



# Resolución Ministerial

684-2019 MTC/01

Lima, 26 de agosto de 2019

**VISTOS:** Los Memorándums Nos. 1436 y 1815-2019-MTC/03 del Despacho Viceministerial de Comunicaciones, los Memorándums Nos. 195 y 245-2019-MTC/04.04 e Informe N° 016-2019-MTC/04.04/JTT de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, los Memorándums Nos. 1413, 1561 y 1583-2019-MTC/09 e Informes Nos. 0115, 0135 y 0138-2019-MTC/09.01 de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, el Memorando N° 030-2019-MTC/09.03 de la Oficina de Presupuesto y el Memorándum N° 745-2019-MTC/08 de la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

## CONSIDERANDO:

Que, el artículo 1 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, en adelante, la Ley N° 28874, establece que sus objetivos son 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, así como fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión;

Que, el artículo 2 de la Ley N° 28874 dispone que la publicidad institucional es aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, el artículo 3 de la Ley N° 28874 establece que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) 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; b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos, debiendo sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia elige determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas; y d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, la Directiva N° 002-2008-MTC/04 "Pautas y procedimientos para solicitar la contratación de servicios de publicidad y de divulgación en prensa escrita, radio, televisión y otros medios de comunicación por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones", aprobada por Resolución Secretarial N° 074-2008-MTC/04, en adelante, la Directiva, regula, entre otros, los procedimientos para solicitar la contratación de servicios de publicidad



tratándose de publicidad institucional en prensa escrita, radio y televisión y de publicidad institucional en otros medios de difusión distintos a la prensa escrita, radio y televisión;

Que, el numeral 6.1 de la Directiva dispone que el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional debe ser aprobado por Resolución Ministerial;

Que, el artículo 105 y los literales a), b) e i) del artículo 106 de la Sección Segunda del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, aprobada por Resolución Ministerial N° 015-2019 MTC/01 y modificada por Resolución Ministerial N° 557-2019 MTC/01, establecen que la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional es la unidad orgánica dependiente de la Secretaría General encargada de la formulación e implementación de estrategias de comunicación e imagen institucional, así como del seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre las materias de competencia del sector, y tiene entre sus funciones proponer y diseñar planes, mecanismos y estrategias comunicacionales internas y externas para el Ministerio que fortalezca la imagen institucional y supervisar su cumplimiento, planificar, ejecutar y supervisar la difusión de la publicidad en el marco de la normatividad vigente, así como aprobar y supervisar todo tipo de material gráfico, impresos, campañas, avisos y spots publicitarios, entre otras piezas comunicacionales que se realice en el ministerio, sus proyectos especiales, organismos públicos y empresas adscritas;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 167-2019 MTC/01 se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria 2019 del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en adelante, el Plan de Estrategia Publicitaria 2019;

Que, por Memorandum N° 195-2019-MTC/04.04, sustentado en el Informe N° 016-2019-MTC/04.04/JTT, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional propone modificar el Plan de Estrategia Publicitaria 2019, con el fin de incluir las campañas publicitarias denominadas "Antenas de Radiaciones No Ionizantes (RNI)", "Comunicaciones Malintencionadas", "Línea de Emergencia 119" y "Obras que nos acercan", adjuntando para tal efecto el proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019;

Que, a través del Memorandum N° 1413-2019-MTC/09, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto hace suyo y remite el Informe N° 0115-2019-MTC/09.01, elaborado por la Oficina de Planeamiento y Cooperación Técnica, mediante el cual concluye que el proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 se encuentra acorde con los Objetivos y Acciones Estratégicas del Plan Estratégico Institucional 2018 - 2022 del Ministerio de Transportes y Comunicaciones y que las unidades responsables de la ejecución de las campañas publicitarias que se propone incluir en el referido plan cuentan con asignación presupuestal parcial otorgada por la citada Oficina General, por lo que es necesario efectuar las respectivas modificaciones al Plan Operativo Institucional, y emite opinión favorable sobre la aprobación de la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019;





# Resolución Ministerial

684-2019 MTC/01

Que, mediante el Memorándum N° 745-2019-MTC/08, la Oficina General de Asesoría Jurídica solicita a la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto confirmar que se cuenta con la totalidad de los recursos presupuestales para la ejecución de las cuatro campañas publicitarias que se propone incluir en el Plan de Estrategia Publicitaria 2019, al haber advertido una incongruencia entre lo indicado en la Sección X del proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 y los documentos que obran en el expediente;

Que, con Memorando N° 030-2019-MTC/09.03, la Oficina de Presupuesto garantiza la disponibilidad de recursos presupuestales para financiar las cuatro campañas publicitarias antes mencionadas en la fuente de financiamiento Recursos Directamente Recaudados y considera procedente emitir la disponibilidad presupuestal, a fin de continuar con el trámite correspondiente para la aprobación de la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019;

Que, mediante Memorándum N° 1561-2019-MTC/09, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto hace suyo y remite el Informe N° 0135-2019-MTC/09.01, elaborado por la Oficina de Planeamiento y Cooperación Técnica, a través del cual concluye que el proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 cuenta con disponibilidad presupuestal para su total ejecución, según lo informado por la Oficina de Presupuesto, por lo que resulta viable su aprobación, siendo necesario que, previamente, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional realice las precisiones indicadas en el citado informe en el proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019;

Que, con Memorándum N° 245-2019-MTC/04.04, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional comunica a la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto que ha realizado las precisiones solicitadas mediante el Informe N° 0135-2019-MTC/09.01 y remite el nuevo proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 y sus antecedentes, a efectos de continuar con el trámite de aprobación correspondiente;

Que, mediante Memorándum N° 1583-2019-MTC/09, la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto hace suyo y remite el Informe N° 0138-2019-MTC/09.01, elaborado por la Oficina de Planeamiento y Cooperación Técnica, a través del cual concluye que el proyecto de modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 cuenta con disponibilidad presupuestal para su total ejecución y que la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional realizó las precisiones solicitadas mediante el Informe N° 0135-2019-MTC/09.01, por lo que resulta viable aprobar la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019, recomendando continuar el trámite de aprobación correspondiente;

Que, estando a lo opinado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional en el Informe N° 016-2019-MTC/04.04/JTT y lo opinado por la Oficina General de





Planeamiento y Presupuesto en los Informes Nos. 0115, 0135 y 0138-2019-MTC/09.01, resulta necesario aprobar la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; la Ley N° 29370, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, y su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por el Decreto Supremo N° 021-2018-MTC, la Resolución Ministerial N° 015-2019 MTC/01 y modificatorias; y la Directiva N° 002-2008-MTC/04, aprobada por Resolución Secretarial N° 074-2008 MTC/04;



**SE RESUELVE:**

**Artículo 1.-** Aprobar la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria 2019 del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, aprobado por Resolución Ministerial N° 167-2019 MTC/01, la misma que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

**Artículo 2.-** Disponer la publicación de la presente Resolución Ministerial y su Anexo en el Portal Institucional del Ministerio de Transportes y Comunicaciones ([www.gob.pe/mtc](http://www.gob.pe/mtc)), el mismo día de la publicación de la referida Resolución en el diario oficial El Peruano.

**Regístrese, comuníquese y publíquese**



MARIA ESPERANZA JARA RISCO  
Ministra de Transportes y Comunicaciones

