



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA N° 016-2022-MDY-ALC

Puerto Callao, 12 de enero de 2022.

VISTO:

Trámite Interno N° 00115-2022, y demás recaudos;

CONSIDERANDO:

Que, conforme lo establecido en el artículo 194° de la Constitución Política del Estado, modificada por la Ley N° 30305 Ley de Reforma Constitucional, en concordancia con el artículo II del Título Preliminar de la Ley N° 27972 – Ley Orgánica de Municipalidades, se establece que, *"Los Gobiernos Locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. La autonomía que la Constitución Política del Perú establece para las municipalidades, radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración, con sujeción al ordenamiento jurídico"*;

Que, la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán para gastos de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión.

Que, en conformidad a lo dispuesto en el artículo 2° de la citada Ley, se entiende por publicidad estatal aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, siendo de aplicación a los rubros de publicidad institucional en las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Nacional, Regional o Local;

Que, la Ley N° 28874 en su artículo 3°, establece los requisitos a cumplirse, bajo responsabilidad del titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, debiendo el Plan de Estrategia Publicitaria encontrarse acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias;

Que, en el marco de sus funciones, la Oficina de Imagen Institucional ha solicitado la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2022, en cumplimiento de lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, e indicando que su aprobación es necesaria para desarrollar las campañas y actividades de difusión y publicidad durante el ejercicio del año fiscal 2022;

Que, mediante Trámite Interno N° 00115-2022 de fecha 10 de enero de 2022, se adjunta el Informe N° 003-2021-MDY-OII la Jefa de Imagen Institucional solicita aprobación del Plan Estrategia Publicitaria del 2022, que tiene como objetivo trabajar de la mano con los medios locales de comunicación el cual estamos seguros que dará realce a la imagen Institucional de la Entidad;

Que, mediante Informe Legal N° 018-2022-MDY-GAJ de fecha 11 de enero de 2022, la Gerencia de Asesoría Jurídica de conformidad a las normas precitadas, y a sus funciones y atribuciones opina que es procedente aprobar el "Plan de Estrategia Publicitaria de la Municipalidad Distrital de Yarinacocha del año fiscal 2022", que tiene como objetivo trabajar de la mano con los medios locales de comunicación el cual estamos seguros que dará realce a la imagen Institucional de la Entidad;

Que, de conformidad con los considerandos y estando en uso de las atribuciones conferidas en la Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades en virtud del artículo 20°;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR, el "Plan de Estrategia Publicitaria de la Municipalidad Distrital de Yarinacocha del año fiscal 2022", el cual forma parte integrante de la resolución.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACOCHA



ARTICULO SEGUNDO: ENCARGAR, a la Gerencia Municipal, Gerencia de Administración y Finanzas, Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Racionalización y a la Oficina de Imagen Institucional, el fiel cumplimiento del "Plan de Estrategia Publicitaria de la Municipalidad Distrital de Yarinacocha del año fiscal 2022".

ARTÍCULO TERCERO: ENCOMENDAR, a Secretaría General la distribución de la presente Resolución; y a la Sub Gerencia de Informática y Estadística, la publicación de la presente Resolución en el portal web de esta Entidad Edil: **www.muniyarinacocha.gob.pe**.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE, CÚPLASE Y ARCHÍVESE.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACOCHA
BERTHA BARBAKAN BUSTOS
ALCALDESA



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2022



OFICINA DE IMAGEN INSTITUCIONAL



GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



INTRODUCCIÓN

La Ley 28874 de 25 de julio de 2006, Ley que regula la Publicidad Estatal tiene como objetivos prioritarios establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad en prensa escrita, radio y televisión. Asimismo, tiene como objetivo fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en los medios de comunicación.

El artículo 3° de la mencionada Ley, establece que es responsabilidad del Titular de Pliego la autorización para la realización de publicidad estatal, debiendo cumplir entre otros requisitos con la elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

En cumplimiento de dicha Ley, la Municipalidad Distrital de Yarinacocha a través de la Oficina de Imagen Institucional ha elaborado el presente Plan de Estrategia Publicitaria correspondiente al año fiscal 2022. Un Plan que pretende ser una herramienta fundamental para promover y facilitar una efectiva comunicación entre los vecinos y vecinas, así como su acceso a las actividades que realiza la Municipalidad, las políticas públicas que se implementan, los servicios sociales que se realizan y las acciones que la administración lleva adelante para garantizar transparencia y eficiencia.

