sociedad civil organizada y la población.

En resumen, generar empatía en la comunicación con acciones alternativas y generalmente interpersonales que pueden incluir la organización de ferias, Semanas del Empleo, seminarios, pasacalles, entre otros.

Por otro lado, según la Resolución de la Presidencia Ejecutiva de SERVIR, Resolución N° 151-2017-SERVIR-PE, que aprueba la Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna, la Oficina de Recursos Humanos o la que haga sus veces dirige y ejecuta las acciones definidas en el plan de comunicación interna.

Sin embargo, la OCII considera esta estrategia para apoyar a la Oficina General de Recursos Humanos en la implementación de actividades y eventos internos que contribuyan a un





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

adecuado clima laboral que permita contar con un ambiente laboral propicio para sus trabajadores y trabajadoras, respetando las normas de seguridad y salud en el trabajo. Incluye la elaboración de productos comunicacionales y diseño de publicaciones para correo electrónico o intranet.

XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES

A continuación, detallamos las actividades de acuerdo a las estrategias del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

ESTRATEGIA 1.1

Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 1.1.1 Diseño de plan de medios sobre temas relevantes del MTPE.
- 1.1.2 Elaboración y difusión de notas de prensa de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.
- 1.1.3 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.
- 1.1.4 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del ministerio.
- 1.1.5 Convocatorias y relacionamiento permanente con medios de comunicación en Lima y provincia para cubrir eventos del ministerio.
- 1.1.6 Organización de talleres de periodistas en regiones.
- 1.1.7 Soporte audiovisual de actividades del MTPE.
- 1.1.8 Elaboración y edición de videos para la difusión de diversos temas laborales del MTPE.
- 1.1.9 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al sector.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.

ESTRATEGIA 2.1

Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva y alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 2.1.1 Elaborar, aprobar, implementar y evaluar el Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE.
- 2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.
- 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

ESTRATEGIA 3.1

Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 3.1.1 Elaboración de publicaciones (posts) para la difusión de los servicios y programas del MTPE en redes sociales oficiales del ministerio.
- 3.1.2 Monitoreo de las redes sociales oficiales del ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.





PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

ESTRATEGIA 4.1

Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

LÍNEAS DE ACCIÓN

- 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos en Lima y regiones.
- 4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.
- 4.1.3 Apoyo en la difusión de comunicaciones internas del MTPE.
- 4.1.4 Elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del ministerio.

XII. PROGRAMACIÓN DE METAS E INDICADORES*

A nivel de resultado:

- Nivel de conocimiento sobre la labor y los temas relevantes del ministerio.
- Nivel de satisfacción de la ciudadanía sobre los servicios y programas que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Incremento del uso de los servicios y programas del MTPE por la ciudadanía.

A nivel operativo:



Estrategia	Línea de acción	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2021
1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Diseño de plan de medios sobre temas relevantes del MTPE.	N° Planes de medios elaborados	Plan	12
	1.1.2 Elaboración y difusión de notas de prensa de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	N° de notas de prensa difundidas	Nota de prensa	72
	1.1.3 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.	N° de conferencias de prensa organizadas	Conferencia de prensa	8
	1.1.4 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del ministerio.	N° de entrevistas laborales difundidas	Entrevista	50
	1.1.5 Convocatorias y relacionamiento permanente con medios de comunicación en Lima y provincia para cubrir eventos del ministerio.	N° de convocatorias de medios de comunicación para cubrir eventos del ministerio.	Convocatoria	15
	1.1.6 Organización de talleres de periodistas en regiones.	N° de talleres de periodistas	Taller de periodistas	6
	1.1.7 Convocatorias y relacionamiento permanente con medios de comunicación en Lima y provincia para cubrir eventos del ministerio.	N° de Archivo Fotográfico	Archivo Fotográfico	45
		N° de Registro Fílmico	Registro Fílmico	45
	1.1.8 Elaboración y edición de videos para la difusión de diversos temas laborales del MTPE.	N° de videos editados sobre temas laborales del MTPE.	Video	40
1.1.9 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al sector.	N° de impactos positivos en prensa	Impactos positivos	2000	
	N° de informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.	Informe	4	
2.1 Desarrollar de acciones de comunicación	2.1.1 Elaborar, aprobar, implementar y evaluar el Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE.	N° planes de estrategia publicitaria aprobados.	Plan de Estrategia Publicitaria	1

