



Resolución de Dirección Ejecutiva **N° 000052-2021-FONCODES/DE**

Lima, 14 de abril de 2021.

VISTOS:

El Memorando N° 000020-2021-MIDIS/FONCODES/UCI de la Unidad de Comunicación e Imagen, el Informe N° 000124-2021-MIDIS/FONCODES/UPPM de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, el Informe N° 000047-2021-MIDIS-FONCODES/UAJ de la Unidad de Asesoría Jurídica, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 29792 se crea el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, determinándose su ámbito, competencias, funciones y estructura orgánica básica, disponiendo en su Tercera Disposición Complementaria Final, la adscripción a dicho Ministerio, entre otros Programas del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (en adelante, Foncodes);

Que, conforme al literal h) e i) del artículo 9 del Manual de Operaciones de Foncodes, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS, la Dirección Ejecutiva tiene como funciones, entre otras, la de aprobar, modificar y derogar directivas, reglamentos y otras normas técnico-operativas o administrativas internas que requiera el Programa para su funcionamiento y la de emitir Resoluciones de Dirección Ejecutiva en asuntos de su competencia;

Que, el citado Manual de Operaciones, establece en los literales b) y n) del artículo 23 como funciones de la Unidad de Comunicación e Imagen, la de diseñar y proponer a la Dirección Ejecutiva, el Plan de Comunicación Institucional, en el marco de los lineamientos de políticas establecidos por el MIDIS, así como supervisar la ejecución del Plan de Comunicación Institucional en la Sede Central y Unidades Territoriales;

Que, mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N° 150-2018-FONCODES/DE, se aprueba el Procedimiento N° 86-2018-FONCODES/UPPM-CROM "Control de Documentos Normativos", que tiene como objetivo, establecer las disposiciones para la elaboración, actualización y control de los documentos normativos en sus etapas de acciones previas, elaboración, revisión, aprobación, distribución, registro e implementación;

Que, mediante Memorando N° 000020-2021-MIDIS/FONCODES/UCI, la Unidad de Comunicación e Imagen remite a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización el proyecto del "Plan de Comunicaciones 2021" de Foncodes, que tiene como objetivo construir y fortalecer la identidad, imagen y buena reputación de la institución como un programa eficiente y eficaz en la generación de oportunidades económicas sostenibles y en los procesos de inclusión social para los hogares pobres y pobres extremos mediante acciones, con estrategias, mensajes claves, actividades y productos comunicacionales, asimismo promueve la identificación y compromiso del personal con la visión, misión y objetivos estratégicos, y sus valores institucionales, fortaleciendo el espíritu colaborativo de sus servidores en el marco de la ética en la función pública;



Firma Digital

Firmado digitalmente por ACUÑA
VELASQUEZ Julio FAU
20509139700 hard
Motivo: Day V° B°
Fecha: 14.04.2021 16:53:10 -05:00



Firma Digital

Firmado digitalmente por RENGIFO
NAKAMA Rocio Marisol FAU
20509139700 hard
Motivo: Day V° B°
Fecha: 14.04.2021 12:32:49 -05:00



V°B° Digital

Firmado digitalmente por
GONZALES INGA Ruth Janen FAU
20509139700 hard
Motivo: Day V° B°
Fecha: 14.04.2021 12:16:36 -05:00

Que, con Informe N° 000124-2021/MIDIS/FONCODES/UPPM, la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, a través del Coordinador de Racionalización, Organización y Métodos, emite la conformidad a la versión 1.0 del Plan N° 39-2021-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2021" de Foncodes, respecto a los criterios de consistencia y coherencia que todo documento normativo debe cumplir, precisando que el citado proyecto normativo cumple con las disposiciones establecidas en el Procedimiento N° 86-2018-FONCODES/UPPM-CROM "Control de Documentos Normativos", aprobado mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N° 150-2018-FONCODES/DE, y recomienda proseguir con el trámite para su respectiva aprobación;

Que, mediante Informe N° 000047-2021-MIDIS/FONCODES/UAJ, la Unidad de Asesoría Jurídica, de acuerdo a los antecedentes y normativa aplicable, considera procedente en sus aspectos legales y formales, la emisión de la Resolución de Dirección Ejecutiva mediante la cual se apruebe la versión 1.0 del Plan N° 39-2021-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2021" de Foncodes, propuesto por la Unidad de Comunicación e Imagen, que cuenta con la conformidad de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización;

Que, estando a los considerandos precedentes resulta necesario emitir el acto administrativo que apruebe la versión 1.0 del Plan N° 39-2021-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2021" de Foncodes;

Con la visación de la Unidad de Comunicación e Imagen; la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización; y, la Unidad de Asesoría Jurídica;

De conformidad con la Ley N° 29792, Ley de creación, organización y funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, y de acuerdo con las facultades contenidas en el Manual de Operaciones de Foncodes, aprobado mediante la Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1.- Aprobación del Plan

Aprobar la versión 1.0 del Plan N° 39-2021-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2021" del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social - Foncodes, que forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2.- Disposición

Disponer que la Unidad de Comunicación e Imagen, adopte las acciones necesarias para el debido cumplimiento de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3.- Notificación

Encargar a la Unidad de Administración, disponga las acciones necesarias para la debida y oportuna notificación de la presente Resolución a las Unidades Orgánicas y Unidades Territoriales competentes.

ARTÍCULO 4.- Publicación

Disponer la publicación de la presente Resolución en el portal institucional del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social – Foncodes (www.gob.pe/foncodes).

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.

Documento firmado digitalmente

.....
HUGO P. VILA HIDALGO
DIRECTOR EJECUTIVO
FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES

Código: S04.01.PL.39

UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN

S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen

Versión: 1.0

S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna

Página 1 de 37

PLAN N° 39-2021-FONCODES/UCI

PLAN DE COMUNICACIONES

2021

RUBRO	CARGO / NOMBRE	FIRMA / SELLO	FECHA
Elaboración:	Jefe de la Unidad de Comunicación e Imagen Julio Acuña Velásquez	 Firma Digital	Firmado digitalmente por ACUÑA VELASQUEZ Julio FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 12/04/2021 18:04:15 -05:00
Revisión:	Coordinador de Racionalización, Organización y Métodos Justo Alejandro Pozo Zarate	 Firma Digital	Firmado digitalmente por POZO ZARATE Justo Alejandro FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 12/04/2021 21:17:05 -05:00
	Jefa de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización Rocio Marisol Rengifo Nakama	 Firma Digital	Firmado digitalmente por RENGIFO NAKAMA Rocio Marisol FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 08/04/2021 21:02:47 -05:00
Aprobación:	Director Ejecutivo Hugo Priscilio Vila Hidalgo	 Firma Digital	Firmado digitalmente por VILA HIDALGO Hugo Priscilio FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 14/04/2021 11:59:08 -05:00

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 2 de 37	

ÍNDICE

I.	PRESENTACIÓN	03
II.	DIGNÓSTICO COMUNICACIONAL	04
III.	LINEAMIENTOS COMUNICACIONALES	09
IV.	ALCANCE DEL PLAN DE COMUNICACIONES	13
V.	OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2021	13
VI.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
VII.	MARCO ESTRATÉGICO VINCULADO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	15
VIII.	CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL	16
IX.	ESTRATÉGIAS COMUNICACIONALES	18
X.	GRUPOS DE PÚBLICO-OBJETIVO	24
XI.	LOS MENSAJES CLAVES DE FONCODES Y MIDIS	25
XII.	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA	27
XIII.	PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA	29
XIV.	PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA	29
XV.	MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE FONCODES	29
XVI.	MANUAL DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	30
XVII.	PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN Y MANEJO DE MEDIOS PARA VOCEROS DE FONCODES	30
XVIII.	GUÍA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	30
XIX.	MONITOREO Y EVALUACIÓN	30
XX.	PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN 2021	32
XXI.	PLANES OPERATIVOS (PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA	33

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 3 de 37	

I. PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicación 2021 del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES) es una herramienta de gestión que orienta las acciones comunicacionales de los dos componentes claves para el crecimiento y desarrollo de toda organización, como son la Comunicación Interna y la Comunicación Externa.

Sobre la base de estos ejes se formulan y desarrollan las estrategias, acciones, actividades y productos en coherencia con los lineamientos de la política social del Estado y de Gobierno, las políticas de comunicación del sector MIDIS y los lineamientos de la Dirección Ejecutiva de FONCODES.

La Unidad de Comunicación e Imagen (UCI), como órgano de apoyo del Programa, se encarga de diseñar, formular y ejecutar las estrategias, actividades y productos de comunicación e imagen orientado a coadyuvar al cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

El Plan de Comunicaciones 2021 establece el marco conceptual y los lineamientos estratégicos, los objetivos, los mensajes claves, las actividades y productos de la UCI, los cuales se traducen en metas cuantitativas en los Planes Operativos de Comunicación Interna y Comunicación Externa, que conjuntamente con el Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios para Voceros; el Manual de Comunicación de Crisis; el Manual de Identidad Gráfica; y la Guía de Atención al Ciudadano; constituyen los insumos de trabajo de la UCI.

El presente Plan está formulado en coherencia con los lineamientos de la política de desarrollo e inclusión social, la misión y visión de FONCODES, sus objetivos estratégicos, así como la transversalización del enfoque de género (igualdad de oportunidades), enfoque de interculturalidad y el enfoque de desarrollo territorial en sus líneas de intervención. Todo eso se expresa en las estrategias de comunicación, los mensajes claves, los productos y actividades de UCI. Responde además a los lineamientos y directivas de comunicación de la Dirección Ejecutiva de FONCODES, en concordancia con el MIDIS.

Desde una perspectiva estratégica, la mejora de la reputación institucional y su fortalecimiento es una tarea de todos los servidores, pero es responsabilidad específica de la Unidad de Comunicación e Imagen orientar y conducir este proceso con el trabajo articulado de la Sede Central y las Unidades Territoriales.

La comunicación aplicada como una herramienta estratégica de gestión contribuye al fortalecimiento de las organizaciones y a la consecución de sus objetivos y metas. Este

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 4 de 37	

hecho, resultado del poder influyente de los medios, el desarrollo de la tecnología y el dinamismo de la vida social y política, exige un trabajo más articulado, sistemático y sostenible de los colaboradores del Programa, así como relaciones más estrechas y fluidas con sus usuarios, aliados y actores involucrados en el desarrollo de los territorios en donde interviene.

