



PLAN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA

TRÁMITES ON LINE SIN SALIR DE CASA



I. Justificación

El Registro Nacional de Identificación y Estado Civil - RENIEC, se crea mediante Ley N° 26497, en concordancia con los Artículos 177° y 183° de la Constitución Política del Perú, como un organismo autónomo con personería jurídica de derecho público interno.

El RENIEC es la institución encargada de la identificación de los peruanos, otorga el Documento Nacional de Identidad, registra hechos vitales (nacimientos, matrimonios, defunciones, divorcios, y otros que modifican el estado civil).

Conforme el art. 2° de la Ley Orgánica del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil - Ley N° 26497, se establece que el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil es la entidad encargada de organizar y mantener el Registro Único de Identificación de las Personas Naturales e inscribir los hechos y actos relativos a su capacidad y estado civil. Con tal fin desarrollará técnicas y procedimientos automatizados que permitan un manejo integrado y eficaz de la información.

Del mismo modo, en su artículo 26° se establece que el Documento Nacional de Identidad (DNI) es un instrumento público, personal e intransferible, constituyendo la única cédula de identidad personal para todos los actos civiles, comerciales, judiciales y en general, para todos aquellos casos que por mandato legal deba ser presentado por el titular. Constituye también el único título de derecho al sufragio de la persona a cuyo favor ha sido extendido.

Conforme a lo establecido por la Ley N° 27685, Ley de Modernización de la Gestión del Estado, se declara al Estado Peruano en proceso de modernización en sus diferentes instancias, dependencias, entidades y organizaciones, así como sus procedimientos con la finalidad de mejorar la gestión pública y construir un estado democrático y descentralizado al servicio del ciudadano.

Mediante el Decreto Legislativo N° 1412 se aprueba la Ley de Gobierno Digital, y establece disposiciones sobre las condiciones, requisitos y uso de las tecnologías y medios electrónicos en el procedimiento administrativo, publicado el 13 de setiembre de 2018, se señala como objetivos del Gobierno Digital los siguientes:

- Normar las actividades de gobernanza, gestión e implementación en materia de tecnologías digitales, identidad digital, servicios digitales, arquitectura digital, interoperabilidad, seguridad digital y datos.
- Coordinar, integrar y promover la colaboración entre las entidades de la Administración Pública.
- Promover la investigación y desarrollo en la implementación de tecnologías digitales, identidad digital, servicios digitales, interoperabilidad, seguridad digital y datos.
- Promover y orientar la formación y capacitación en materia de gobierno digital y tecnologías digitales en todos los niveles de gobierno.

Asimismo, en su artículo 18° se señala que las entidades de la Administración Pública, de manera progresiva y cuando corresponda, deben garantizar a las personas el establecimiento y la prestación de los servicios digitales, comprendidos en el ámbito de aplicación de la presente Ley, debiendo para tal efecto entre otros puntos:



- Implementar servicios digitales haciendo un análisis de la arquitectura digital y rediseño funcional.
- Considerar la implementación de pagos a través de canales digitales.
- Garantizar que en el diseño y configuración de los servicios digitales se adoptan las medidas técnicas, organizativas y legales para la debida protección de datos personales y la confidencialidad de las comunicaciones.

Mediante el Decreto Supremo N° 029-2021-PCM se aprueba el Reglamento del Decreto Legislativo N° 1412. En su artículo 23° señala entre otras cosas que el Marco de Servicios Digitales del Estado Peruano comprende la interacción de los ciudadanos y personas en general con los servicios digitales provistos de forma total o parcial a través de Internet u otra red equivalente por las entidades de la Administración Pública y de acuerdo a su artículo 25° los proveedores públicos de servicios digitales (PPSD) son todas las entidades de la Administración Pública que proveen servicios digitales.

Mediante la Resolución Jefatural N° 085-2012/JNAC-RENIEC del 21MAR2012 se aprobó el Plan Estratégico Institucional 2012-2016, cuya modificación fue aprobada mediante Resolución Jefatural N° 166-2015/JNAC/RENIEC del 14JUL2015. Mediante la Resolución Jefatural N° 070-2020/JNAC-RENIEC del 03MAY2019 se modifica el Plan Estratégico Institucional 2018-2020 a efectos de ampliar su vigencia, aprobando el Plan Estratégico Institucional 2018-2022. Mediante la Resolución Jefatural N° 086-2020/JNAC-RENIEC del 07AGO2020 se modifica el Plan Estratégico Institucional 2018-2022 ampliando su vigencia con un horizonte al 2023, con eficacia anticipada al 30 de junio de 2020; en el cual se establece como política institucional, lo siguiente:

“Fortalecer la identidad e identificación de los peruanos y peruanas para que ejerzan sus derechos y cumplan sus deberes a través de la integración de los registros civiles, garantizando la seguridad jurídica y su sostenibilidad en el tiempo, interactuando en la interoperabilidad del Estado Peruano; Brindar a la población servicios de fácil acceso, innovadores, oportunos y de calidad, haciendo uso de la tecnología, contribuyendo a la modernización del Estado; Impulsar el modelo de excelencia del RENIEC, con el fin de satisfacer las necesidades expectativas de las personas a través de la mejora continua de sus procesos, priorizando a la población en situación de vulnerabilidad, con inclusión social y enfoque de intercultural; Participar en el Sistema Electoral Peruano con honestidad y transparencia”.