**PERÚ****Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo**

Estrategia	Línea de acción	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2021
directa, masiva y alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	Plan de comunicación	10
	2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados.	Diseño de materiales comunicacionales	800
3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE.	3.1.1 Elaboración de publicaciones (posts) para la difusión de los servicios y programas del MTPE en redes sociales oficiales del ministerio.	N° de publicaciones difundidas en redes sociales	Publicación	1000
		N° de diseños elaborados para redes sociales	Diseños	400
		N° de videos editados para redes sociales	Videos	16
	3.1.2 Monitoreo de las redes sociales oficiales del ministerio.	N° de informes de redes sociales oficiales del ministerio	Informe	4
4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos en Lima y regiones.	N° de eventos protocolares realizados	Evento	45
	4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.	N° de diseños difundidos de eventos de capacitación del MTPE.	Web banners	23
	4.1.3 Apoyo en la difusión de comunicaciones internas del MTPE	N° de difusiones internas que cuenta con el apoyo de la OCII	Diseño de materiales comunicacionales	240
	4.1.4 Elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del ministerio.	N° de carpetas protocolares elaboradas	Carpeta	45

(*) La temporalidad es anual y el detalle de las metas físicas se encuentra en el Anexo 1.



XIII. RESULTADOS

A nivel de resultado:

- La ciudadanía conoce la labor y los temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- La ciudadanía está informada sobre los servicios y programas que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Incremento del uso de los servicios y programas del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo por la ciudadanía.

A nivel operativo:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Informar las acciones, servicios y programas del MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos a través de los diferentes medios de comunicación de manera oportuna, transparente y eficaz.

- 12 planes de medios elaborados.
- 72 notas de prensa difundidas.
- 8 conferencias de prensa organizadas.



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

- 50 entrevistas laborales difundidas.
- 15 convocatorias de medios de comunicación para cubrir eventos del ministerio.
- 6 de talleres de periodistas en regiones.
- 45 archivos fotográficos.
- 45 registros fílmicos.
- 40 videos editados sobre temas laborales del MTPE.
- 2000 impactos positivos en prensa.
- 4 informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al sector.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Difundir los servicios y programas que desarrolla el MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión en medios masivos y alternativos.

- 1 plan de estrategia publicitaria aprobado.
- 10 planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.
- 800 diseños de materiales comunicacionales elaborados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Comunicar a la ciudadanía y a los diferentes grupos objetivos sobre las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE mediante de canales digitales oficiales.

- 1000 publicaciones difundidas en redes sociales.
- 400 diseños elaborados para redes sociales.
- 16 videos en redes sociales.
- 4 informes de redes sociales oficiales del ministerio.



OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Posicionar la imagen institucional del MTPE, a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

- 45 eventos institucionales realizados.
- 23 diseños difundidos de eventos de capacitación del MTPE.
- 240 difusiones internas que cuenta con el apoyo de la OCII.
- 45 carpetas protocolares elaboradas.

XIV. ÓRGANO RESPONSABLE

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE, la que se



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

efectuará de manera semestral y anual respectivamente; y de la asistencia al proceso de implementación, en lo referente a difusión y comunicación. Los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE son los responsables de brindar la información técnica para la difusión correspondiente. Asimismo, se tiene previsto realizar la aplicación de una encuesta para conocer el nivel de conocimiento, percepción y satisfacción de los servicios y programas que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

XV. IMPLEMENTACIÓN

La implementación se realizará durante el 2021 de acuerdo a la matriz del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE (Anexo 1).