En ese sentido, este Plan contempla las propuestas de cada una de las Gerencias y las integra en una propuesta comunicacional única que sintetiza los objetivos del Plan Operativo Institucional 2022. De igual manera, contiene una lista de todas las campañas de publicidad que la Municipalidad desarrollará en los distintos medios de comunicación. Se describe cada una de ellas junto con la justificación de sus objetivos comunicacionales y una descripción de los potenciales medios, soportes o formatos que aseguren mejor el acceso y la difusión de la información, de acuerdo a la temática a publicitar, con información objetiva, simple, oportuna y accesible. En cada una de las campañas y/o actividades, los criterios se ajustan a la envergadura, preeminencia, alcances y destinatarios de cada una de ellas que se irán evaluando y actualizando en el marco de la implementación del Plan. En cada situación se deberá tener en cuenta la coyuntura al momento de la comunicación de la campaña.



GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



I. FINALIDAD

El Plan expresa las principales líneas de acción del Plan Operativo Institucional 2022, que se enmarca en las propuestas del Plan de Gobierno Municipal. Manifiesta los principales pilares sobre la que viene trabajando la gestión, y que son la base de un proyecto integral elaborado en la búsqueda de un desarrollo con equidad e inclusión, con el objetivo de seguir modernizando el distrito, priorizando las obras, promoviendo la cultura, el deporte, y fomentando el desarrollo y el crecimiento sostenido del Distrito de Yarinacocha.

II. BASE LEGAL

Ley N° 28874 Ley que Regula la Publicidad Estatal.

Ley N° 28278 Ley de Radio y Televisión y sus modificatorias.

Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado. Aprobado mediante Decreto Supremo N° 082-2019-EF y publicado en el Diario Oficial El Peruano el 13 de marzo de 2019. Decreto Legislativo N° 1444, que modifica la Ley N° 30225

Decreto Supremo N° 344-2018-EF, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30225 (Modificado por Decreto Supremo N° 377-2019-EF y Decreto Supremo N° 168-2020-EF) Ley N° 31365 Ley de Presupuesto del Sector Público para el año fiscal 2022.

Ley N° 27972 Ley Orgánica de Municipalidades.

III. MISIÓN

Brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de los Programas, Proyectos, eventos y actividades que realicen las diversas Gerencias, Sub Gerencias y Programas de la Municipalidad Distrital de Yarinacocha, con la finalidad de mantener informada a la población en general.

IV. PRIORIDADES DE PUBLICIDAD ESTATAL

En materia de publicidad estatal, las prioridades de la Municipalidad de Yarinacocha durante el año 2022 serán las siguientes:

- Seguridad Ciudadana y Defensa Civil: Cámaras de video vigilancia, estrategias y medidas de seguridad, seguridad Vial.
- Medio Ambiente: Promoción de hábitos saludables y cuidado del medio ambiente: hábitos de vida saludable, restaurantes saludables, ahorro energético, ahorro del agua, sembrado de árboles, limpieza de parques y jardines.
- Promoción de derechos ciudadanos: No a la Violencia Contra la Mujer, Día Internacional de la Mujer, Día del Niño, Día de la Cultura Afroperuana, fiestas costumbristas.
- Conocimiento por parte de los vecinos de las infraestructuras locales con que cuenta la Municipalidad en deporte, cultura, sociales, vecinales; así como los servicios que cada uno de ellos brinda a la comunidad.
- Promoción del Turismo y la Cultura (información sobre conciertos, festivales, exposiciones y diversas actividades culturales que realiza la Municipalidad) con aforo controlado en función al Covid 19.
- Otras prioridades que se presenten acorde a la coyuntura.

V. OBJETIVO

Contribuir a que los servicios que brinda la Municipalidad alcance a los vecinos y vecinas en general.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



“Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



VI. ESTRATEGIA

El año 2022 se presenta con retos importantes para la Municipalidad, en tanto, debe de llevar a cabo proyectos diversos consignados en el Plan de Estrategia Publicitaria 2022, los mismos que serán ejecutados con recursos propios y los asignados por el Estado.

La Oficina de Imagen Institucional, en cumplimiento de sus funciones considera importante asegurar que la población conozca los alcances de las obras, acciones sociales, culturales, deportivos, entre otros, así como de los beneficios que éstos generarán al distrito, para lo cual desarrollará mecanismos dirigidos a su difusión y publicidad siendo los mensajes claros y precisos para garantizar que sean captados por público objetivo al que va dirigido.