La ejecución del Plan de Comunicaciones 2021, afronta una contingencia relevante: la pandemia del Covid-19, que llegó al Perú y obligó al Gobierno Nacional desde la segunda quincena de marzo de 2021, declarar el estado de emergencia nacional, la cuarentena, el aislamiento, el distanciamiento social obligatorio y el toque de queda. Actualmente seguimos afrontando esta dura crisis sanitaria.

Esta situación, con un horizonte incierto a largo plazo, afecta a todos los sectores y en particular al sector público, y nos obliga a reajustar las expectativas y las metas, especialmente en el componente de comunicación externa. Sin embargo, se necesita realizar un trabajo más intenso en la comunicación interna que contribuya inclusive a generar resiliencia entre todos los trabajadores del Programa.

No obstante, la Unidad de Comunicación e Imagen, reafirma su propósito de desplegar todos sus esfuerzos para lograr los objetivos del Plan de Comunicaciones.

II. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL

El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social, FONCODES, es un programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, MIDIS, que promueve la autonomía económica sostenible y el desarrollo social de la población en situación de pobreza, pobreza extrema, vulnerabilidad o exclusión, en los ámbitos rurales y/o urbanos, mediante la generación de oportunidades económicas a través de proyectos de desarrollo productivo, de infraestructura y proyectos especiales, entre otros, en alianza con los diferentes actores públicos y/o privado comprometidos con el desarrollo local.

La formulación del Plan de Comunicaciones de FONCODES 2021, demanda el conocimiento y reconocimiento de los actores involucrados y vinculados con su misión, objetivos y estrategias institucionales.

Se hace necesario por ello, tener un diagnóstico para conocer y reconocer el ambiente interno y externo, así como los actores vinculados con el Programa, considerando sus niveles de influencia, de interdependencia, sus capacidades de actuación respecto a la misión institucional y el papel que cumplen o desempeñan en el entorno.

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 5 de 37	

En segundo lugar, debemos tener en cuenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, en términos políticos, comunicacionales y operativos, que nos permitirán desarrollar una matriz de cuadrantes que identifique, a su vez, los elementos que pueden promoverse y maximizarse, y, por el contrario, cuáles deberían mitigarse, de modo que guíen las rutas del trabajo comunicacional e informativo.

De este modo, podremos formular los objetivos y las estrategias necesarias y pertinentes, que nos ayuden a enfrentar con éxito los desafíos, y construir y reafirmar así, la imagen corporativa y la reputación institucional, tarea de largo aliento que compete a todos los trabajadores de FONCODES y, en particular, a la Unidad de Comunicación e Imagen - UCI.

Para esta tarea la Unidad de Comunicación e Imagen - UCI mediante talleres de trabajo virtual sucesivos desarrolló el diagnóstico comunicacional de FONCODES, utilizando dos metodologías claves para estos procesos: el mapeo de *stakeholders* o grupos de interés, y el análisis y matriz FODA. Estos instrumentos facilitan la identificación de los objetivos de largo, mediano y corto plazo, las prioridades estratégicas desde una perspectiva corporativa y las necesidades operativas, es decir, las actividades y tareas de comunicación e información.

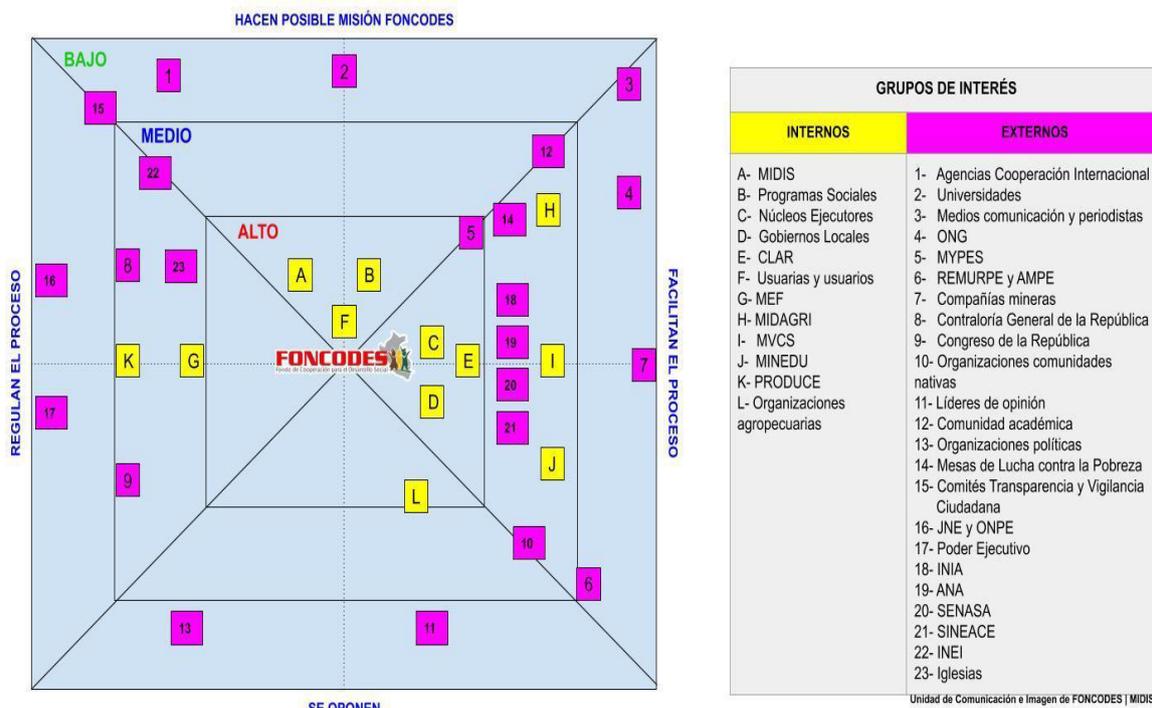
El mapa expone gráficamente las relaciones de poder y de influencia de los actores institucionales y sociales, y muestra el rol que cumplen respecto a la misión y los objetivos de FONCODES.

 PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
				UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN
S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 6 de 37	

MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS O “STAKEHOLDERS”

MAPEO DE STAKEHOLDERS

Taller de trabajo virtual de equipo UCI: miércoles 20 y viernes 22 de enero de 2021



Como se puede apreciar, el mapa muestra un número significativo de grupos de interés que son facilitadores de la misión de FONCODES con un “alto” y “mediano” grado de influencia. En su mayoría son grupos de interés externos, y eso es relevante. Entre tanto, los grupos de interés que se oponen o podrían oponerse son escasos y de “bajo” grado de influencia, y por lo demás, son externos.

Por otro lado, los grupos de interés que hacen posible la misión de FONCODES son relativamente pocos, pero tienen un alto grado de influencia y son actores internos. Estos cumplen roles, acciones y tareas vinculadas al financiamiento, implementación, operación, supervisión, monitoreo y evaluación de los componentes de los proyectos de FONCODES y sus actividades.

Por otro lado, los grupos de interés reguladores respecto a la misión institucional tienen un grado de influencia “alto” y “medio”, sin embargo, por su naturaleza, son más externos que internos.

Es oportuno decir que son principalmente actores institucionales de carácter público los interesados en el cumplimiento de la misión de FONCODES, como es obvio, pero desde la perspectiva de los usuarios, no son pocos los protagonistas privados

 PERÚ				Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen					Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna					Página 7 de 37	

(asociaciones de pequeños productores, Organismos No Gubernamentales y gremios de instituciones) los que también se alinean en ese sentido, pues están directamente involucrados en los impactos y beneficios de los servicios de FONCODES

ANÁLISIS Y MATRIZ FODA

Análisis y Matriz FODA

Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES

Taller del equipo UCI: martes 20 y viernes 22 de enero de 2021

Participantes:

1. Julio Acuña Velásquez
2. Bertha Arroyo Conde
3. Nancy Idrogo Vásquez
4. Miguel Moscoso Moscoso
5. Marco Ochoa
6. Abraham Sugimoto Olliden
7. Gustavo Urquiza Vilca