XVI. VIGENCIA

El presente Plan de Comunicaciones 2021 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo estará vigente durante el año 2021.

XVII. FINANCIAMIENTO

Las acciones propuestas se financiarán con recursos presupuestales de la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional, a través de la meta presupuestaria 036: Acciones de Imagen Institucional de la Unidad Ejecutora 001 y de la meta 00001 Adecuados Servicios del Centro de Empleo a los Jóvenes a nivel nacional de la Unidad Ejecutora 007. Asimismo, los requerimientos de acciones de difusión solicitados por los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE deberán ser coordinados con la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional de acuerdo a lo Directiva General N°011-2016-MTPE/4 para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicaciones e imagen institucional de Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobada mediante Resolución de Secretario General N° 350-2016-TR/SG y su modificatoria. A continuación, se indica, en resumen, el presupuesto estimado para la ejecución del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE alineado al Plan Operativo Institucional de la OCII 2021:



**PERÚ****Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo**

CATEGORIA PRESUPUESTARIA/ACTIVIDAD/META/GENÉRICA DEL GASTO	PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIONES
9001 ACCIONES CENTRALES	
5000002 CONDUCCION Y ORIENTACION SUPERIOR	
META 0000016 ACCIONES DE IMAGEN INSTITUCIONAL	1,209,202.00
FF RECURSOS ORDINARIOS	
2.1 PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES	
2.3 BIENES Y SERVICIOS	
FF RECURSOS DIRECTAMENTE RECAUDADOS	
2.3 BIENES Y SERVICIOS	
TOTAL UE 001:MT-OGA	1,209,202.00
0116: MEJORAMIENTO DE LA EMPLEABILIDAD E INSERCIÓN LABORAL-PROEMPLO	
6000034: FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	
META 0214226 ADECUADOS SERVICIOS DEL CENTRO DE EMPLEO A LOS JÓVENES A NIVEL NACIONAL	910,840.82
FF RECURSOS POR OPERACIONES OFICIALES DE CRÉDITO	
2.6. Adquisición de Activos no Financieros (*)	
TOTAL UE 007: FORTALECE PERÚ	910,840.82
TOTAL PLAN DE COMUNICACIONES 2021	2,120,042.82

(*) Comprende sólo 2.6. 7 1. 6 3 Gastos por la Contratación de Servicios por la suma de S/ 910,840.82

**XVIII. ANEXOS**

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE.
2. Efemérides del MTPE 2021.



1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2021 del MTPE

Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Estrategias	Líneas de acción	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
Objetivo Estratégico del Sector 6, Modernización sectorial: "Implementar un efectivo modelo de gestión sectorial centrado en el ciudadano" del PESEM 2017-2023 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo; y, Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 8 "Mejorar el Modelo de Gestión Institucional Centrado en el Ciudadano" del PEI 2017-2023 del MTPE, aprobados mediante RM N° 115-2020-TR.	Fortalecer la imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo entre sus distintos grupos de interés, mediante la implementación de estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar los temas relevantes del MTPE a la ciudadanía, considerando el contexto del Estado de Emergencia (COVID-19) y contexto político (cambio de Gobierno).	1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.	1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Diseño de plan de medios sobre temas relevantes del MTPE.	N° Planes de medios elaborados	Plan	3	3	3	3	12	639,730
				1.1.2 Elaboración y difusión de notas de prensa de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	N° de notas de prensa difundidas	Nota de prensa	18	18	18	18	72	
				1.1.3 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.	N° de conferencias de prensa organizadas	Conferencia de prensa	2	2	2	2	8	
				1.1.4 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del ministerio.	N° de entrevistas laborales difundidas	Entrevista	12	13	13	12	50	
				1.1.5 Convocatorias y relacionamiento permanente con medios de comunicación en Lima y provincia para cubrir	N° de convocatorias de medios de comunicación para cubrir eventos del Sector.	Convocatoria	4	4	4	3	15	