VII. PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA.

PROPUESTA DE MEDIOS.

Para la difusión de las más importantes campañas se ha elegido medios masivos (radio, televisión, medios digitales y diarios) con el fin de garantizar una mayor y mejor llegada de los mensajes al público objetivo.

Es importante señalar que, a este mix de medios, se sumará la ejecución otras estrategias comunicacionales para garantizar el sostenimiento de las campañas, debido a que el presupuesto alcanza únicamente para campañas cortas en medios masivos, dado el alto costo de algunos medios.

Los principales medios en los que se propone la difusión de las campañas son los siguientes:

RADIO

Es el medio de difusión masivo con mayor alcance pues es oído por todos los sectores socioeconómicos, en las zonas urbanas, urbano-marginales y rurales.

La radio cuenta con un mercado amplio y diverso. Es escuchado por hombres y mujeres, jóvenes, adultos, y adultos mayores de todos los niveles socioeconómicos. Establece un contacto más personal con el público, pues permite al oyente cierto grado de participación en el programa que se transmite. Esta característica la vuelve muy atractiva para la difusión de mensajes publicitarios.

Es un medio versátil por sus muchas posibilidades de recepción, ya que es escuchada en el hogar, en el centro de trabajo o en el trayecto hacia algún lugar mientras se utiliza un medio de transporte. Por su simultaneidad e inmediatez, se ha convertido en la más rápida fuente de noticia. Existen además emisoras musicales con muy alto nivel de audiencia por parte de públicos objetivos específicos.

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

Para el caso de las campañas de salud, y comunidades nativas, la radio representa un medio ideal para la difusión de mensajes preventivos, ya que está al alcance de toda la población.

Para la selección de emisoras radiales se deben tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- ✓ Selección de emisoras radiales con alto nivel de audiencia según público objetivo de la campaña.
- ✓ Difusión en los programas o segmentos más sintonizados por el público objetivo.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



“Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACOCCHA



TELEVISIÓN

Con la difusión en televisión se consigue un impacto masivo y a pesar de su alto costo, representa el medio con mayores posibilidades de impacto en la audiencia, debido a su carácter audiovisual. Su efecto a corto plazo es indudablemente mayor que el de las otras formas de publicidad.

La televisión cuenta con una combinación de códigos (sonido, imagen y color) y demanda gran cantidad de atención por parte de los televidentes, motivo por el cual resulta ideal para la difusión de mensajes preventivos y la adopción de hábitos saludables.

La televisión llega a casi todos los hogares, por lo que tiene una amplia cobertura. Ningún otro medio permite que el anunciante repita el mensaje con la frecuencia de la televisión.

Para la selección de canales de televisión se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- ✓ Selección de canales con mayor nivel de sintonía según público objetivo.
- ✓ Difusión en los programas o segmentos más sintonizados por el público objetivo.

Asimismo, se deben tomar en cuenta los estudios de mercado que señalan los medios más sintonizados por el público objetivo.

MEDIOS ESCRITOS

Son medios informativos que tienen muchas posibilidades de recepción, ya que son leídos no solo por una persona si no que puede ser compartida y leída tanto en el hogar, en el centro de trabajo o en camino hacia algún lugar.

Los diarios y revistas tienen una segmentación de mercado bien definida: diarios para jóvenes y varones (deportivos), diarios serios (clase media y alta) y los populares (niveles socioeconómicos medio y bajo).

De esta manera se puede dirigir el mensaje al público objetivo que se desea impactar y no lanzarlo a quienes por alguna razón escuchen de casualidad algún mensaje, ya que al haber pagado por el diario la persona tendrá que leer el impreso.

Por tal motivo, colocar anuncios en diarios y revistas es una buena alternativa en la medida en que los mensajes serán leídos por el público específico al que se quiere llegar con la publicidad.

La selección de medios escritos debe basarse en estudios de niveles de lectoría.

MEDIOS DIGITALES

Debido a la coyuntura mundial, los medios digitales han adoptado una creciente demanda de usuarios en diferentes niveles, y son estos los que llegan a la población de una manera más personal, ya que se puede hacer una específica búsqueda de edades y delimitaciones territoriales a las que queremos que nuestro mensaje llegue.

