



San Isidro, 11 de mayo de 2023

RESOLUCION DE DIRECCION EJECUTIVA N° 083-2023- FONCODES/DE

VISTOS:

Los Memorando(s) N°(s) 000050 y 00040-2023-MIDIS/FONCODES/UCI de la Unidad de Comunicación e Imagen, el Informe N° 000237-2023- MIDIS/FONCODES/UPPM de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización y el Informe N° 000082-2023-MIDIS/FONCODES/UAJ de la Unidad de Asesoría Jurídica y;

CONSIDERANDO:

Que, a través de la Ley N° 29792, se crea el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (en lo sucesivo MIDIS), determinándose su ámbito, competencias, funciones y estructura orgánica básica; señalando además en su Tercera Disposición Complementaria Final, la adscripción a dicho Ministerio, entre otros programas, al Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (en lo sucesivo FONCODES);

Que, a través de la Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS, se aprobó el Manual de Operaciones de FONCODES, estableciendo en los literales h) e i) del artículo 9 que la Dirección Ejecutiva tiene como funciones, entre otras, aprobar, modificar y derogar directivas, reglamentos y otras normas técnico-operativas o administrativas internas que requiera el programa para su funcionamiento y 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 UCI las 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 aprobó 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° 000040-2023-MIDIS/FONCODES/UCI, la Unidad de Comunicación e Imagen solicita a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización la verificación, codificación y conformidad del proyecto de la versión 1 del Plan N° 56-2023-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2023, en el marco del Procedimiento N° 086-2018-FONCODES/UPPM-CROM, "Control de Documentos Normativos";

Que, la mediante Informe N° 000237-2023-MIDIS/FONCODES/UPPM la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, precisa que el presupuesto de la Unidad de Comunicación e Imagen consignado en el proyecto de la versión 1 del Plan N° 56-2023-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2023 ha sido validado con la Coordinación de Presupuesto. Asimismo, emite la conformidad al proyecto de la versión 1 del Plan N°56-2023-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2023", luego de revisar, analizar y evidenciar que el citado proyecto de plan cumple con los criterios de consistencia y coherencia que todo documento normativo de FONCODES debe cumplir; y recomienda proseguir el trámite pertinente;

Que, mediante Memorando N° 000050-2023-MIDIS/FONCODES/UCI, la Unidad de Comunicación e Imagen solicita a la Unidad de Asesoría Jurídica formular el proyecto de documento resolutivo correspondiente que apruebe, el proyecto de la versión 1 del Plan N° 56-2023-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2023";

Que, a través del Informe N° 000082-2023-MIDIS/FONCODES/UAJ, la Unidad de Asesoría Jurídica de acuerdo a la evaluación y análisis de la documentación remitida, considera procedente, en los aspectos legales y formales la emisión de la Resolución de Dirección Ejecutiva por medio del cual se apruebe, la versión 1 del Plan N° 56-2023-FONCODES/UCI "Plan de Comunicaciones 2023";



Firmado digitalmente por
MOSCOSO MOSCOSO Miguel
Angel FAU 20509139700 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 11.05.2023 17:12:41 -05:00



Firmado digitalmente por
BARRENECHEA ORDUNA
Herberth Anderson FAU
20509139700 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 11.05.2023 17:02:10 -05:00



Firmado digitalmente por FLORES
DELGADO Giro Luis FAU
20509139700 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 11.05.2023 17:01:20 -05:00



Firmado digitalmente por VILCHEZ
PIEDRA Jorge Antonio FAU
20509139700 soft
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 11.05.2023 17:00:14 -05:00



Que, estando a los considerandos precedentes resulta necesario emitir el acto administrativo que apruebe la versión 1 del Plan N° 56-2023-FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2023”;

Con las aprobaciones de la Unidad de Comunicación e Imagen (e), Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, Coordinador de Racionalización, Organización y Métodos (e) y de la Unidad de Asesoría Jurídica;

De conformidad con la Ley N° 29792, Ley de creación, organización y funciones del MIDIS, y de acuerdo a las facultades otorgadas en el Manual de Operaciones de FONCODES, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobación del Plan

Aprobar, la versión 1 del Plan N° 56-2023- FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2023”, 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 del Plan aprobado en el artículo 1 de la presente Resolución.