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Personal con experiencia en gestión de comunicación en el sector público. 2.- Conocimiento y experiencia en gestión de medios regionales, nacionales e internacionales. 3.- Recursos de Tecnologías de la Información, equipos y herramientas de comunicación. 4.- Capacidad de organización de eventos internos y externos. 5.- Capacidad de respuesta oportuna en la elaboración y entrega de información ante necesidades informativas y comunicacionales. 6.- Capacidad de adecuación de la gestión de la comunicación ante situaciones de crisis nacional y mundial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1.- Insuficiente número de especialistas en comunicación, para cubrir el trabajo comunicacional en las Unidades Territoriales. 2.- Insuficientes recursos tecnológicos y licencias necesarias de software para el desarrollo de productos de comunicación específicos. 3.- Insuficientes recursos económicos y humanos para una gestión integral de la comunicación. 4.- Débil compromiso de las áreas técnicas y UUTT para fortalecer la comunicación interna y externa. 5.- Poca disponibilidad de información que reducen oportunidades de sistematizar experiencias y lecciones aprendidas que generen valor a la institución. 6.- Falta de políticas y lineamientos comunicacionales del sector MIDIS para fortalecer el trabajo y estrategias comunicacionales del programa FONCODES.
OPORTUNIDADES	FO: MAXIMIZAR + MAXIMIZAR	DO: MINIMIZAR + MAXIMIZAR
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Trabajo articulado de la UCI FONCODES con las Unidades de Comunicación e Imagen de los programas sociales y del sector MIDIS. 2.- Medios de comunicación en los departamentos que requieren información de los proyectos que gestiona y financia FONCODES. 3.- Aliados estratégicos del ámbito nacional, regional, local y organismos de cooperación internacional interesados en proyectos de FONCODES. 4.- Conocimiento de la realidad rural, diversidad socioeconómica, cultural y políticas transversales como interculturalidad, enfoque de discapacidad, género, calidad, integridad, anticorrupción, y enfoque territorial para la inclusión social. 	<ol style="list-style-type: none"> A. 1+3: Aprovechar experiencias de gestión en comunicación pública con aliados estratégicos: gobiernos locales. B. 3+2+3: Aprovechar los equipos y tecnologías de comunicación para producir mejores contenidos y productos de calidad para fortalecer la comunicación externa y además articular con las áreas de comunicación y prensa de los gobiernos locales y gobiernos regionales. C. 2+4: Aprovechar el conocimiento y la experiencia en gestión de medios y la realidad rural para generar contenidos con enfoque de interculturalidad, de género, equidad, enfoque territorial y otros. 	<ol style="list-style-type: none"> A. 1+1: Optimizar y mejorar el trabajo de los especialistas en comunicación de la UCI aprovechando la articulación con los otros programas en las regiones. B. 3+3: Aprovechar las vinculaciones y capacidades de los aliados estratégicos regionales e internacionales para incrementar nuestros productos comunicacionales. C. 4+4: Promover el compromiso de las áreas técnicas y Unidades Territoriales para apoyar el trabajo de la UCI en comunicar y difundir mejor los proyectos que gestiona FONCODES con un enfoque de la realidad rural y políticas transversales.
AMENAZAS	FA: MAXIMIZAR + MINIMIZAR	DA: MINIMIZAR + MINIMIZAR
<ol style="list-style-type: none"> 1.- Riesgos ante los impactos de pandemia y fenómenos climáticos que impidan el desarrollo y cumplimiento de los objetivos y metas comunicacionales. 2.- Riesgo de politización del programa de FONCODES en el marco del proceso electoral. 3.- Alta rotación de personal directivo de FONCODES genera riesgo e incertidumbre en la gestión de la comunicación corporativa y de la reputación del Programa. 4.- Falta de presupuesto para proyectos de inversión social debilita el cierre de brechas para la inclusión económica, que limitan la generación de información y de contenidos para el fortalecimiento de la comunicación del Programa. 	<ol style="list-style-type: none"> A. 6+1: Aprovechar la capacidad de gestión de la comunicación de la UCI para minimizar los riesgos e impactos por la pandemia y los fenómenos climáticos. B. 1+2: Aprovechar la capacidad de gestión en comunicación pública y la aplicación de la legislación vigente sobre Neutralidad y Transparencia para minimizar el uso político de los programas en proceso electoral. C. 5+4: Optimizar la capacidad de generación de productos comunicacionales e información con los proyectos en marcha. 	<ol style="list-style-type: none"> A. 1+1+2: Ante el insuficiente número de especialistas, formular nuevas estrategias de comunicaciones vinculadas a riesgos de fenómenos climáticos y politización de los proyectos, articulado a los lineamientos comunicacionales del MIDIS. B. 3+3+3: Ante la rotación de directivos y la poca disponibilidad de información sistematizada, utilizar las tecnologías de la información de la UCI y las capacidades de los especialistas para dar continuidad al trabajo comunicacional.

Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES | MIDIS

El análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de FONCODES, desde una mirada corporativa y comunicacional, y la construcción de la matriz correspondiente, se realizó también en talleres de trabajo virtual en el que participaron los integrantes de la Unidad de Comunicación e Imagen. Los resultados de esta tarea se muestran en el cuadro superior, que en una primera parte identifica hechos y situaciones que corresponden a cada una de las cuatro opciones que brinda esta metodología, considerando los ambientes internos y externos. Luego se realizó el proceso de vinculación de cada una de estas en los cuadrantes de la matriz para definir qué supuestos maximizar y qué supuestos minimizar, de modo que nos permita definir

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 8 de 37	

las prioridades, el sentido y las orientaciones que han de tener los objetivos comunicacionales de carácter estratégico, primero, y táctico, después.

Es importante señalar que el análisis es comunicacional, con un enfoque que pone en el centro de la atención las funciones y tareas de la Unidad de Comunicación e Imagen, tomando en cuenta a FONCODES como uno de los programas del MIDIS y, por tanto, ejecutor de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social en el marco de sus competencias.

Como resultado de la reflexión y el análisis de las fortalezas y oportunidades; de las debilidades y oportunidades; de las fortalezas y amenazas, y de las debilidades y amenazas, tenemos estrategias de supervivencia, adaptativas, defensivas y ofensivas.

ESTRATEGIAS GENERALES

Fortalezas y Oportunidades: maximizar + maximizar

- Aprovechar la experiencia de gestión en comunicación pública con aliados estratégicos en el territorio: gobiernos regionales y locales, y organizaciones de la población usuaria, usando tecnologías de comunicación para producir mejores contenidos, fortaleciendo la comunicación externa en alianza con las áreas de comunicación y prensa de los gobiernos subnacionales.
- Desarrollar la experiencia en gestión de medios con pertinencia comunicacional respecto a la realidad rural para generar contenidos con enfoque intercultural, territorial, de género y equidad.

Debilidades y Oportunidades: minimizar + maximizar

- Optimizar y mejorar el trabajo de los especialistas en comunicación de la UCI sobre la base de la articulación operativa con los otros programas sociales del MIDIS en las regiones.
- Promover el compromiso de las Unidades Técnicas y Unidades Territoriales para apoyar el trabajo de la UCI de comunicar y difundir mejor los proyectos que gestiona FONCODES, los logros e impactos en las familias usuarias.

Fortalezas y Amenazas: maximizar + minimizar

- Minimizar el riesgo del uso político de los proyectos y programas durante los procesos electorales sobre la base de los principios de la gestión en comunicación pública, y la comunicación y difusión de los contenidos del Código de Ética en la Función Pública, Código de Ética y Conducta del MIDIS y sus Programas Nacionales; y de la aplicación de la legislación vigente sobre Neutralidad y Transparencia.

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 9 de 37	

Debilidades y Amenazas: minimizar + minimizar

- Promover el fortalecimiento del equipo UCI con programas de capacitación que permitan atender las crecientes demandas de nuevos y mejores productos, para dar continuidad al trabajo comunicacional en un contexto de fin de periodo gubernamental y escenario previsible de cambios y/o alta rotación de funcionarios directivos y empleados de confianza del programa FONCODES.

III. LINEAMIENTOS COMUNICACIONALES

Forma parte del contenido del presente Plan de Comunicaciones FONCODES 2021, temas claves como Neutralidad y Transparencia, Plan Bicentenario, Hambre Cero, y Campaña de Salud contra la pandemia. Tienen que ver con las políticas del sector MIDIS, objetivos nacionales y coyunturales que directa e indirectamente se relacionan al trabajo comunicacional de FONCODES.

“Lo que no se comunica, no existe”, es una frase que utilizamos los periodistas y consultores de comunicación estratégica. Por lo tanto, tenemos que comunicar, resaltar, hacer que se note el trabajo de nuestra institución FONCODES para que se posicione en temas de relevancia.

Al estar en plena campaña electoral, FONCODES tiene que reflejar neutralidad y transparencia, gestionando los proyectos en concordancia con la normativa vigente. Asimismo es importante poner en evidencia que nuestros proyectos están alineados al Plan Bicentenario y sus objetivos nacionales, así como a los Objetivos de Desarrollo Sostenible al año 2030 de las Naciones Unidas. ; en la intervención Hambre Cero del MIDIS, destacaremos el papel que cumplirá el proyecto Haku Wiñay en el objetivo de desarrollo productivo en el contexto de la emergencia sanitaria por el covid-19; también destacaremos nuestra presencia activa sumándose a la campaña comunicacional de Emergencia de Salud contra la pandemia.

Así, nuestros productos comunicacionales con mensajes claves llegarán mejor a nuestras audiencias (el público interno y externo, entre ellos los stakeholders que se desempeñan como aliados estratégicos) a través de las diversas plataformas comunicacionales: medios digitales y las redes sociales, y también los medios tradicionales de alcance nacional como la televisión, radio y los periódicos impresos.

A. Neutralidad y Transparencia

En el contexto de elecciones generales en marcha, FONCODES, programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social - MIDIS, promueve la conducta transparente y neutral de todos los servidores, así como de las personas naturales y jurídicas

  Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social		Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen	Versión: 1.0		
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna	Página 10 de 37		

vinculadas al trabajo institucional, a fin de asegurar el no uso de los recursos públicos a favor o en contra de los candidatos u organizaciones políticas, en concordancia con la normativa vigente y los lineamientos de política nacional y sectorial plasmados en la Directiva N° 004-2019-MIDIS aprobada con Resolución Ministerial N° 262-2019-MIDIS. Para ello desarrollaremos productos comunicacionales propios y/o utilizaremos para la difusión los que proporcione los organismos electorales como la ONPE.

Productos comunicacionales:

- Notas de Prensa donde se destaque la posición de FONCODES y de sus servidores
- Producir el tema en la difusión de la Síntesis Informativa diaria
- Campaña “Propuesta de #HASHTAG”
- Difundir gráficas producidas por ONPE para redes sociales
- Difundir videos producidos por ONPE para redes sociales

B. Proyecto Especial Bicentenario del Perú

En el marco del Decreto Supremo N° 004-2018-MC; que crea el Proyecto Especial Bicentenario de la Independencia del Perú, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, a julio 2021, consolida resultados prioritarios, prestaciones estratégicas y programas presupuestales centradas en la generación de oportunidades de bienestar de las personas desde una apuesta de articulación territorial junto a sectores, Gobiernos Regionales, Gobiernos Locales y otros aliados estratégicos.

Los proyectos de FONCODES, al estar alineados al Plan Bicentenario y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible al año 2030 de las Naciones Unidas, en el Plan de Comunicaciones año 2021 es preciso incluir estrategias comunicacionales con mensajes claves del Programa y las que difundan el sector MIDIS.

El Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021 es el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional basado en el Acuerdo Nacional, en los 6 ejes estratégicos y en las 31 Políticas de Estado que suscribieron las fuerzas políticas y sociales en el año 2002. Dicho plan contiene las políticas nacionales de desarrollo que debe seguir el país.

En el Plan Bicentenario se plantea el reto de mirar el futuro de forma integrada y coherente mediante ejes estratégicos que trazan objetivos, acciones y metas al 2021, enfatizando los determinantes del cambio hacia el 2030 y proyectando al Perú hacia el año 2050.

Productos comunicacionales:

- Incluir en la síntesis informativa diaria

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 11 de 37	

- Difundir contenidos sobre la participación de FONCODES en la reducción de la pobreza y el desarrollo productivo rural
- Producir afiches para micas, periódico mural, y portal web
- Producir gráficas para redes sociales
- Producir un video corto para YouTube y redes sociales
- Entrevista para un líder de opinión, aliado estratégico

C. Intervención Temporal “Hambre Cero”

La Intervención Temporal “Hambre Cero” es una estrategia del MIDIS aprobada por la Resolución Ministerial N° 013-2021-MIDIS, publicada el 20 de enero de 2021 con el propósito de contribuir a la reducción de brechas de inseguridad alimentaria de manera focalizada, diferenciada y gradual, en beneficio de la población del ámbito urbano y rural en situación de vulnerabilidad como resultado de la propagación del Covid-19.