Para la selección de medios digitales se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- ✓ Selección de medios con mayor nivel de sintonía según público objetivo.
- ✓ Difusión en las páginas con mayor cantidad de público objetivo.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



VIII. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS

En el marco de las políticas sociales, la Municipalidad adopta una mirada integral, multisectorial, multidisciplinarias, promocional, preventiva y participativa.

DEPORTE

La Municipalidad de Yarinacocha, promueve el deporte como salud, recreación y también como competencia. Este año están previstas diversas actividades, así como mejoras en la infraestructura deportiva.

EDUCACIÓN

La creación de espacios para la formación educativa, como espacios alternativos que permitan de manera gratuita o a bajos costos contribuir en la formación integral de los vecinos y vecinas del distrito es un objetivo permanente para la Municipalidad.

INFRAESTRUCTURA URBANA

Las obras que la Municipalidad lleva a cabo se enmarcan en los objetivos de gestión de recuperar, construir y modernizar el distrito de manera planificada y no de manera aislada. En ese sentido, para este año se han contemplado la realización de obras en todo el distrito, siendo necesaria la difusión de los mismos para el conocimiento de los vecinos y vecinas de Yarinacocha.

SEGURIDAD CIUDADANA Y DEFENSA CIVIL

En Yarinacocha se promueven políticas integrales de prevención para avanzar en la construcción de un distrito más seguro e integrado. En ese sentido, se considera fundamental difundir las acciones y ejes de las políticas de seguridad ciudadana y defensa civil.

DESARROLLO SOCIAL

En el marco de las políticas sociales, la Municipalidad adopta una mirada integral, multisectorial, multidisciplinarias, promocional, preventiva y participativa.

MEDIO AMBIENTE

En lo que respecta a las políticas ambientales, se continúa trabajando para hacer de Yarinacocha un distrito sustentable que garantice la calidad de vida para esta y las siguientes generaciones.

RENTAS

El cumplimiento puntual del pago de los tributos, son una garantía en la mejora y calidad de los servicios públicos que se prestan a la comunidad, por ello es importante trabajar políticas que incentiven el pago oportuno, así como otras iniciativas que contribuyan a disminuir los índices de morosidad.

CAMPAÑAS Y ACTIVIDADES PUBLICITARIAS PARA DESARROLLARSE EN 2022.

DE LA CHACRA A LA OLLA

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Servicio de mercado itinerante en la vía pública cuidando los protocolos de bioseguridad en el marco de la reactivación económica del distrito. Se realizan principalmente los fines de semana.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Informar a los vecinos y vecinas del distrito sobre estos servicios que son parte del plan nacional de reactivación económica

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



y que ayuda a los productores vender sus productos de forma directa a bajo costo.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Medios locales, radio, tv.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: diarios impresos, Web y redes sociales.

CAMPAÑA DE VACUNACIÓN COVID 19

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Impulsar los puntos de vacunación, fechas y edades de los que han de ser inmunizados en un trabajo articulado con la Dirección Regional de Salud de Ucayali.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Orientar a los vecinos y vecinas acerca de los puntos de vacunación, horarios, y edades, además de los casos a seguir en casos de presentar síntomas, informando los teléfonos y lugares principales de atención.

SOPORTES COMUNICACIONALES: radio, redes sociales.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: medios gráficos (volantes, folletos), banners, afiches.

GIMNASIA EN LA PLAZA

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Actividades deportivas y recreativas que se realizan todos los fines de semana en los alrededores de la plaza mayor de Yarinacocha, dirigidos a la promoción del esparcimiento al aire libre, una mejor salud mental y el fortalecimiento de la unidad familiar.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Incrementar el número de vecinos y vecinas que asisten a esta actividad, comunicar los beneficios que genera la práctica del deporte y el sano esparcimiento.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: web, redes sociales y folletos.

ELECCIÓN DE JUNTAS VECINALES

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Espacios de promoción de la participación ciudadana en los actos de gobierno a través de la representación vecinal, contribuyendo al fortalecimiento de la democracia y la transparencia de gestión. Se realizan una vez al año.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Promover la mayor participación de los vecinos en las elecciones para designar a sus representantes vecinales ante el Concejo Municipal.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: web, redes sociales y medios gráficos.