Artículo 3.- Publicación

Encargar a la Unidad de Administración, la publicación de la presente resolución en el Portal Institucional del FONCODES (<http://www.gob.pe/foncodes>).

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.

Documento firma digital

.....
CÉSAR A. MALLEA GEISER

Director Ejecutivo del FONCODES
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



Unidad de Comunicación e Imagen

Fecha de aprobación: 11/05/2023

Página 1 de 28

PLAN DE COMUNICACIONES 2023

Plan N° 56 - 2023-FONCODES/UCI

Versión N°1

Código: S04.01.PL.56

Aprobado mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N°083-2023-FONCODES/DE

Etapa	Responsable	Cargo	Firma y fecha
Formulado por:	Miguel Ángel Moscoso Moscoso	Jefe de la Unidad de Comunicación e Imagen (e)	 Firmado digitalmente por MOSCOSO Miguel Angel FAU 20509139700 soft Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 03.05.2023 17:59:02 -05:00 Firma Digital
Revisado por:	Herberth Anderson Barrenechea Orduña	Jefe de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización	 Firmado digitalmente por BARRENECHEA ORDUÑA Herberth Anderson FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 03.05.2023 14:45:11 -05:00 Firma Digital
	Jorge Antonio Vílchez Piedra	Coordinador de Racionalización, Organización y Métodos (e)	 Firmado digitalmente por VILCHEZ PIEDRA Jorge Antonio FAU 20509139700 soft Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 03.05.2023 11:43:23 -05:00 Firma Digital
Aprobado por:	César Adolfo Mallea Geiser	Director Ejecutivo	 Firmado digitalmente por MALLEA GEISER Cesar Adolfo FAU 20509139700 hard Motivo: Soy el autor del documento Fecha: 11.05.2023 16:02:46 -05:00 Firma Digital

HOJA DE CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Documento sustento	Textos modificados	Responsable
1	14.04.23	Memorando N°040-2023-FONCODES/UCI	Formulación de la versión 1.	Unidad de Comunicación e Imagen
...				
...				
...				
...				
...				

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	04
➤ DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL, MAPEO DE STAKEHOLDERS, ANÁLISIS Y MATRIZ FODA Y ESTRATÉGIAS OPERATIVAS	05
➤ LINEAMIENTOS Y ALCANCE DEL PLAN DE COMUNICACIONES	08
➤ OBJETIVO DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2023	11
➤ OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
➤ MARCO ESTRATÉGICO VINCULADO A LOS OBJETIVOS DEL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	12
➤ CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL	13
➤ ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES	15
➤ GRUPOS DE PÚBLICO-OBJETIVO	18
➤ MENSAJES CLAVES DEL FONCODES Y MIDIS	19
➤ PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA	20
➤ PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA	21
➤ PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA	21
➤ MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE FONCODES	22
➤ MANUAL DE COMUNICACIÓN DE CRISIS	22
➤ PROTOCOLO DE COMUNICACIÓN Y MANEJO DE MEDIOS PARA VOCEROS FONCODES	22
➤ GUÍA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO	22
➤ MONITOREO Y EVALUACIÓN	22
➤ INDICADORES DE PRODUCTOS E INDICADORES EMBLEMÁTICOS	23
➤ PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN	24
➤ ANEXO: PLANES OPERATIVOS (PRODUCTOS Y ACTIVIDADES)	24

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

PRESENTACIÓN

El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), es un programa social de alcance nacional adscrito al Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), que en el marco de las políticas sociales cumple una tarea clave en la lucha contra la pobreza, promover la inclusión económica sostenible de los hogares rurales. Tiene una gran responsabilidad ante el Estado y la sociedad, de modo que necesita poner en evidencia los avances, logros y éxitos del programa, promoviendo el conocimiento y reconocimiento de las iniciativas de las políticas nacionales para contribuir a la generación de valor público, a la gobernabilidad, la gobernanza, la reducción de las brechas de la desigualdad y la exclusión, y la ampliación de las oportunidades económicas y sociales.

En este contexto, FONCODES orienta su trabajo de comunicación e información a través de dos componentes o ejes básicos, la Comunicación Interna y la Comunicación Externa.

Sobre la base de estos campos de intervención se ejecutan 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 (en adelante UCI) es el órgano de apoyo del Programa. Tiene la responsabilidad de diseñar, formular y ejecutar las estrategias, actividades y acciones de comunicación e imagen alineado a los objetivos estratégicos institucionales, contribuyendo a su consecución.