La intervención es liderada por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social en estrecha coordinación y articulación con los diferentes sectores competentes y niveles de gobierno durante el año 2021, en el marco de sus competencias.

La estructura de la Intervención Temporal “Hambre Cero” consta de tres componentes: (i) Desarrollo Productivo, (ii) Apoyo Alimentario; y (iii) Articulación Territorial, cuya implementación se sustenta en la priorización de intervenciones con enfoque territorial según objetivos estratégicos, resultados esperados y criterios de focalización establecidos por la RM N° 013-2021-MIDIS.

Las acciones referentes a “Hambre Cero” estarán focalizadas y articuladas en el territorio, vinculando con el trabajo de FONCODES a través del proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai, que tendrá la misión de promover el desarrollo de capacidades productivas de las familias en el ámbito rural.

Objetivo comunicacional

Contribuir desde la comunicación al posicionamiento de la intervención temporal Hambre Cero como prioridad en las políticas estatales que contribuyan con la reducción de las brechas de inseguridad alimentaria de forma focalizada, diferencia y gradual; mediante el desarrollo de estrategias comunicacionales que generen participación y compromiso de la ciudadanía, autoridades, decisores y actores clave de la sociedad.

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 12 de 37	

Objetivos específicos

- Promover el interés y el diálogo social sobre la lucha contra el hambre y la importancia y beneficios de que toda persona en situación de vulnerabilidad y/o pobreza extrema accedan a alimentos suficientes y saludables.
- Promocionar el acceso, valoración y uso adecuado de los paquetes de intervenciones alimentarias/productivas para contribuir en la lucha contra el hambre.
- Informar sobre las modalidades complementarias para acceder a las canastas básicas de alimentos.
- Establecer alianzas estratégicas con redes, entidades y medios de comunicación para generar apoyo en la difusión de mensajes claves.
- Sensibilizar a las autoridades, decisores y ciudadanía sobre su rol para contribuir en la lucha contra el hambre.

Productos y actividades comunicacionales:

- Difundir campañas y productos comunicacionales desarrollados por el MIDIS
- Difundir productos comunicacionales enfocados directamente en el papel del proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai en Desarrollo Productivo.

Se propone desarrollar las siguientes campañas:

- Trabajamos por el #Hambre Cero
- Alimentamos a las familias pobres que padecen los efectos de la pandemia del Covid-19
- Producimos alimentos orgánicos para fortalecer tu sistema inmunológico
- Haku Wiñay promueve seguridad alimentaria de las familias

D. Campaña de Salud contra la pandemia

El MIDIS a través de sus programas sociales, entre ellos FONCODES se suma a las campañas de Salud, promovida por el Estado peruano a través del Ministerio de Salud de la Presidencia del Consejo de Ministros, para la prevención, protección de la salud de los miembros de la familia, vecinos, y ciudadanos.

Productos y actividades comunicacionales:

- Difundir gráficas #NoBajemosLaGuardia en redes sociales
- Difundir gráficas en el portal institucional de FONCODES
- Difundir videos del MINSA en canal YouTube y redes sociales
- Promover charlas de salud, salud mental, terapia de parejas, bienestar familiar mediante webinar UCI-URH.

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 13 de 37	

IV. ALCANCE DEL PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de Comunicaciones de FONCODES 2021 contempla la gestión descentralizada de la comunicación, articulando las tareas de la Unidad de Comunicación e Imagen con las Unidades Técnicas, Unidades Territoriales y la Dirección Ejecutiva.

El Plan de Comunicaciones 2021 tiene las características siguientes:

- ✓ Es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas desde la alta Dirección del Programa, que guía el trabajo de la Unidad de Comunicación e Imagen y se sostiene en los planes operativos anuales, que forman parte en el anexo.
- ✓ Es la “hoja de ruta” que se reajusta en función del monitoreo, seguimiento y evaluación interno y semestral, y la incorporación de las recomendaciones y sugerencias para alcanzar las metas previstas en los planes operativos.
- ✓ Tiene alcance nacional. Es de cumplimiento y aplicación obligatoria en la Sede Central y en cada una de las 26 Unidades Territoriales.

Está sustentado en las normas legales y directivas del MIDIS y de FONCODES, entre ellas, las siguientes:

- Plan Operativo Institucional de FONCODES 2021
- Manual de Operaciones (MOP) de FONCODES – octubre 2017
- Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social
- Lineamientos estratégicos de comunicación del MIDIS
- Manual de Identidad Gráfica de FONCODES
- Manual de Comunicación de Crisis de FONCODES
- Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios para Voceros de FONCODES
- Guía del Servicio de Atención al Ciudadano

V. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2021

Comunicación Externa

- ☐ *Construir y fortalecer la identidad, imagen y buena reputación de FONCODES como programa eficiente y eficaz en la generación de oportunidades económicas sostenibles y en los procesos de inclusión social para los hogares rurales pobres y pobres extremos mediante acciones, con estrategias, mensajes claves, actividades y productos comunicacionales.*

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 14 de 37	

- ?* **Promover la buena reputación e imagen de FONCODES como programa del MIDIS que financia y gestiona proyectos y programas de manera eficiente, eficaz, transparente, participativa y articulada en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.**

Comunicación Interna

- ?* **Promover la identificación y compromiso del personal con la visión, misión y objetivos estratégicos de FONCODES y con sus valores institucionales, fortaleciendo el espíritu colaborativo de sus servidores en el marco de la ética en la función pública.**
- ?* **Fortalecer entre los colaboradores el conocimiento y reconocimiento sobre el rol de FONCODES como programa del MIDIS que contribuye a la inclusión económica de los hogares rurales y a la generación de oportunidades económicas sostenibles.**

VI. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comunicación Externa

- ?* **Generar, producir y difundir mensajes clave y productos comunicacionales que contribuyan al conocimiento, comprensión y valoración de la gestión e inversión del FONCODES y del MIDIS para la inclusión económica y social de la población rural y en la lucha contra la pobreza y la desigualdad.**
- ?* **Brindar información oportuna a los usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, autoridades, agentes económicos y sociales sobre la misión, objetivos, metas e impactos de la gestión e inversión de FONCODES, comunicando asimismo las experiencias exitosas de los usuarios de los proyectos que financia.**
- ?* **Comunicar los logros de FONCODES a los usuarios, ciudadanos, aliados estratégicos con enfoque intercultural, equidad de género y de gestión de calidad.**
- ?* **Impulsar el enfoque de comunicación para el desarrollo en el proceso de implementación de los proyectos que contribuya al empoderamiento de los usuarios y de los Núcleos Ejecutores en los territorios intervenidos por FONCODES.**

Comunicación Interna

- ?* **Propiciar la identidad institucional dirigida a integrar al conjunto de sus colaboradores en un clima de confianza y motivación, fomentando la**

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 15 de 37	

participación en actividades orientadas a mejorar la cohesión interna.

- ☐ *Comunicar y compartir entre los colaboradores los logros e impactos de los proyectos y programas financiados y gestionados por FONCODES con enfoque de género, interculturalidad y de gestión de calidad.*

VII. MARCO ESTRATÉGICO VINCULADO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

El Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), es el órgano rector de la política social del Estado, encargado de diseñar las políticas y las estrategias para la reducción de la pobreza y la pobreza extrema con un enfoque de articulación intersectorial e intergubernamental. Tiene adscritos a siete (07) programas sociales de alcance nacional, entre ellos, el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES).

FONCODES aborda el Eje 4 de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social, Inclusión Económica, el cual está definido como el proceso que conduce a ampliar la estructura de oportunidades económicas para las familias, en territorios de alta pobreza y, de esa manera, incrementar el ingreso autónomo de los hogares bajo un enfoque de desarrollo rural territorial.

En esta perspectiva, FONCODES, ha establecido en su Manual de Operaciones su direccionamiento estratégico en su misión, visión y objetivos institucionales:

Visión:

FONCODES, gestiona programas y proyectos de desarrollo productivo, infraestructura económica y social, orientados hacia la población en situación de pobreza y pobreza extrema, vulnerabilidad o exclusión, en el ámbito rural y/o urbano, articulados territorialmente en alianza con los actores comprometidos con el desarrollo local.

Misión:

FONCODES, es reconocido como el programa líder a nivel nacional en promover las oportunidades económicas y el desarrollo social, en el marco de una política de inclusión social con enfoque territorial, dirigida hacia la población en situación de pobreza, pobreza extrema, vulnerabilidad o exclusión, en el ámbito rural y/o urbano.

Objetivo general:

FONCODES tiene como objetivo general contribuir a la generación de mayores oportunidades económicas y al desarrollo social para la población en situación de pobreza, pobreza extrema, vulnerabilidad o exclusión, en el ámbito rural y urbano, focalizados territorialmente.

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social			Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 16 de 37	

Objetivos específicos:

1. *Desarrollar capacidades productivas y de gestión de emprendimientos en hogares en situación de pobreza, pobreza extrema, vulnerabilidad o exclusión, complementados con proyectos de infraestructura.*
2. *Desarrollar la infraestructura social, económica y productiva, orientado a facilitar la generación de oportunidades económicas y al desarrollo social.*
3. *Mejorar la participación de los actores locales para contribuir a la generación de oportunidades económicas y al desarrollo social; así como la articulación con otros sectores.*

Líneas de Acción de FONCODES

LÍNEAS DE ACCIÓN DE FONCODES	
1	En Proyectos Productivos <input type="checkbox"/> Programa Presupuestal 0118 “Acceso de Hogares Rurales con Economías de Subsistencia a Mercados Locales”: Proyecto Haku Wiñay
2	En Proyectos de Infraestructura <input type="checkbox"/> Proyecto “Residencias Estudiantiles” en zonas rurales de selva y sierra <input type="checkbox"/> IOARR en caminos de herradura (veredas peatonales) enmarcados en el Plan de Cierre de Brechas aprobado con DS 145-2020-PCM
3	En Proyectos Especiales <input type="checkbox"/> Estrategia “Compras a MYPERÚ”: adquisición a las mypes de bienes de los rubros: textil-confecciones, cuero-calzado, muebles-madera, metalmecánica y otros demandados por el Estado.