PRESUPUESTO PARTICIPATIVO

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: El Presupuesto Participativo es un instrumento de política y a la vez de gestión, a través del cual las autoridades regionales y locales, así como las organizaciones de la población debidamente representadas, definen en conjunto, cómo y a qué se van a orientar los recursos, teniendo en cuenta los Objetivos del Plan de Desarrollo Estratégico o Institucional, según corresponda, los cuáles están directamente vinculados a la visión y objetivos del Plan de Desarrollo Concertado.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



La Municipalidad Distrital de Yarinacocha en su estructura orgánica cuenta con la Gerencia de Planeamiento y Presupuesto, responsable de conducir, ejecutar y evaluar las actividades del Presupuesto Participativo.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Difundir la convocatoria e incentivar la participación ciudadana en el proceso del presupuesto Participativo 2022.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, banners en la vía pública, afiches, folletos impresos.

MATRIMONIO MASIVO

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: La Municipalidad Distrital de Yarinacocha, a través de la Gerencia respectiva, programa y realiza los matrimonios comunitarios como actos de proyección social con el objetivo de promover la unidad familiar.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Difundir la realización de esta acción social, incrementar el número de parejas que contraen matrimonio, promover la unidad familiar.

SOPORTES COMUNICACIONALES: radio, diarios impresos, televisión

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: web, redes sociales, banners en la vía pública, volantes.

DÍA DE LA NO VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Campaña que realiza la Municipalidad para combatir la violencia en los hogares, en particular, contra la mujer. La jornada incluye charlas, recitales, etc.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Disminuir el índice de violencia contra la mujer. Sensibilizar a las mujeres sobre sus derechos. Contribuir a una cultura de paz.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, Televisión.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Folletos, banners, web y redes sociales.

PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE DERECHOS

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Continuando con las políticas en beneficio de la comunidad, para este año se han previsto acciones destinadas a fomentar la igualdad de oportunidades, la promoción y protección de los derechos de la niñez, juventud, personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres y comunidad LGTBIQ+.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Difundir las principales líneas de acción en beneficio de estos grupos sociales.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, Televisión, medios escritos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, folletos, boletines.

SALUD ANIMAL

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Campañas veterinarias gratuitas que se ofrecen a las mascotas de los vecinos y vecinas. Los servicios que se prestan son: esterilizaciones, vacunaciones, tratamientos de parásitos, sarna, etcétera.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



“Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Dar a conocer estos servicios a todos los posibles beneficiarios.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Prensa escrita, radio, televisión.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: web, redes sociales, impresiones gráficas.

ANIVERSARIO DE CREACIÓN POLÍTICA DEL DISTRITO

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Yarinacocha fue creado como distrito el 16 de octubre de 1964. Con este motivo se realizan durante todo el mes de octubre actividades culturales, sociales, deportivas, entre otras.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Convocar a los vecinos y vecinas a participar en estos actos conmemorativos. Reafirmar y poner en valor la identidad y pertenencia con Yarinacocha.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, diarios impresos, redes sociales.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: circuito cerrado de locales municipales, banners, pasacalles, paneles, afiches, volantes, folletos, web y redes sociales, video institucional.

ACADEMIA PRE-UNIVERSITARIA MUNICIPAL

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Un espacio dirigido a los jóvenes que están por acabar la secundaria (o lo tengan concluido) que piensan continuar con una carrera universitaria.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Informar a los jóvenes y padres de familia sobre esta academia. Dar a conocer los horarios de funcionamiento.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, volantes, folletos, boletines.

PLAN INTEGRAL VIAL

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Continuación de programa de reconstrucción, reparación y parchado de pistas y veredas.

OBJETIVO COMUNICACIONAL: Informar las pistas y veredas que serán reconstruidas, reparadas y/o parchadas (según sea el caso).

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, diarios impresos

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, banners, folletos, boletines.

MEJORAMIENTO DE LA ILUMINACIÓN DEL DISTRITO

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Garantizar la seguridad de las calles en horas de la noche, pasa por mejorar la iluminación para que los vecinos transcurran por las mismas, sin temor a ser atacados.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Mantener a la comunidad informada sobre el avance de esta obra.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, boletines, folletos, banners, cartas.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



SEGURIDAD CIUDADANA

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Se trata de políticas de corto, mediano y largo plazo dirigidas a mejorar y fortalecer la seguridad ciudadana en todo el distrito. Contempla una serie de intervenciones articuladas y orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención y la seguridad de todos los vecinos y vecinas de Yarinacocha.