El Plan de Comunicaciones 2023 ha sido elaborado por el equipo de la UCI a través de jornadas de reflexión, talleres y reuniones de trabajo durante los meses de febrero, marzo y abril. Establece el marco conceptual, la orientación y los lineamientos estratégicos, los objetivos, los mensajes claves, las actividades y productos de la UCI, que se plasman en Planes Operativos de Comunicación Interna y Comunicación Externa.

Los avances y logros de estos planes se reportan periódicamente a la Alta Dirección.

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 otros documentos de gestión en los que se sustenta la labor de UCI.

El presente Plan está formulado en coherencia con los lineamientos de la política nacional de desarrollo e inclusión social al 2030, la misión y visión de FONCODES, sus objetivos generales y específicos, enfoque de desarrollo territorial, enfoque de interculturalidad, enfoques de género y de discapacidad, enfoque de interculturalidad, política de calidad y otros. Estos lineamientos transversales de la política pública se expresan tanto en las estrategias de comunicación y los mensajes claves, como en los productos y actividades de la Unidad.

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.

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.					Fecha de aprobación: / 05 / 2023
					Página 2 de 29

I. **DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL, MAPEO DE *STAKEHOLDERS*, ANÁLISIS Y MATRIZ FODA, Y ESTRATEGIAS OPERATIVAS**

El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social, FONCODES, es un programa nacional del MIDIS, que tiene como misión promover 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 las diferentes actores públicos y/o privado comprometidos con el desarrollo local.

La formulación del Plan de Comunicaciones 2023, 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.

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 informativo, de comunicación, imagen y reputación con perspectiva estratégica.

Así podremos formular los objetivos y las acciones necesarias y pertinentes que nos ayuden a enfrentar los desafíos, y construir y reafirmar la imagen corporativa y la reputación institucional, tarea de largo aliento que compete a todos los servidores de FONCODES y, en particular, a la UCI.

Mediante talleres de trabajo virtual sucesivos, la UCI actualizó 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 facilitaron la identificación de los objetivos de largo, mediano y corto plazo, las prioridades estratégicas y las necesidades táctico operativas, es decir, las actividades y tareas específicas.

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

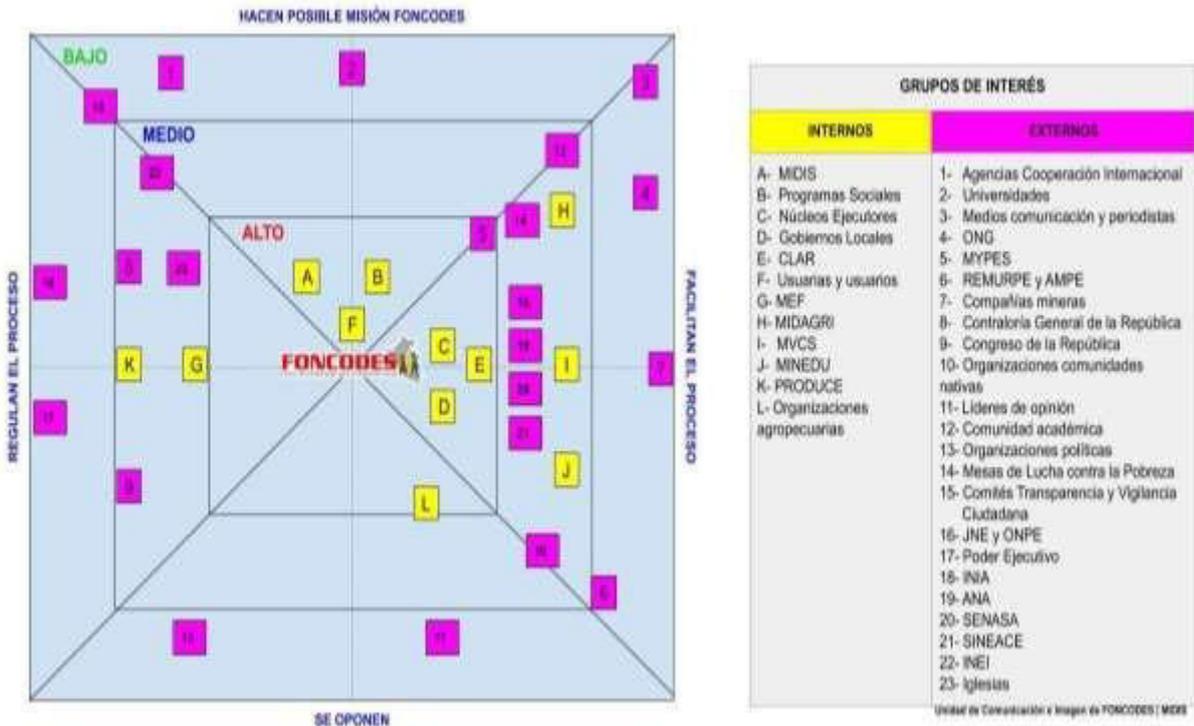
Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS O “STAKEHOLDERS”