VIII. CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL

La Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES es el órgano de soporte responsable de planificar, organizar, conducir y supervisar la política y estrategia de comunicación, así como ejecutar las actividades de posicionamiento y difusión en el marco de los objetivos de FONCODES y los lineamientos del MIDIS.

Son dos los componentes a desarrollar:

1. Comunicación Externa:

Está dirigida a públicos que no pertenecen a la institución y su objetivo es comunicar e informar a los ciudadanos a través de actividades de prensa, promoción, difusión y de relaciones públicas para influir positivamente en el público.

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 17 de 37	

En este marco y sobre la base de los lineamientos de la Dirección Ejecutiva de FONCODES, se plantean un conjunto de acciones, actividades y productos dirigidos a los grupos de público-objetivo del FONCODES y de sus aliados estratégicos para comunicar los logros, experiencias exitosas, gestiones y tareas de la organización. Se programa y ejecuta en coordinación con las Unidades de la Sede Central y de las Unidades Territoriales.

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA, EN COORDINACIÓN CON LAS UNIDADES DE LA SEDE CENTRAL Y UNIDADES TERRITORIALES
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración y difusión de material informativo y productos comunicacionales
<ul style="list-style-type: none"> ● Cobertura periodística de actividades externas. Resultados de los proyectos y programas
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión de la comunicación digital (Redes Sociales, portal web y otros)
<ul style="list-style-type: none"> ● Actividades de relaciones públicas en general
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar y diseñar publicaciones del Programa por ejes temáticos y resultados de las intervenciones
<ul style="list-style-type: none"> ● Servicio de orientación y atención al ciudadano a nivel nacional
<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluar los resultados de las actividades de comunicación externa a través de indicadores operativos y estratégicos para conocer los logros reales de la UCI
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión del material informativo: folletos, trípticos, material gráfico, audiovisual y gestión de la web con enfoque intercultural y equidad de género.
<ul style="list-style-type: none"> ● Seguimiento del cumplimiento del Manual de Identidad Gráfica del FONCODES, alineado al Manual de Identidad Corporativa del MIDIS.
<ul style="list-style-type: none"> ● Producción de materiales promocionales o de merchandising en los grupos objetivos.
<ul style="list-style-type: none"> ● Ferias informativas y procesos de inducción a usuarios, ciudadanos y otros actores
<ul style="list-style-type: none"> ● Diseño, desarrollo y distribución de merchandising (material de oficina, agendas, y otros)
<ul style="list-style-type: none"> ● Presentación y entrega de resultados de la implementación de proyectos ante autoridades del MIDIS, del Poder Ejecutivo, del Poder Legislativo, medios de comunicación y otros grupos de interés.
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión de interés e incidencia con <i>stakeholders</i> principales y secundarios, y medios de comunicación.
<ul style="list-style-type: none"> ● Construir indicadores para medir y evaluar las actividades de comunicación corporativa
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaboración y difusión de plan de actividades por los 30 años de FONCODES, mostrando resultados e impactos.

2. Comunicación Interna:

La comunicación interna se centra en el capital humano y en las actividades institucionales internas. Es un proceso que involucra e integra a la Alta Dirección, funcionarios y trabajadores de todos los niveles y su objetivo es promover la participación activa de todas en actividades y procesos para generar un clima organizacional de trabajo cordial y de confianza que acreciente el compromiso con la misión, visión, objetivos y valores institucionales, de modo que se fortalezcan las capacidades del Programa para que sus proyectos sean sostenibles.

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 18 de 37	

Mejorar los procesos de comunicación interna es muy importante para FONCODES. Contribuirá a elevar la productividad, eficiencia y eficacia de la institución, y, por ende, alcanzar sus objetivos estratégicos y específicos.

El Plan Operativo de Comunicación Interna define las acciones y tareas correspondientes, y se implementa en coordinación con la Unidad de Recursos Humanos, en el marco de la Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna aprobada por SERVIR, conforme al Manual de Operaciones de FONCODES del año 2017.

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA, EN COORDINACIÓN CON LA UNIDAD DE RECURSOS HUMANOS
<ul style="list-style-type: none"> ● Diagnóstico de la cultura organizacional y de las necesidades de comunicación interna (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Evaluar los flujos de comunicación interna, las formas de dirigir y liderar, niveles de satisfacción, identificación y compromiso de los trabajadores (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Desarrollar estrategias orientadas a la reducción de los rumores y la comunicación informal (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Elaborar estrategias de difusión de políticas internas y transversales (Gestión de Calidad, Enfoques de Discapacidad y Género, Antisoborno, Control Interno, Interculturalidad, Neutralidad, Ética y otros dirigidos al personal del Programa (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Promover la comunicación interna a través de revistas, boletines, correo institucional, vitrinas e Intranet (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Contribuir al fortalecimiento del sistema de información y gestión del conocimiento de contenidos institucionales (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Proponer un sistema de premios y reconocimientos que motiven al personal (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Alinear la cultura organizacional con la Misión y Visión, fortaleciendo aquellos rasgos que afirmen y reafirmen el compromiso con los objetivos institucionales (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Definir indicadores, medir y evaluar los resultados de las acciones aplicadas a la mejora de los procesos de comunicación interna (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Gestionar y organizar actividades conmemorativas, recreativas e informativas (URH y UCI).
<ul style="list-style-type: none"> ● Cobertura de prensa de actividades institucionales internas (UCI).

IX. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

Las estrategias comunicacionales son el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico, que permiten definir tanto las tareas a realizar como el modo de cumplirlas, utilizando las herramientas de comunicación disponibles.

Las estrategias de comunicación son a la vez una decisión y una intención. Prioriza objetivos y valora la información disponible, tanto sobre el contenido como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación.

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0		
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 19 de 37		

a) Estrategias de contenidos:

- Contenidos con géneros periodísticos y con formas discursivas (descriptivas, expositivas, argumentativas) diversificados, según los grupos de público-objetivo interno y externo.
- Contenidos competitivos (atractivos en el contexto de la información generada por las instituciones del Estado, y de interés periodístico) y oportunos entregados a los medios de comunicación, periodistas, líderes de opinión y autoridades gubernamentales y no gubernamentales.
- Contenidos de alta calidad, explícitos y amigables, elaborados de acuerdo a los grupos de público-objetivo, interno y externo, que reconozcan y respeten los enfoques de género, interculturalidad, y de desarrollo territorial local; desde una perspectiva que incorpore la política de inclusión social.
- Contenidos cuyos protagonistas sean principalmente usuarios y aliados de FONCODES, que relatan sus experiencias exitosas y los cambios en la vida de los hogares usuarios.
- Contenidos que fortalezcan conocimientos y promuevan actitudes favorables, habilidades y destrezas de los hogares en situación de pobreza y pobreza extrema para el desarrollo humano y familiar, el desarrollo local y la inclusión social.
- Contenidos que expresen el enfoque de género, enfoque intercultural y enfoque de desarrollo territorial rural en la perspectiva de construir ciudadanía, promover la igualdad de oportunidades, respeto y valoración de los pueblos y culturas originarias, y la promoción del desarrollo humano con participación y cogestión de los usuarios de los proyectos.

b) Estrategias de gestión de medios y recursos:

- Desarrollar el “enfoque de la comunicación 360º”, es decir, la integración coherente de la gestión comunicativa, con una perspectiva holística con mensajes que converjan en la fidelización de la población objetivo (usuarios, actores sociales, económicos y políticos) usando los recursos disponibles que contribuyan a la reputación institucional, lo que supone articular el frente interno y externo, para que se ayuden mutuamente en la socialización de los logros institucionales.

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 20 de 37	

- Articular la gestión de medios con los recursos disponibles sobre la base de una selección apropiada de los canales de difusión; la elección de contenidos pertinentes respecto a las ventajas/desventajas de éstos; y el uso de los formatos/géneros, que puedan retribuir un impacto comunicacional mayor, incluyendo campañas informativas específicas.
- Evaluar el tiempo y la oportunidad de la intervención, y el monitoreo de las acciones a desarrollar, teniendo en cuenta la potencialidad de la radio en las áreas rurales en especial y considerando, además:

Medios audiovisuales:

Televisión de señal abierta, televisión digital terrestre, televisión por cable, circuito cerrado de televisión y radioemisoras.

Medios digitales:

Portales Web, correos electrónicos, blogs (sitios web personales), podcast (emisión y distribución de archivos multimedia desde internet), Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, YouTube), presentaciones en Power Point, boletines y otras publicaciones electrónicas.

Medios de comunicación alternativos:

Radios comunitarias, megáfonos, pizarrines y otros.

Medios de apoyo:

Trípticos, dípticos, volantes, merchandising, paneles, banderolas, banners y afiches.

Medios de comunicación comunitaria:

Talleres informativos, talleres de capacitación, jornadas de inducción, sociodramas, reuniones de trabajo, mapas parlantes, pasantías, exposiciones y otros.

En este contexto, los canales de comunicación preferentes para las piezas de comunicación del FONCODES serán la radio, la televisión, las redes sociales e internet, y la prensa escrita, en ese orden, considerando los siguientes criterios en función de los grupos de público-objetivo:

1. La población objetivo mayoritaria de FONCODES habita en la zona rural de la sierra y la selva. Sus usuarios tienen mayor acceso a las radioemisoras como medio más efectivo de información y comunicación.

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 21 de 37	

2. La televisión, hoy en día, es también un medio con una enorme capacidad de comunicación y aunque la colocación de los productos informativos es más restrictiva, se debe hacer incidencia para lograrlo, priorizando las estaciones de televisión local y regional.
3. Las redes sociales e internet, como parte de la comunicación digital, a la que se suma los aplicativos de telefonía móvil, principalmente WhatsApp y Telegram, están adquiriendo singular importancia y se encuentran en crecimiento. Por tanto, deben ser aprovechados como herramientas de comunicación.
4. La prensa escrita tiene la ventaja de que el mensaje comunicacional tenga mayor tiempo de exposición hacia el público objetivo y ahí radica su importancia. Tendrá también prioridad para los productos comunicacionales con contenidos más estructurados: notas de prensa, informes periodísticos, crónicas, testimonios y reportajes.

c) Estrategias de comunicación macro regional

La Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES ha diseñado también una estrategia de comunicación macro regional, para gestionar el trabajo del área de manera descentralizada, fortaleciendo la relación con los trabajadores de las Unidades Territoriales, acercándonos mejor a los usuarios, a nuestros aliados estratégicos y a los ciudadanos.