Debido a la situación de pandemia y ante el aumento de casos COVID -19 a nivel nacional el RENIEC ha venido implementando acciones en cumplimiento de las medidas de seguridad para la mitigación de la propagación de contagio a la ciudadanía por el covid19 durante la pandemia. Como parte de estas acciones se ha puesto en marcha el Plan Reactivación de Servicios y Mejoras (Identificación y RRCC) - Reactiva RENIEC con el fin de atender las necesidades de los usuarios en la coyuntura actual, producto del estado de emergencia, el cual contempla la virtualización de algunos servicios importantes como el registro digital de nacimiento, la renovación de DNI en Línea con el uso del aplicativo DNI BioFacial y la mesa de partes virtual que buscan evitar que las personas acudan a las oficinas y agencias para evitar aglomeraciones y ponerse en riesgo de contagio. Estos trámites on line se suman a los demás trámites y servicios que ofrece RENIEC a través de su portal www.reniec.gob.pe.

En ese sentido, la comunicación a través de campañas de publicidad constituye una herramienta importante para informar a la población sobre todos los trámites y servicios digitales que RENIEC, como Proveedor Público de servicios digitales y en el marco de la Ley de Gobierno Digital, pone a disposición de los ciudadanos para realizar sus trámites a través del su portal institucional www.reniec.gob.pe, así como los requisitos, canales y/o sistemas de gestión con los que se cuentan para acceder a ellos.

El artículo 105° del Reglamento de Organización y Funciones y la Estructura Orgánica del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, aprobado mediante Resolución Jefatural N° 73-2016-JNAC/RENIEC del 31 de mayo de 2016, establece que la Gerencia de Imagen Institucional es órgano de apoyo encargado de planificar, dirigir, evaluar, sistematizar, controlar y ejecutar las políticas de imagen, prensa y comunicación velando por un buen posicionamiento del Registro Nacional de Identificación y Estado Civil - RENIEC ante la opinión pública y el personal de la institución. Refuerza las relaciones interpersonales a nivel interno, externo e interinstitucionales, a través de acciones de relaciones públicas. Responsable de generar la participación activa del ciudadano a través de plataformas electrónicas como: redes sociales, foros, chats en línea u otras formas de interacción.

Asimismo, en su artículo 108°, se señala que la Sub Gerencia de Prensa y Comunicaciones es la Unidad Orgánica encargada de difundir las comunicaciones y el acontecer institucional, que promueve, gestiona y fomenta la imagen corporativa del RENIEC a nivel interno y externo, impulsando con ello su gestión e importancia a nivel nacional e internacional. Desarrolla las estrategias de comunicación y organización necesarias con instituciones, empresas y público en general, para el adecuado cumplimiento de sus funciones. Asimismo, es responsable de la coordinación y producción de la información relacionada con la gestión institucional y su difusión a través de los medios de comunicación.

Mediante la Resolución Jefatural N° 000024-2021/JNAC/RENIEC del 07FEB2021 se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria RENIEC 2021, cuya modificación fue aprobada mediante Resolución Jefatural N° 000080-221/JNAC/RENIEC del 27ABR2021.

II.- Objetivos

- Difundir a la población sobre los beneficios de realizar trámites y consultas a través de nuestra página web.
- Informar a la población sobre los requisitos y procedimientos para trámites a través de www.reniec.gob.pe

III.- Estrategia de comunicación

La estrategia determina las líneas de acción para conseguir los objetivos. Para definir la estrategia debemos considerar.

- **Público objetivo.**- Nos dirigimos a hombres y mujeres mayores de 18 años a nivel nacional.
- **Posicionamiento.**- Posicionarnos como la institución pública peruana más moderna en materia de identificación y registros civiles que brinda servicios con altos estándares de calidad para el público usuario.
- **Producto.**- Trámites y servicios online del RENIEC
- **Mensaje.** - Durante esta campaña se difundirá el siguiente mensaje: "Trámites 100% seguros sin salir de casa"

- **Precio.** - Se ha proyectado una inversión de **S/ 280,000** (Doscientos ochenta mil con 00/100 soles) para la presente campaña publicitaria.

IV.- Herramientas o plataformas de comunicación

Estrategia de mix de comunicación

Uso de plataformas de difusión (publicidad en medios de internet y notas de prensa).

- **Publicidad:** Para lograr una comunicación eficiente se emplearán los siguientes medios: (SGPC).
 - ✓ **Radio.** - Se transmitirá nuestros spots en emisoras con alto nivel de audiencia y con cobertura a nivel nacional.
 - ✓ **Internet.** - Se realizarán publicaciones en páginas web de medios de comunicación con alto número de visitas, y se comprará publicidad en redes sociales para lograr mayor alcance con nuestro público objetivo y potenciar las publicaciones en las cuentas de redes sociales de la institución.
- **Prensa.** - Adicional a la publicidad en medios de comunicación, esta campaña publicitaria se apoyará en actividades de prensa (difusión de notas de prensa sobre el tema, con noticias relacionadas a la campaña generada por la Sub Gerencia de Prensa y Comunicaciones. (SGPC).
- **Internet.** - Se utilizarán plataformas de Internet y su difusión en las cuentas del RENIEC en redes sociales (facebook, twitter, chat, entre otros) (SGPC).

V.- Periodo de la Campaña

Esta Campaña de Publicidad deberá llevarse a cabo entre los meses de **mayo a julio de 2021** en medios de comunicación radiales y de internet.

VI.- Presupuesto

- Para esta campaña se proyecta una inversión aproximada de **S/ 280,000** (Doscientos ochenta mil con 00/100 soles) en publicidad en medios radiales y de internet)