Como se puede apreciar, el gráfico 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. 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, como es obvio, pero desde la perspectiva de los usuarios, no son pocos los protagonistas privados (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.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.

Fecha de aprobación: / 05 / 2023

Página 2 de 29

ANÁLISIS Y MATRIZ FODA

Análisis y Matriz FODA

Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES

Taller del equipo UCI: lunes 7 de febrero de 2022

Participantes:

1. Julio Acuña Velásquez
2. Bertha Anayo Condo
3. Nancy Hidalgo Vázquez
4. Miguel Moscoso Moscoso
5. Marco Ochoa
6. Abraham Sagimato Oñativ
7. Gustavo Urquiza Vera

Unidad de Comunicación e Imagen de FONCODES / MIDIS

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>FORTALEZAS</p> <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 Tecnología 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 atención de la gestión de la comunicación por el equipo UCI ante la emergencia sanitaria y situaciones de crisis. 	<p>DEBILIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Insuficiente número de especialistas en comunicación, para cubrir el trabajo interdisciplinario en las Unidades Territoriales. 2.- Falta de especificar de gasto para acciones completas a actividades comunicacionales y redes sociales. 3.- Insuficientes recursos económicos para una gestión integral de la comunicación. 4.- Débil compromiso de las áreas técnicas y UUT para fortalecer la comunicación interna y externa. 5.- Falta de políticas y lineamientos comunicacionales del sector MIDIS para fortalecer el trabajo y estrategias comunicacionales del programa FONCODES. 6.- Alta centralización de los sistemas comunicacionales por el sector MIDIS que limita el oportuno flujo de mensajes e información a los medios.
	<p>OPORTUNIDADES</p> <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.- Aliados de comunicación en los departamentos que requieren atención de los proyectos que gestiona y financia FONCODES. 3.- Alcance estratégico del ámbito nacional, regional, local y organismos de cooperación internacional interesados en proyectos de FONCODES. 4.- Compromiso 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. 5.- Interacción y acceso a TICs de manera más extendida entre los usuarios, usuarios, autoridades y funcionarios públicos. 	<p>FO: MAXIMIZAR + MAXIMIZAR</p> <ol style="list-style-type: none"> A. 1+1: Aprovechar oportunidades de gestión en comunicación pública con aliados estratégicos: gobiernos locales. B. 2+1: Aprovechar los equipos y tecnologías de comunicación para producir mejores contenidos y productos de calidad para fortalecer la comunicación externa y obtener alianzas con las áreas de comunicación y prensa de los gobiernos locales y gobiernos regionales. C. 2+0: Aprovechar el conocimiento y la experiencia en gestión de redes y la realidad rural para generar contenidos en enfoque de interculturalidad, de género, equidad, enfoque territorial y otros.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Riesgos ante los impactos de pandemia y fenómenos climáticos que impactan el desarrollo y cumplimiento de los objetivos y metas comunicacionales. 2.- Riesgo de politización del programa de FONCODES en el marco del proceso electoral (Elecciones Regionales y Municipales 2022). 3.- Crisis política recurrente y riesgo de cambios en los poderes del Estado que pueden afectar las políticas públicas. 4.- Alta rotación de personal dentro de FONCODES genera riesgo e intermitencia en la gestión de la comunicación corporativa y de la reputación del Programa. 5.- Reducción de presupuesto institucional para proyectos de inclusión social dentro el cierre de frentes para la inclusión económica, y limita además el trabajo de comunicación e imagen para el fortalecimiento de la reputación del Programa. 	<p>FA: MAXIMIZAR + MINIMIZAR</p> <ol style="list-style-type: none"> A. 1+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+0: Aprovechar la capacidad de gestión de comunicación pública y la aplicación de la legislación vigente sobre Neutralidad y Transparencia para minimizar el uso político de los programas e proyectos electorales. C. 1+0: Optimizar la capacidad de generación de productos comunicacionales e información con los proyectos en marcha. 	<p>DA: MINIMIZAR + MINIMIZAR</p> <ol style="list-style-type: none"> A. 1+1+2: Ante el insuficiente número de especialistas, formar nuevos especialistas de comunicaciones vinculados a riesgos de fenómenos climáticos y politización de los proyectos, articulando a los lineamientos comunicacionales del MIDIS. B. 1+1+1: Ante la rotación de personal y la poca disponibilidad de información, implementar, utilizar las tecnologías de la información de la UCI y los recursos de los especialistas para dar continuidad al trabajo comunicacional.