Esta estrategia articula acciones de la UCI con las tareas que desarrolla la institución a nivel nacional y eso supone actuar desde el territorio, en coherencia con el diseño descentralizado de la institución, coordinando acciones y tareas con las Unidades Territoriales. Identificamos tres grandes zonas de intervención de la UCI en función de las Unidades Territoriales. Estas son:

- Zona Norte:** Tumbes, Piura, Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, Chachapoyas, Iquitos y Tarapoto.
- Zona Centro:** La Merced, Ayacucho, Huánuco, Huaraz, Huancavelica, Cerro de Pasco, Lima, Ica, Chimbote, Huancayo.
- Zona Sur:** Abancay, Arequipa, Moquegua, Tacna, Puno, Puerto Maldonado, Pucallpa, Cusco.

En estos territorios, el equipo UCI articulará su labor con las Unidades Territoriales en tanto no se tengan comunicadores en esas zonas.

d) Estrategias de comunicación interpersonal

 		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 22 de 37	

En el marco del Servicio de Atención al Ciudadano a cargo de la Unidad de Comunicación e Imagen, los profesionales y técnicos que realizan esta tarea cumplen una labor importantísima de comunicación interpersonal con los ciudadanos y autoridades, usuarios y no usuarios de los proyectos y servicios de FONCODES.

Los canales de atención al ciudadano (plataforma Orienta MIDIS, teléfono, correo y atención presencial) son herramientas y a la vez una estrategia valiosa para la comunicación interna y comunicación externa. De este modo, la labor de comunicación e imagen de manera sostenida y articulada en todo el país, contribuirá a la reputación institucional.

e) Estrategias para la comunicación externa

- Construcción y fortalecimiento de la identidad e imagen sobre la base de los logros de sus Unidades Territoriales, las orientaciones y lineamientos de la Alta Dirección de FONCODES y el buen desempeño de sus colaboradores.
- Socializar y difundir los productos comunicacionales que muestren los procesos de inclusión social y económica como resultado de los proyectos financiados y gestionados por FONCODES, articulando las intervenciones y gestiones con comunicadores de los gobiernos locales, líderes de opinión, líderes comunales y medios de comunicación.
- Consolidación de la relación FONCODES - medios de comunicación y periodistas mediante acciones de cabildeo y en base a los principios de transparencia, probidad, responsabilidad e independencia, respetando la libertad de prensa y de opinión, y cumpliendo las normas del Código de Ética de la Función Pública y el Código de Ética del MIDIS.
- Priorizar su intervención externa en medios televisivo y radial, especialmente en el ámbito de sus Unidades Territoriales, y construir una imagen positiva de la institución mediante las experiencias exitosas de sus usuarios y la gestión descentralizada de las tareas y acciones de comunicación, prensa e imagen.
- Los protagonistas principales de los productos de comunicación del FONCODES son los usuarios de sus proyectos. Darle voz a los usuarios para que cuenten sus historias y experiencias es una estrategia pertinente que ayuda a tener acceso a los medios de comunicación.
- Satisfacer la demanda de información, consultas, pedidos, quejas y denuncias de los ciudadanos, líderes y autoridades a través del Servicio de Atención al Ciudadano gestionado por la UCI en concordancia con los lineamientos para la

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 23 de 37	

atención al ciudadano de la Dirección General de Calidad de Prestaciones Sociales del MIDIS.

f) Estrategias para la comunicación interna

- Construcción y fortalecimiento de la identidad institucional mediante un trabajo coordinado con la Alta Dirección de FONCODES, la Unidad de Recursos Humanos, Unidades de la Sede Central, Unidades Territoriales, agentes profesionales y técnicos y colaboradores.
- La institucionalización de espacios y canales de participación, consulta y comunicación de decisiones de trascendencia institucional de manera oportuna, para facilitar el acercamiento entre funcionarios y servidores, promover la cohesión interna e incentivar el espíritu colaborativo de los servidores del Programa.
- Las actividades conmemorativas oficiales, y las actividades de esparcimiento y socialización, estarán acompañadas cuando sea pertinente, de la participación de los colaboradores con habilidades creativas y/o artísticas para lo cual se coordinará con las Unidades involucradas.
- Establecer y promover la entrega de estímulos y reconocimientos para los trabajadores por la realización de acciones extraordinarias que impliquen beneficio para la institución.
- Sobre las plataformas del Servicio de Atención al Ciudadano que gestiona la UCI, intensificar los vínculos con las Unidades Territoriales y Unidades Técnicas coordinando y gestionando consultas informativas, con acciones que muestren el interés sobre su trabajo, canalizando los resultados de la gestión de estas áreas.

g) Estrategias de la comunicación audiovisual

Los recursos audiovisuales se han convertido en una práctica de uso permanente en los ciudadanos. La facilidad tecnológica y la inmediatez a la información hacen más asequible este recurso, ello permite tener una gran variedad de posibilidades y plataformas de difusión de videos para generar y publicar contenidos atractivos e interactivos con nuestro público objetivo. En este contexto la estrategia de comunicación audiovisual, en el Plan tiene el objetivo de contribuir en la difusión de los resultados, actividades y logros de las diversas intervenciones del Programa en sus dos componentes de la CE y CI, para fortalecer la identidad, imagen y buena reputación que tiene FONCODES.

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 24 de 37	

- Cobertura audiovisual de las actividades institucionales recogiendo imágenes de calidad y testimonios de usuarios que sirvan como insumo para la elaboración de piezas audiovisuales.
- Productos audiovisuales con mensajes claros y de calidad con tiempo duración en base a la tasa de retención (tiempo de visualización media) de acuerdo a la plataforma de difusión, con el fin de obtener los resultados comunicativos que busquemos.
- El estilo de cada pieza audiovisual dependerá del target (público objetivo) al que nos dirigimos, ya sea informativo, publicitario, teasers, de capacitación, tutoriales o piezas para medios televisivos.
- El formato dependerá de la plataforma de difusión, es importante indicar que el consumo de nuestros contenidos va a ser multiplataforma, por ello, las piezas comunicacionales serán creadas en diversos formatos y resoluciones para que nuestro contenido pueda ser visto en cualquier dispositivo.
- Bajo la perspectiva de la mejora continua, la producción audiovisual siempre estará en proceso de evaluación tanto interna como externa, para ello el principal repositorio de los videos producidos será YouTube, debido a que esta red social permite conocer la cantidad de visualizaciones para medir el éxito de nuestros videos.
- La creación de productos audiovisuales se ha convertido en herramienta de comunicación corporativa garantizada, por ello, el video marketing se usará como un tipo de campaña en redes sociales (estrategia digital) con el fin de posicionar a la institución y lograr los objetivos que nos hemos propuesto.

X. GRUPOS DE PÚBLICO-OBJETIVO

El Plan de Comunicaciones 2021 considera diversos grupos de público-objetivo como destinatarios e interlocutores del Programa, identificados y diferenciados por su relación con la institución, su actuación en los espacios y territorios en donde interviene FONCODES, y en términos generales, en función de su ubicación frente al Estado.

a) Grupos de público-objetivo externo:

Identificamos tres grupos de público-objetivo:

Grupo 1: Usuarios de los servicios de FONCODES:

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 25 de 37	

Ciudadanos -principalmente rurales- usuarios de los proyectos financiados por FONCODES; integrantes de los órganos representativos de los Núcleos Ejecutores (ORNEs); autoridades locales (alcaldes y regidores); autoridades y líderes comunales.

Grupo 2: Autoridades políticas y regionales, líderes de opinión, organizaciones e instituciones:

En este grupo se ubican los presidentes y consejeros de los gobiernos regionales, los gobernadores y tenientes gobernadores, líderes políticos, líderes de opinión, dirigentes, representantes de instituciones y organizaciones como gremios empresariales, organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONGs), representantes e institutos de investigación, universidades, autoridades gubernamentales, autoridades provinciales y distritales, congresistas y otros.

Grupo 3: Medios de comunicación, periodistas y ciudadanos:

Medios y periodistas de radio, televisión, prensa escrita, internet y redes sociales, y ciudadanos en general, tanto de las áreas rurales como de las zonas urbanas.

b) Grupos de público-objetivo interno:

Tenemos aquí dos grupos:

Grupo 1: Colaboradores de FONCODES, de la Sede Central y Unidades Territoriales.

Grupo 2: Alta Dirección del MIDIS, directores y colaboradores de los programas sociales adscritos al sector: Juntos, Pensión 65, Cuna Más, Qali Warma, País y Contigo.

XI. LOS MENSAJES CLAVES DE FONCODES Y MIDIS

Los mensajes claves resumen el propósito de FONCODES en relación con el cumplimiento de su mandato misional, y son insumos intrínsecos de sus productos comunicacionales.

Estos mensajes claves vinculados a FONCODES fueron validados en consulta con la Unidad de Gestión de Proyectos Productivos, Unidad de Gestión de Proyectos de Infraestructura, Unidad de Gestión de Proyectos Especiales y la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización:

a) Mensajes claves de comunicación general de FONCODES

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0		
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 26 de 37		

- ✓ *FONCODES, programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, trabaja para la inclusión económica y social de los hogares rurales, en el marco de la estrategia nacional “Incluir para Crecer” del MIDIS.*
- ✓ *FONCODES, programa del MIDIS, contribuye a la generación de oportunidades económicas sostenibles y al desarrollo social de los hogares en situación de pobreza y pobreza extrema de las zonas rurales y urbanas en alianza con los actores locales.*
- ✓ *El Núcleo Ejecutor es un modelo de gestión comunitaria de FONCODES que promueve la participación ciudadana y la transparencia en el uso de los recursos del Estado, contribuyendo al desarrollo y sostenibilidad de los proyectos.*
- ✓ *FONCODES contribuye al desarrollo territorial rural, financiando proyectos de desarrollo de capacidades productivas y emprendimientos rurales, proyectos de infraestructura social y económica, y proyectos especiales por encargo del Estado.*
- ✓ *FONCODES promueve la inclusión económica, social y productiva para el bienestar y desarrollo de las familias rurales en condición de pobreza y vulnerabilidad, promoviendo la igualdad de oportunidades, el respeto a las culturas y comunidades nativas, y el desarrollo rural territorial.*
- ✓ *FONCODES es un programa social del MIDIS y de todos los peruanos. Mantiene y promueve la neutralidad y transparencia en procesos electorales y en periodos no electorales.*

b) Mensajes claves de comunicación para las Líneas de Intervención de FONCODES

- ✓ *Haku Wiñay y Noa Jayatai (Vamos a Crecer) de FONCODES, programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, promueve la seguridad alimentaria y el incremento y diversificación de los ingresos autónomos a través del desarrollo de capacidades productivas y de emprendimientos de los hogares rurales en la sierra y selva.*
- ✓ *Los yachachiq, maestros campesinos que saben y enseñan lo que saben, implementan los componentes del proyecto Haku Wiñay/ Noa Jayatai, brindando asistencia técnica y capacitación en tecnologías productivas, acompañando a las familias en los procesos de instalación uso y mantenimiento de las innovaciones tecnológicas.*
- ✓ *El proyecto Haku Wiñay Express del FONCODES es una intervención especial temporal de 12 meses como respuesta del Estado peruano ante la emergencia sanitaria por el Covid-19, y tiene el propósito de mejorar la actividad agropecuaria y mejorar el entorno familiar con prácticas saludables*

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 27 de 37	

en el hogar en las comunidades rurales de la sierra y selva afectados por la pandemia.