Acciones a emprender en el año: Instalación de más cámaras de video vigilancia, compra de motocicletas, etc.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Fortalecer la percepción de seguridad en el distrito.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, boletines, folletos, banners.

CENTRAL DE COMUNICACIONES PARA EMERGENCIAS (TELEFONÍA)

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Brindar la atención inmediata en casos de emergencia.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Fortalecer la seguridad ciudadana. Facilitar direcciones y teléfonos de la PNP, Serenazgo, entre otras.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, medios escritos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, folletos, boletines, audiovisuales.

CONSTRUCCIÓN DE MÓDULOS DESCENTRALIZADOS DE SEGURIDAD CIUDADANA

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Para una atención oportuna a los vecinos del distrito, mejorar la calidad de los servicios de seguridad ciudadana.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Comunicar a los vecinos sobre la obra, las funciones de los mismos, así como las direcciones y números telefónicos.

SOPORTES COMUNICACIONALES: radios, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, folletos, boletines, cartas.

CENTRAL DE COMUNICACIONES

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Sistema de monitoreo de las cámaras de video vigilancia. Su función principal es comunicar al personal que patrulla el distrito cualquier irregularidad, peligro o anomalía que detecte para su actuación inmediata.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Fortalecer la percepción de seguridad por parte de los vecinos del distrito.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, volantes, folletos, boletines, banners.

DEFENSA CIVIL

El Perú es un país asentado geográficamente en una zona altamente sísmica, por lo que se hace necesario desarrollar acciones dirigidas al cuidado y la

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



“Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional”
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



prevención en casos de sismos u otros desastres naturales que garanticen la salud e integridad física de los vecinos y vecinas.

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Simulacro de sismo (diurno y nocturno) Campañas de prevención, charlas informativas y de prevención en casas, laderas de los ríos, etc.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Sensibilizar a la población sobre la importancia de tomar medidas de prevención en casos de sismos u otros desastres naturales.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, volantes, banners, cartas.

EDUCACIÓN VIAL

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Un trabajo permanente de la Municipalidad, es el desarrollo de campañas intensas de seguridad vial y prevención de accidentes de tránsito.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: El objetivo de esta campaña es promover conductas respetuosas de las normas de seguridad que contribuyan a la seguridad e integridad de los transeúntes y peatones.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Folletos.

CAMPAÑA CONTRA LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Sensibilizar a la población y comprometer su participación en la lucha permanente contra la contaminación del medio ambiente.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Difundir los planes que la Municipalidad tiene para reducir los índices de contaminación ambiental.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, boletines.

CAMPAÑA DE LIMPIEZA Y DESCOLMATACIÓN DE CAÑOS NATURALES

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Dentro de las políticas de configurar un distrito sustentable, la Municipalidad trabaja permanentemente para conseguir que los vecinos adquieran hábitos de respeto, cuidado y limpieza de los caños naturales y así evitar las inundaciones en épocas de lluvia.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Sensibilizar al público que no arroje basura, ni construya y/o rellene los caños naturales, además de la importancia de colaborar en su limpieza y cuidado.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, radios comunales.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Volantes

CAMPAÑA PARA INCENTIVAR EL CUMPLIMIENTO DEL HORARIO ESTABLECIDO PARA SACAR LA BASURA

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Campaña destinada a concientizar a los vecinos y vecinas sobre la necesidad de mantener limpio el distrito, cumpliendo con los horarios de recojo de basura.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Informar a los vecinos los horarios de recojo de basura. Sensibilizar a la población la importancia de mantener limpio el distrito.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Volantes, banners.

PROGRAMA DE SEGREGACIÓN Y RECICLAJE DE RESIDUOS

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Programa que busca contribuir en la reducción de la contaminación ambiental, mediante la recolección diferenciada de residuos inorgánicos.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Difundir el Programa para que la mayoría de vecinos y vecinas asuman acciones cotidianas para vivir mejor. Incentivar su participación en el Programa.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: volantes, folletos, web, redes sociales.

TU DISTRITO LIMPIO ES MEJOR

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: Campaña destinada a concientizar a los vecinos y vecinas que transitan por las calles del distrito sobre la necesidad de mantenerlo limpio.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Generar identidad y pertenencia con Yarinacocha. Promover valores de limpieza y cuidado del ornato del distrito.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Televisión, radio, diarios impresos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: volantes, folletos, web, redes sociales.