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 UCI.

Los resultados de esta tarea se muestran en el cuadro superior, que en una primera parte identifica hechos y situaciones que corresponde a cada una de las cuatro opciones que brinda esta metodología, considerando el ambiente interno y el ambiente externo.

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 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 FODA 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 que tiene el objetivo prioritario (objetivo 3) de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030 aprobada por el sector el 30 de diciembre del 2022.

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.

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.					Fecha de aprobación: / 05 / 2023
					Página 2 de 29

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS COMO RESULTADOS DE MATRIZ FODA

Fortalezas y Oportunidades: maximizar + maximizar

- Aprovechar la experiencia de los comunicadores de la UCI en la gestión de la comunicación pública, con aliados estratégicos en el territorio: principalmente locales distritales, 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 de los comunicadores de la UCI en gestión de medios nacionales, regionales y locales con pertinencia comunicacional respecto a la realidad rural para generar contenidos con enfoque intercultural, de desarrollo territorial, de género y equidad.

Debilidades y Oportunidades: minimizar + maximizar

- Optimizar y mejorar el trabajo de los comunicadores de la UCI sobre la base de la articulación operativa con los otros programas sociales del MIDIS en las regiones, provincias y distritos.
- Promover el compromiso de las Unidades Técnicas y Unidades Territoriales para apoyar el trabajo de la UCI de comunicar y difundir mejor los resultados de los proyectos que gestiona FONCODES, los logros y los impactos en los hogares usuarios.

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 gestión de la comunicación del Estado, 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, transparencia, propaganda y publicidad estatal en periodo electoral.

Debilidades y Amenazas: minimizar + minimizar

- Fortalecer el equipo UCI con programas y talleres de capacitación que garanticen nuevos y mejores productos, para dar continuidad al trabajo comunicacional en el contexto de Elecciones Municipales Complementarias 2023, crisis política y social, con escenario de alta rotación de funcionarios directivos y empleados de confianza del programa FONCODES.

II. LINEAMIENTOS Y ALCANCE DEL PLAN DE COMUNICACIONES

LINEAMIENTOS

El Plan de Comunicaciones 2023, incorpora las orientaciones de las políticas del Estado peruano: neutralidad y transparencia, transversalización de los enfoques de género y discapacidad, enfoque intercultural, gestión de calidad, gobierno digital, modernización de la gestión pública (articulación intersectorial e intergubernamental, un Estado al servicio del ciudadano, gestión por procesos, gestión por resultados); así como las políticas y orientaciones del sector MIDIS, objetivos nacionales y coyunturales que directa e indirectamente se relacionan al trabajo comunicacional de FONCODES.

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

Así, sostenemos que **“lo que no se comunica, no existe”**; esta frase resume la filosofía del trabajo de UCI, pero esta tarea involucra no sólo a quienes se desempeñan en esta Unidad sino a quienes toman decisiones en la Alta Dirección, Unidades Técnicas y Unidades Territoriales.

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 a los objetivos nacionales y objetivos del sector MIDIS, teniendo en cuenta el compromiso del Estado peruano con los Objetivos de Desarrollo Sostenible al año 2030 proclamado por la Organización de las Naciones Unidas, y la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030.