- ✓ *FONCODES articula su intervención con otros sectores para facilitar de manera complementaria el acceso a servicios públicos de calidad.*
 - ✓ *FONCODES gestiona la adquisición de bienes para el Estado, mediante el programa Compras a MYPERú en alianza con el Ministerio de la Producción y otros sectores para impulsar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, y fomentar el dinamismo económico y el empleo temporal.*
 - ✓ *FONCODES gestiona la ejecución del proyecto Residencias Estudiantiles para instituciones educativas públicas en intervención articulada con el Ministerio de Educación, con el propósito de asegurar la continuidad de los estudios secundarios en zonas alejadas de la sierra y selva.*
- c) Mensajes claves de comunicación del MIDIS**
- ✓ *El MIDIS es el ente rector de las políticas sociales del Estado y tiene la tarea de garantizar que las políticas y programas sociales de los diferentes sectores y niveles de gobierno actúen de manera coordinada y articulada para cerrar las brechas de acceso a servicios públicos universales de calidad y de acceso a las oportunidades que permite el crecimiento económico.*
 - ✓ *El MIDIS trabaja en el marco de la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social “Incluir para Crecer” con el enfoque del ciclo de vida de las personas para reducir la pobreza, la vulnerabilidad y las brechas de la desigualdad.*
 - ✓ *El MIDIS trabaja para mejorar la calidad de vida de la población en situación de vulnerabilidad y pobreza, promoviendo el ejercicio de sus derechos, el acceso a oportunidades y al desarrollo de sus propias capacidades.*

XII. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

a) Productos comunicacionales

Los Productos o Piezas Comunicacionales son los materiales de trabajo que producirá y utilizará la Unidad de Comunicación e Imagen del FONCODES para difundir los contenidos institucionales.

- Síntesis informativa
- Notas de prensa
- Reportajes escritos
- Reportajes audiovisuales
- Reportajes radiales

  PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 28 de 37	

- Entrevistas para voceros institucionales (sede central y unidades territoriales)
- Entrevistas a jefes de unidades territoriales a cargo de equipo UCI para el desarrollo de diversos productos comunicacionales
- Spots radiales de contenidos institucionales
- Textos y audios para el micro-noticiero radial “Informativo MIDIS”
- Afiches sobre emergencia sanitaria por el Covid-19
- Gráficas para mensajes y post de redes sociales sobre Covid-19
- Videos cortos con mensajes sobre Covid-19
- Flickr – Álbum de fotografías
- Video institucional
- Videos de actividades institucionales para medios de comunicación
- Videos didácticos de los proyectos de FONCODES
- Boletines digitales de comunicación interna y externa
- Diseño del panel de obra y placa recordatoria
- Trípticos institucionales de FONCODES y sus proyectos
- Memoria de Gestión Institucional
- Libro de historias de éxito del Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai
- Libro del Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai
- Materiales de extensión del Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai
- Banners informativos
- Vitrinas Informativas en Sede Central y Unidades Territoriales
- Backing (soporte)
- Afiches informativos en formato A3
- Suplementos especiales publicados en medios impresos
- Página Web e Intranet
- Mensajes para difusión en Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube
- Resumen de Noticias
- Buzón de sugerencias.

b) Actividades comunicacionales

- Difusión en medios de comunicación de notas de prensa.
- Reuniones informativas con grupos de público-objetivo descentralizadas, presididas por el Director Ejecutivo y/o por quien delegue.
- Enlaces con medios de comunicación en actividades externas.
- Participación en las ferias informativas y de servicios de los programas del MIDIS y otros sectores.
- Charlas Informativas con Jefes de Unidades Técnicas y colaboradores.
- Conferencias de Prensa
- Cobertura periodística, registro audiovisual y fotográfico de actividades institucionales

 PERÚ		Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen			Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna			Página 29 de 37	

- Reuniones de UCI con Unidades Técnicas
- Reuniones de Dirección Ejecutiva con trabajadores: “Mi Agenda Contigo”
- Jornadas de inducción sobre comunicación a Jefes de Unidades Territoriales.
- Talleres de *Media Training* a los voceros principales y voceros alternos
- Encuestas de percepción a usuarios sobre implementación y desarrollo de proyectos financiados por FONCODES
- Gestionar entrevistas con medios para voceros del Programa
- Servicio de Orientación y Atención al Ciudadano
- Visitas guiadas de campo con periodistas, para mostrar logros del Programa con usuarios y autoridades locales
- Difusión de testimonios de usuarios, miembros de los Núcleos Ejecutores, alcaldes y autoridades comunales
- Visita a hogares usuarios de los proyectos Haku Wiñay/Noa Jayatai, así como Compras a MYPERÚ y Residencias Estudiantiles, para difusión de avances y logros.
- Viajes para coberturas y recopilación de testimonios de usuarios.

XIII. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

El Plan Operativo de Comunicación Externa, es un plan de actividades y tareas previstas a implementarse a lo largo del año 2021, alineado a las estrategias, objetivos y mensajes clave para comunicar e informar a los medios de comunicación, ciudadanos, instituciones, funcionarios y autoridades, públicos y privados sobre las experiencias exitosas, los logros y avances del Programa en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, metas y compromisos, todo ello en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. (Ver Anexo 1).

XIV. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA

El Plan Operativo de Comunicación Interna, está orientado a los trabajadores de todos los niveles de la institución, de la Sede Central y Unidades Territoriales y tiene el propósito de lograr que estos se sientan protagonistas de la misión y visión del Programa, participando desde sus posiciones, en los procesos que suponen el cumplimiento de sus actividades, compromisos y metas para el año 2018. Se implementa en coordinación con la Unidad de Recursos Humanos. (Ver Anexo 2).

XV. MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE FONCODES

Unidad y coherencia son dos aspectos fundamentales en los procesos de comunicación que ayudan a construir la identidad de la organización. Esta identidad, está asociada a los fines y objetivos del programa. La Unidad de Comunicación e Imagen ha elaborado

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 30 de 37	

un Manual de Identidad Gráfica para desarrollar su imagen visual en sus productos y actividades internas y externas, en coherencia con el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y el Manual de Uso de Logo del Gobierno del Perú.

XVI. MANUAL DE COMUNICACIÓN DE CRISIS

El Manual de Comunicación de Crisis es una guía operativa del FONCODES, que establece los procedimientos para enfrentar eventualidades que afectan o pueden aceptar la reputación institucional, las acciones a tomar para la prevención y atención de la crisis, así como las actividades orientadas a restaurar los daños ocasionados a la imagen y posicionamiento del Programa.

XVII. PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN Y MANEJO DE MEDIOS PARA VOCEROS DE FONCODES

El Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios para Voceros de FONCODES es una guía práctica orientada a mejorar las relaciones con los periodistas y medios de comunicación, preservar la buena imagen y mejorar la reputación de la entidad. Comprende un conjunto de principios básicos y recomendaciones que deben tomarse en cuenta desde la Alta Dirección hasta los funcionarios de las Unidades Territoriales en el marco de sus niveles de responsabilidad y de las tareas de informar y comunicar los resultados del Sector y el Programa.

XVIII. GUÍA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO

La Unidad de Comunicación e Imagen, tiene a su cargo como uno de sus procesos operativos, el Servicio de Atención al Ciudadano en el marco de los lineamientos de la política de gestión de la calidad de FONCODES y de las orientaciones de la Dirección General de Calidad de Prestaciones Sociales del MIDIS. La UCI para mejorar este servicio, formula una guía específica para este proceso operativo.

XIX. MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo y evaluación del Plan de Comunicaciones 2021 se hará trimestral y semestralmente bajo indicadores de verificación del cumplimiento de las metas, reportando sus avances y logros a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización como evaluación del Plan Operativo Institucional de FONCODES, realizando los ajustes necesarios en la cadena de actividades. Adicionalmente se realiza una evaluación semestral y una evaluación anual bajo indicadores de productos y efectos.

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social			Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0		
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 31 de 37		

En esta línea de consideraciones, la evaluación sobre la base de los mismos indicadores, también contribuirá a mejorar el manejo de crisis, así como elevar sugerencias y recomendaciones a la Alta Dirección de FONCODES o a los voceros que se designen para lograr el posicionamiento y la mejora de la reputación institucional, en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES - UCI

a) Indicadores de Comunicación Externa:

- Número de notas de prensa, reportajes escritos y reportajes audiovisuales por trimestre, semestre y por año.
- Porcentaje de noticias generadas por FONCODES y publicadas en medios de comunicación.
- Porcentaje de noticias positivas y negativas de FONCODES.

b) Indicadores de Comunicación Interna:

- Número de trabajadores internos que conocen la misión, visión y objetivos estratégicos del Programa
- Porcentaje de trabajadores que participan en las actividades sociales, conmemorativas y/o deportivas del Programa.