CUIDADO Y PROTECCIÓN DE PARQUES Y JARDINES

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: La Municipalidad ha emprendido acciones permanentes para el mantenimiento y cuidado de las áreas verdes, dentro de sus objetivos de contribuir a la protección del medio ambiente.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Sensibilizar e incentivar el cuidado y preservación de las áreas verdes del distrito.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, televisión

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, redes sociales, volantes, banners.

PAGO OPORTUNO DE IMPUESTO PREDIAL Y ARBITRIOS

DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN: El pago oportuno de los impuestos municipales contribuye a la mejorar y calidad de los servicios públicos que se prestan a la comunidad.

OBJETIVOS COMUNICACIONALES: Dar a conocer a los vecinos el calendario de pago de los impuestos municipales.

SOPORTES COMUNICACIONALES: Radio, diarios escritos.

OTROS SOPORTES COMUNICACIONALES: Web, boletines, volantes, banners.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



"Año del fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YARINACocha



X. PRESUPUESTO

Para la ejecución de las campañas antes descritas, las mismas que se ejecutarán en el año 2022.

XI. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS.

- Contar con la disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas.
- Requerimiento del área usuaria
- Opinión técnica emitida por la Oficina de Imagen Institucional
- Opinión Técnica emitida por las Gerencias de Administración y Finanzas y Planeamiento y Presupuesto.
- Contratación del Servicio de Publicidad, en concordancia a la normatividad vigente que rige para las Adquisiciones y Contrataciones del Estado y conforme exige la Ley 28874, Ley de Publicidad del Estado.

XII. CAMPAÑAS PUBLICITARIAS NO SUJETAS A LA LEY 28874.

Las campañas publicitarias dirigidas a convocar, sensibilizar y comprometer a los vecinos y vecinas del distrito, no solo comprenderán el uso de publicidad contratada en los medios de comunicación radial, televisiva y prensa escrita, sino también se harán uso de otros recursos no sujetos a la Ley 28874, los mismos que están consignados en el presente Plan en el rubro de: Otros soportes comunicacionales.

XIII. LIMITACIONES

- Las Gerencias se abstendrán de realizar uso de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la promoción de la imagen institucional, la comunicación de sus planes y programas.
- La Municipalidad de Yarinacocha y demás dependencias no podrán hacer uso de recursos presupuestarios con fines políticos partidarios.

GOBERNANDO SIN CORRUPCIÓN



Yarinacocha, enero de 2022

Visto el Informe N.... de la Oficina de Imagen Institucional; y

CONSIDERANDO:

Que, la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, establece los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán para gastos de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, en conformidad a lo dispuesto en el artículo 2. de la citada Ley, se entiende por publicidad estatal aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, siendo de aplicación a los rubros de publicidad institucional en las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Nacional, Regional o Local;

Que, el artículo 3 de la mencionada Ley 28874, establece los requisitos a cumplirse, bajo responsabilidad del titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, debiendo el Plan de Estrategia Publicitaria encontrarse acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias.

Que, en el marco de sus funciones la Oficina de Imagen Institucional ha solicitado la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2022, en cumplimiento de lo establecido en la Ley 28874, ley que regula la Publicidad Estatal, e indicando que su aprobación es necesaria para desarrollar las campañas y actividades de difusión y publicidad durante el ejercicio 2022;

Que, la propuesta del Plan de Estrategia Publicitaria cuenta con disponibilidad presupuestal emitida por la Gerencia de Administración y finanzas.

Que, de lo expuesto, se concluye que el Plan de Estrategia Publicitaria para el ejercicio 2022, remitido por la Oficina de Imagen Institucional, cumple con los requisitos establecidos en el artículo 3 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, por lo que resulta necesario emitir el acto resolutivo correspondiente:

Con el visto bueno de la Oficina de Imagen Institucional, Administración, Presupuesto y Planeamiento, y de Asesoría Jurídica;

SE RESUELVE:

Artículo Primero. Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria de la Municipalidad de Yarinacocha, correspondiente al ejercicio 2022.

Artículo Segundo. Encargar a las Gerencias de Administración, Presupuesto y Planeamiento, y Oficina de Imagen Institucional el cumplimiento de la presente Resolución.

Artículo Tercero. Disponer que la oficina de Secretaría General publique la presente Resolución en el Portal Electrónico de la Municipalidad de Yarinacocha.

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.