Sobre estas consideraciones, el proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai con su propósito de inclusión económica y desarrollo productivo es clave, especialmente cuando hoy afrontamos mayores niveles de pobreza y pobreza extrema como consecuencia de la pandemia del coronavirus y los retrocesos de la economía mundial, la crisis de gobernabilidad reciente, la coyuntura política y su impacto en los indicadores socioeconómicos. Los 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 (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y TikTok) 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 Municipales Complementarias 2023, proceso que está en marcha en 12 distritos, el MIDIS y FONCODES promueven la conducta transparente y neutral de todos los servidores, así como de las personas naturales y jurídicas 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, la legislación electoral, las directivas del Jurado Nacional de Elecciones (JNE), en especial el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral.

B. Intervenciones y estrategias alineadas a Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030

Las intervenciones y estrategias estatales para atender a las poblaciones que se encuentran en situación de pobreza y pobreza extrema están alineadas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 2030 de la Organización de las Naciones Unidas.

La Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030 establece el marco general para las intervenciones articuladas entre los tres niveles de gobierno vinculadas a dicho sector. Se estructura en base a cinco objetivos prioritarios definidos mediante un enfoque de ciclo de vida: a) mejorar el desarrollo infantil temprano; b) mejorar el desarrollo físico, cognitivo y socioemocional de niñas, niños y adolescentes; c) incrementar las capacidades para la inclusión económica de jóvenes y adultos; d) mejorar la calidad de vida de las personas adultas mayores; e) mejorar las condiciones del entorno de la población para asegurar su inclusión social.

Con la PNDIS se busca reducir las brechas existentes a través de intervenciones y programas sociales articulados a nivel intersectorial e intergubernamental, favoreciendo el acceso a los servicios sociales que ayuden a reducir la pobreza y garanticen la atención prioritaria a la población con mayores carencias.

El enfoque de desarrollo territorial de FONCODES y su intervención con Haku Wiñay/Noa Jayatai, contempla la articulación del proyecto productivo con los actores institucionales públicos y privados y con organizaciones de la sociedad civil para impulsar la inclusión económica productiva y sostenible para enfrentar la pobreza y reducir la vulnerabilidad. Por ello está vinculado a los Objetivos de

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

Desarrollo Sostenible: 1 (fin de la pobreza), 2 (hambre cero), 3 (salud y bienestar), 6 (agua limpia y saneamiento), 8 (trabajo decente y desarrollo económico), 9 (industria, innovación e infraestructura), 10 (reducción de las desigualdades) y 13 (acción por el clima). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible, adoptado por todos los Estados miembros de la ONU en el año 2015, es un llamado universal para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad para 2030.

C. Emergencia sanitaria y lucha contra la pandemia

El MIDIS a través de sus programas sociales, entre ellos FONCODES se suma a las acciones de lucha contra la pandemia del coronavirus en el contexto de la emergencia sanitaria, extendida por ley hasta el 23 de mayo de 2023. Ese sentido, toma en cuenta las últimas normas y disposiciones del Gobierno Nacional, Ministerio de Salud, Ministerio de Economía y Finanzas y de la Presidencia del Consejo de Ministros, para preservar y promover la salud de los usuarios de sus proyectos productivos.

D. Gobierno digital, inclusión y accesibilidad

La Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), a través de la Secretaría de Gobierno Digital – SEGDI, en base a las recomendaciones brindadas por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en el documento “*Estudios de la OCDE sobre Gobernanza Pública. Perú: Gobernanza integrada para un crecimiento inclusivo*”, se encuentra impulsando el proceso de transformación digital en las entidades de la administración pública con la finalidad de establecer un Gobierno Digital que genere valor público e impacte en la mejora de la atención de los ciudadanos. en general.

Mediante Resolución Ministerial N° 049 -2021-MIDIS, se aprueba el Plan de Gobierno Digital 2021-2023 del MIDIS, del cual forma parte FONCODES. Es un instrumento de gestión cuyo objetivo es orientar el proceso de transformación digital a través de la definición de las estrategias, las cuales están enfocadas en propiciar el uso de las tecnologías digitales en la prestación de servicios digitales que atiendan las necesidades de nuestros usuarios y los ciudadanos, en la digitalización de servicios, procesos e información para la mejora de la gestión institucional y en la innovación centrada en la analítica de datos para la obtención de conocimiento y mejoras en los procesos y servicios.

FONCODES está en un proceso de transformación digital (Sistema de Gestión Documental, desarrollo de aplicativos para su Sistema de Gestión de Proyectos – SGP Web, portal web institucional, redes sociales, atención de consultas informativas de los ciudadanos, mesa de partes virtual, quejas y reclamos, y otros. Sus actividades, proyectos y servicios están al alcance del público interno y externo.