PERÚ

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo



Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Estrategias	Líneas de acción	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto	
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre			
				eventos del ministerio.									
				1.1.6 Organización de talleres de periodistas en regiones.	N° de talleres de periodistas	Taller de periodistas	1	2	2	1	6		
				1.1.7 Soporte audiovisual de actividades del MTPE.	N° de Archivo Fotográfico	Archivo Fotográfico	15	10	10	10	45		
				1.1.8 Elaboración y edición de videos para la difusión de diversos temas laborales del MTPE.	N° de Registro Filmico	Registro Filmico	15	10	10	10	45		
				1.1.9 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al sector.	N° de videos editados sobre temas laborales del MTPE.	Video	10	10	10	10	40		
				2.1.1 Elaborar, aprobar, implementar y evaluar el Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE.	N° de impactos positivos en prensa	Impactos positivos	500	500	500	500	2000		
				2.1.2 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva y alternativa	N° de informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al sector.	Informe	1	1	1	1	4		
				2. Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE	N° planes de estrategia publicitaria aprobados	Plan de Estrategia Publicitaria	1				1		S/ 350,000.00 UE 001: MT-OGA S/ 910,840.82 UE 007: Fortalece Perú



PERÚ

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo



Articulación con los objetivos del PESEMI del Sector y PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Estrategias	Líneas de acción	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
		mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.	para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE. 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE. N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados	Plan de comunicación	3	3	3	1	10	150,000
		3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.	3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE.	3.1.1 Elaboración de publicaciones (posts) para la difusión de los servicios y programas del MTPE en redes sociales oficiales del ministerio. 3.1.2 Monitoreo de las redes sociales oficiales del ministerio.	N° de publicaciones difundidas en redes sociales N° de diseños elaborados para redes sociales N° de videos para redes difundidos N° de informes de redes sociales oficiales del ministerio	Publicación Diseños Videos de redes Informe	235	270	260	235	1000	54,472
		4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del	4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos en Lima y regiones.	N° de eventos protocolares realizados	Evento	11	12	11	11	45	15,000



PERÚ

Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo



Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE Vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Estrategias	Líneas de acción	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
		desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.	unidades orgánicas del MTPE	4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.	N° de diseños difundidos de eventos de capacitación del MTPE.	Web banners	8	5	5	5	23	
				4.1.3 Apoyo en la difusión de comunicaciones internas del MTPE	N° de difusiones internas que cuenta con el apoyo de la OCII	Diseño de materiales comunicacionales	60	60	60	60	240	
				4.1.4 Elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del ministerio.	N° de carpetas protocolares elaboradas	Carpeta	11	12	11	11	45	
Encuesta para conocer el nivel de conocimiento, percepción y satisfacción de los servicios y programas que brinda el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.											1	
Total											2,120,042.82	

2. Efemérides del MTPE 2021

CALENDARIO DE ACTIVIDADES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO 2021			
MES	DÍA	TEMA	COORDINAR CON
Enero	1	Año Nuevo	OCII
	4	20 aniversario del Consejo Nacional del Trabajo y Promoción del Empleo (CNTPE)	CNTPE
	26	Día Mundial de la Educación Ambiental	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	28	Día Mundial de la Acción frente al Calentamiento Terrestre	Comité de Ecoeficiencia / OGA
Febrero	1	Día de la Lucha contra el Trabajo Forzoso	DGDFSST
	27	Día de la Lucha contra el Hostigamiento Sexual en el Ámbito Laboral	DGDFSST
Marzo	5	Día Mundial de la Eficiencia Energética	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	8	Día Internacional de la Mujer	OCII
	15	Día Mundial del Consumo Responsable	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	21	Día Mundial del Síndrome de Down	VMPECL
	22	Día Mundial del Agua	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	26	Día Mundial del Clima y la Adaptación al Cambio Climático	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	30	La Hora del Planeta	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	30	Día de la Trabajadora del Hogar	DGDFSST
Abril	2	Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo	OCII
	7	Día Mundial de la Salud	OCII
	2do domingo	Día del Niño Peruano	OCII
	19	Día Mundial de la Bicicleta	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	22	Día de la Tierra	OCII
	26	Día de la Secretaria	OGRH
	28	Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo	DGDFSST
	30	72 aniversario del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo	SG OGRH
Mayo	1	Día Internacional del Trabajo	OCII
	1	Aniversario 102 de la jornada laboral de 8 horas	OCII
	1	Ceremonia de Condecoración de la Orden del Trabajo	CNT ALTA DIRECCIÓN
	2do domingo	Día de la Madre	OGRH