MATRIZ DE INDICADORES - INFORME TRIMESTRAL DE EJECUCIÓN DEL POI DE LA UNIDAD DE PLANEAMIENTO, PRESUPUESTO Y MODERNIZACIÓN - UPPM

Nº	PRODUCTOS / ACTIVIDADES	OBJETIVO / DESCRIPCIÓN	INDICADOR META
1	Reportajes escritos sobre los logros de proyectos	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre los usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos, y sociedad civil.	Número de reportajes escritos publicados en medios
2	Reportajes y noticias audiovisuales sobre los logros de los proyectos	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre los usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos, y sociedad civil.	Número de reportajes audiovisuales publicados en medios
3	Compilación y publicación de testimonios e historias de éxito de usuarios de los proyectos	Comunicar y difundir los logros de FONCODES y las experiencias exitosas de los usuarios de los proyectos	Número de videos testimoniales producidos y difundidos

 PERÚ			Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen				Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna				Página 32 de 37	

			Número de publicaciones impresas y digitales
4	Noticias gestionadas y publicadas en medios	Comunicar y difundir las actividades de FONCODES y de sus proyectos	Número de noticias positivas publicadas en los medios
5	Entrega de información del Programa y sus proyectos a través de las plataformas de Atención al Ciudadano	Atención y entrega de información de FONCODES sus proyectos	Número de atenciones
6	Manejo de redes sociales con información de actividades y resultados del FONCODES	Comunicar y difundir todas las actividades internas y externas del programa Foncodes	Reporte estadístico mensual
7	Elaboración de productos comunicacionales con los enfoques de transversalización de género, discapacidad e interculturalidad	Videos y audios en idiomas nativos de la sierra y selva	Número de productos comunicacionales con enfoque de género, discapacidad e interculturalidad

XX. PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN 2021

	CONCEPTO	TOTAL, S/
2	Plan Operativo de Comunicación Externa	80,000
	a.- Productos comunicacionales	
	b.- Actividades comunicacionales	
3	Plan Operativo de Comunicación Interna	24,300
	a.- Instrumentos comunicacionales para informar	
	b.- Instrumentos comunicacionales para opinar	
	c.- Instrumentos comunicacionales para participar	
4	Recursos Humanos - Sede (4)	482,665
	TOTAL, PRESUPUESTO	586,965

Para el cumplimiento de los Planes Operativos de Comunicación Externa y Comunicación Externa del Plan de Comunicaciones de FONCODES 2021, incluyendo remuneraciones del personal de la Unidad de Comunicación e Imagen, el presupuesto asignado es **586 mil 965 soles**, lo cual es insuficiente para cumplir con los productos y actividades de los planes operativos, que se coordinará con UPPM para la ampliación del presupuesto.

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social		Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 33 de 37	

XXI. PLANES OPERATIVOS (PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA)

ANEXO 1



Cuadro N° 1

PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2021

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	META ANUAL PROGRAMADA	PROGRAMACIÓN																TOTAL ABSOLUTO			TOTAL PORCENTUAL
		I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	META ANUAL	% DE CUMPLIMIENTO
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL				
Notas de Prensa producidas y difundidas	150	12	12	12	36	12	12	12	36	12	14	14	40	14	12	12	38				
Noticias publicadas en medios escritos y digitales	400	33	33	33	99	33	33	33	99	33	37	33	103	33	33	33	99				
Reportajes escritos producidos y publicados	20	1	1	4	6	1	1	1	3	2	4	2	8	1	1	1	3				
Reportajes audiovisuales producidos y difundidos por UCI	8	0	0	2	2	0	1	1	2	1	2	0	3	1	0	0	1				
Historias y testimonios de inclusión en video producidos y difundidos	6	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	3	1	0	0	1				
Noticias e Informes audiovisuales de actividades externas	80	6	6	6	18	6	6	6	18	8	8	8	24	8	6	6	20				
Entrevistas en medios a Director Ejecutivo	15	2	0	0	2	2	1	2	5	2	4	2	8	0	0	0	0				
Entrevistas para jefes de Unidades Territoriales (en Prensa, Radio y Tv) - y "LA VOZ DE FONCODES"	25	0	0	0	0	3	5	0	8	5	5	5	15	2	0	0	2				
Testimonios e Historias de Éxito escritos (publicaciones)	2	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0				
Material de capacitación audiovisual y/o videos tutoriales	30	10	0	0	10	0	5	5	10	0	5	5	10	0	0	0	0				
Material audiovisual editado de actividades para difusión medios	10	0	3	3	6	0	0	2	2	0	2	0	2	0	0	0	0				
Productos audiovisuales con enfoque intercultural, discapacidad y género	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0				
Mensajes (post) en Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram publicados)	96	8	8	8	24	8	8	8	24	8	8	8	24	8	8	8	24				

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
			UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN
S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0	
S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 34 de 37	



Cuadro N° 1

PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2021

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	META ANUAL PROGRAMADA	PROGRAMACIÓN																TOTAL ABSOLUTO			TOTAL PORCENTUAL
		I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	META ANUAL	% DE CUMPLIMIENTO
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL				
Elaboración de material informativo impreso con enfoque intercultural, discapacidad y género (trípticos y brochure) . Covid-19	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0				
Banners informativos para vitrinas de página web, intranet y redes sociales	4	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1				
Boletín Digital "Evidencias"	2	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0				
Edición y publicación de libros institucionales: Memoria de Gestión Institucional 2020; Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai; Historias de Éxito 2021	3	0	0	0	0	1	0	0	1	2	0	0	2	0	0	0	0				
Actualización: Manual de Identidad Gráfica, Manual de Comunicación de Crisis, Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios; Guía de Atención al Ciudadano	3	0	0	0	0	1	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0				
Producción de banners, backing y gigantografías que con mensajes claves de Foncodes y sus proyectos para Unidades Territoriales	25	0	0	0	0	0	0	25	25	0	0	0	0	0	0	0	0				

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social		Viceministerio de Prestaciones Sociales		Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES		Código: S04.01.PL.39	
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen					Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna					Página 35 de 37	



Cuadro N° 1

PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2021

ACTIVIDADES COMUNICACIONALES	META ANUAL	I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	Total 2do SEMESTRE	TOTAL LOGRADO	TOTAL PORCENTUAL
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL				
Visitas guiadas con periodistas a proyectos y hogares usuarios para reportajes e informes especiales	7	0	0	2	2	1	1	1	3	0	2	0	2	0	0	0	0				
Cobertura periodística de UCI de actividades externas del Programa (directas y gestionadas con aliados)	7	0	0	3	3	1	1	0	2	0	2	0	2	0	0	0	0				
Organización de Conferencia de Prensa (Dirección Ejecutiva y Jefes de UUTT).	3	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
Coordinación, organización y apoyo de actividades articuladas con el sector y otros programas	De acuerdo a coyuntura	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Revisión y actualización de contenidos de la página web institucional y redes sociales; y migración a nuevo portal web	Actividad permanente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Foros Virtuales sobre libros publicados por Foncodes relacionados con resultados e impactos de proyectos	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0				
Distribución de productos de merchandising para stakeholders externos	2	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1				
Capacitación para responsables de Atención al Ciudadano (Sede Central y Unidades Territoriales)	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1				
Servicio de Atención al Ciudadano	Actividad permanente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
Media training para voceros principales y alternos de Foncodes	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0				

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social		Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen		Versión: 1.0	
	S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna		Página 36 de 37	

ANEXO 2



Cuadro N° 2

PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA 2021

	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	LOGROS POR PERIODO																TOTAL ABSOLUTO		TOTAL %
				I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				META 1er. SEMESTRE	META 2do. SEMESTRE	META ANUAL
				ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL			
I N F O R M A R	SÍNTESIS INFORMATIVA (UCI)	Número de ediciones	240	20	20	20	60	20	20	20	60	20	20	20	60	20	20	20	60			
	DIFUSIÓN DE NORMAS LEGALES DEL DIARIO "EL PERUANO"	Número de ediciones	360	30	30	30	90	30	30	30	90	30	30	30	90	30	30	30	90			
	CONTENIDOS PARA FONDOS DE PANTALLA DE MONITORES DE PC (UCI-UTI)	Número de diseños	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0			
	VITRINAS INFORMATIVAS CON NOTICIAS Y COMUNICADOS (Sede Central y Unidades Territoriales) - UCI	Número de publicaciones	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0			
	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE MANUAL DEL SERVIDOR PÚBLICO, CONTROL INTERNO, CÓDIGO DE ÉTICA DEL MIDIS, MENSAJES GOBIERNO Y PCM Y OTROS A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB	Permanente	240	20	20	20	60	20	20	20	60	20	20	20	60	20	20	20	60			
	ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB (UCI): CONTENIDOS	Permanente	Permanente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
	ELABORACIÓN DE AFICHES INFORMATIVOS DE ACTIVIDADES INTERNAS Y EXTERNAS (UCI y URH) PARA SEDE CENTRAL y UUTT	Número de afiches	4	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	2	1	0	0	0			
O P I N A R	ENCUESTAS DE OPINIÓN DIGITAL (UCI y URH) SOBRE TRABAJO EN FONCODES;2) TRABAJO REMOTO Y SALUD COVID-19.	Encuesta	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0			
	PROMOCIÓN DEL USO DE LOS BUZONES DE SUGERENCIAS Y DE PLATAFORMAS DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	Número de campañas	4	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1			

 PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	Código: S04.01.PL.39
	UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	S.04 Gestión de la Comunicación e Imagen	Versión: 1.0	
		S.04.01 Planificación, gestión y evaluación de la comunicación externa e interna	Página 37 de 37	



Cuadro N° 2

PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA 2021

	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	LOGROS POR PERIODO																TOTAL ABSOLUTO		TOTAL %
				I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				META 1er. SEMESTRE	META 2do. SEMESTRE	META ANUAL
				ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL			
P A R T I C I P A R	DESAYUNO VIRTUAL INFORMATIVO - CAPACITACIÓN VIRTUAL UCI CON JEFEs DE UU.TT. Y UNIDADES TÉCNICAS	Informe	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0				
	ORGANIZACIÓN DE TALLERES NACIONALES DE LAS UNIDADES TERRITORIALES - VIA ZOOM, SEGÚN PROGRAMACION DE LA DE	Informes	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1				
	ACTIVIDADES POR EL 30° ANIVERSARIO DE FONCODES	informe	4	0	0	0	0	0	1	1	2	1	1	0	2	0	0	0				
	TALLER DE CAPACITACIÓN "IN HOUSE" PARA UCI SOBRE MANEJO DE HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES .	Informe	2	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0				