La información está digitalizada, como son los productos comunicaciones de la UCI. La transformación digital de FONCODES está alineada a la estrategia nacional “Gobierno Digital”, liderada por la Secretaría de Gobierno Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros, en el marco del Plan de Gobierno Digital 2020-2022 y sus modificaciones.

ALCANCE DE PLAN DE COMUNICACIONES

El Plan de Comunicaciones 2023 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.

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.					Fecha de aprobación: / 05 / 2023
					Página 2 de 29

- ✓ Es la “hoja de ruta” que se reajusta en función del monitoreo, seguimiento y evaluación trimestral 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.

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

- Plan Operativo Institucional de FONCODES.
- Manual de Operaciones de FONCODES.
- Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030, aprobado por el Decreto Supremo N° 008-2022-MIDIS del 30 de diciembre de 2022
- Lineamientos aplicables al proceso de coordinación para el desarrollo y difusión de las campañas comunicacionales del Poder Ejecutivo - Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2022-PCM/SCS del 22 de setiembre de 2022.
- Lineamientos comunicacionales del MIDIS
- Manual de Identidad Gráfica, actualizado al año 2023, por aprobar
- Manual de Comunicación de Crisis, actualizado al año 2023 por aprobar.
- Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios para Voceros de FONCODES, actualizado al año 2023 por aprobar.
- Guía del Servicio de Atención al Ciudadano, actualizado al año 2023, por aprobar.
- Directiva N° 01-2023-PCM/SCS - Normas y lineamientos para el uso del logo y frase “Con Punche Perú”, aprobado por Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 01-2023-PCM/SCS del 7 de marzo de 2023.

III. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2023

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, estrategias, mensajes claves, actividades y productos comunicacionales.*
- *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 de los servidores 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 servidores el conocimiento 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 para enfrentar la pobreza.*

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comunicación Externa

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

- *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 contribuyan 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 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.*

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

El 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 programas sociales de alcance nacional, entre ellos, el Foncodes.

En el marco del objetivo prioritario 3 de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social del MIDIS, el FONCODES tiene el mandato de orientar sus intervenciones a promover la inclusión económica y social, aumentando las oportunidades y las capacidades de los hogares rurales y/o urbanos para incrementar sus propios ingresos mejorando la productividad de sus activos y fortaleciendo sus capacidades para emprendimientos económicos, así como el acceso a los servicios sociales del Estado.

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.

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.			Fecha de aprobación: / 05 / 2023
			Página 2 de 29

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.

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	Inversión en Proyectos Productivos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Programa Presupuestal 0118 “Acceso de Hogares Rurales con Economías de Subsistencia a Mercados Locales”: Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai ➤ Proyecto “Mi Emprendimiento Mujer”: generación de oportunidades económicas para usuarias de comedores populares y ollas comunes.
2	Inversión en Proyectos de Infraestructura <ul style="list-style-type: none"> ➤ Proyecto “Residencias Estudiantiles” en zonas rurales de selva y sierra
3	Inversión en Proyectos Especiales <ul style="list-style-type: none"> ➤ 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.

VI. CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL

La UCI 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:

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.			Fecha de aprobación: / 05 / 2023
			Página 2 de 29

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 externo.

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 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, para informar 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: memoria anual, libros 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 <i>merchandising</i> 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 <i>merchandising</i> (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

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 servidores 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.

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

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

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.

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).

VII. 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.

a) Estrategias de contenidos:

- Contenidos con géneros periodísticos y con formas discursivas (descriptivas, expositivas, argumentativas) diversificadas, 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.

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

- 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 360°”, 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.
- 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:
 - Medios digitales:
 - Medios de comunicación alternativos:
 - Medios de apoyo
 - Medios de comunicación comunitaria

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 directo y efectivo de información y comunicación.
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

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

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 UCI 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, aliados estratégicos y 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:

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.

d) Estrategias de comunicación interpersonal

En el marco del Servicio de Atención al Ciudadano a cargo de la UCI, 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 (plataformas consultivas, de quejas y reclamos, 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.

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

- 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 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.