**PERÚ****Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo****CALENDARIO DE ACTIVIDADES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO 2021**

MES	DÍA	TEMA	COORDINAR CON
	15	Día Nacional de la Micro y Pequeña Empresa	OCII
	17	Día Mundial del Reciclaje	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	29	Día del Servidor Público	OGRH
	31	Día del No Fumador	OCII
Junio	1	Día Nacional de Reciclador	OCII
	5	Día Mundial del Medio Ambiente	OCII
	7	141° Aniversario de la batalla de Arica y de Renovación del Juramento de Fidelidad a la Bandera	OCII
	12	Día Mundial contra el Trabajo Infantil	DGDFSST
	3er domingo	Día del Padre	OGRH
	24	Día del Campesino	OCII
	27	Día Internacional de la Sordoceguera	OCII
Julio	3	Día Internacional Libre de Bolsas de Plástico	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	6	Día del Maestro	OCII
	2da semana	Semana Corazón Azul contra la trata de personas - Trabajo forzoso	DGDFSST
	25	Día de la Trabajadora Social	OGRH
	28-29	Fiestas Patrias	OGRH
Agosto	7	Día Interamericano de la Calidad de Aire-DIAIRE (2° viernes)	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	14	Día de la Calidad del Aire - DIAIRE	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	3er domingo	Día del Niño	OCII
	20	Aniversario programa Trabaja Perú - 9 aniversario	Trabaja Perú
	26	Día del Abuelo y Abuela Peruanos	OGRH
	27	Día de la Defensa Nacional	OSDNA
	4ta Semana 24 al 28	Semana de la Lactancia Materna Lactarios institucionales	DGDFSST
Septiembre	5	Día Internacional de la Mujer Indígena	OCII
	2do domingo	Día de la Familia Peruana	OCII
	12	5° Aniversario Programa Fortalece Perú	Fortalece Perú



**PERÚ****Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo****CALENDARIO DE ACTIVIDADES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO 2021**

MES	DÍA	TEMA	COORDINAR CON
	18	Día Internacional de la Igualdad Salarial	DGDFSST
	19	Día de la Gestión Integral de Residuos Sólidos-DIADESOL (3° sábado)	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	20	9° Aniversario Programa Impulsa Perú	OCII
	Tercera semana	Conciliación de la vida laboral y familiar	DGDFSST
	24 al 30	Semana Nacional de los Derechos del Niño	OCII
Octubre	1	Día del Periodista	OCII
	3	Día de la Gestión Responsable del Agua-DIAGUA (1° sábado)	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	5	Día de la Medicina Peruana	OCII
	8	Día del Héroe Miguel Grau Seminario – Combate de Angamos	OCII
	10	Día de la Salud Mental	OGRH
	11	Día Internacional de la Niña	OCII
	16	Día Nacional de las Personas con Discapacidad	VMPECL
	21	Día Nacional del Ahorro de Energía	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	23	Primer aniversario del Programa Nacional para la Empleabilidad.	OCII
	25	Día de los Trabajadores en Construcción Civil	OCII
	25	Día Nacional de la Persona de Talla Baja	OCII
Noviembre	15	Día Internacional del Aire Puro	Comité de Ecoeficiencia / OGA
	25	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer	OCII
Diciembre	3	Día Internacional de las Personas con Discapacidad	OCII
	18	Día Internacional del Migrante	Dirección de Migración Laboral
	25	Navidad	SG OGRH