- 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 (videos cortos, micronoticieros, testimonios, con mensajes claros y de calidad con tiempo duración en base a la tasa de retención (tiempo de visualización media) de

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

acuerdo a la plataforma de difusión, con el fin de obtener los resultados comunicativos que buscamos.

- 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 ocurre vía multiplataforma; por ello, las piezas comunicacionales serán creadas en diversos formatos y resoluciones para que nuestro contenido pueda ser visto en cualquier dispositivo de comunicación (teléfonos celulares, *tablets*, laptop).
- 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.

VIII. GRUPOS DE PÚBLICO-OBJETIVO

El Plan de Comunicaciones 2023 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:

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 el Poder Legislativo (Comisión de Inclusión Social y Personas con Discapacidad); Poder Ejecutivo (Presidencia del Consejo de ministros, Ministerio de Economía y Finanzas, y, por consiguiente, todas las carteras ministeriales con los que interactuamos en nuestras intervenciones). Asimismo, 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.

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

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, Programa PAIS y Contigo.

IX. 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

- ✓ *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 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*

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

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.*
- ✓ *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.*
- ✓ *FONCODES implementa el proyecto Mi Emprendimiento Mujer para generar oportunidades económicas en hogares usuarios de comedores populares y ollas comunes orientado a para incrementar y diversificar los ingresos monetarios para enfrentar la pobreza urbana en Lima metropolitana.*

c) Mensajes claves de comunicación del sector 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 Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030 con el enfoque del ciclo de vida de las personas para reducir la pobreza, la vulnerabilidad y las brechas de la desigualdad, ampliando las oportunidades económicas y sociales.*
- ✓ *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.*

X. 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 UCI del FONCODES para difundir los contenidos institucionales, contribuyendo a construir, mantener, desarrollar y ampliar la reputación institucional.

1. Síntesis informativa (reporte de noticias del sector MIDIS y FONCODES)
2. Notas de prensa
3. Reportajes escritos
4. Reportajes audiovisuales
5. Reportajes radiales

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.					Fecha de aprobación: / 05 / 2023
					Página 2 de 29

6. Entrevistas para voceros institucionales (sede central y unidades territoriales)
7. Entrevistas a jefes de unidades territoriales a cargo de equipo UCI
8. Micronoticiero audiovisual
9. Notas Informativas de comunicación interna
10. Spots radiales de contenidos institucionales
11. Textos y audios para el micronoticiero radial “Informativo MIDIS”
12. Afiches sobre emergencia sanitaria por el Covid-19
13. Flickr – Álbum de fotografías
14. Video institucional
15. Videos de actividades institucionales para medios de comunicación
16. Videos instructivos e informativos de los proyectos de FONCODES
17. Videos testimoniales y promocionales de usuarios y emprendedores
18. Boletines digitales de comunicación interna y externa
19. Diseño del panel de obra y placa recordatoria
20. Trípticos institucionales de FONCODES y sus proyectos
21. Memoria de Gestión Institucional
22. Libro de historias de éxito
23. Banners informativos
24. Vitrinas Informativas en Sede Central y Unidades Territoriales
25. Backing (soporte)
26. Afiches informativos en formato A3
27. Página Web e Intranet
28. Contenidos de Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube

b) Actividades comunicacionales

1. Difusión de notas de prensa en medios de
2. Reuniones informativas con grupos de público-objetivo descentralizadas
3. Enlaces con medios de comunicación en actividades institucionales externas
4. Visitas guiadas de campo con periodistas
5. Gestión de entrevistas con medios para voceros del Programa
6. Participación en las ferias informativas y de servicios de los programas del MIDIS.
7. Charlas Informativas con jefes de Unidades Técnicas y colaboradores.
8. Conferencias de Prensa
9. Cobertura periodística, registro audiovisual y fotográfico
10. Reuniones de UCI con Unidades Técnicas
11. Reuniones de Dirección Ejecutiva con servidores
12. Jornadas de inducción sobre comunicación a jefes de Unidades Territoriales.
13. Talleres de *Media Training* a los voceros principales y voceros alternos
14. Servicio de Atención al Ciudadano, Gestión de Reclamos y Denuncias
15. Difusión de testimonios de usuarios, NEC, alcaldes y autoridades comunales
16. Visita a hogares usuarios de los proyectos Haku Wiñay/Noa Jayatai
17. Viajes para recopilación de testimonios de usuarios.

XI. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA

El Plan Operativo de Comunicación Externa, contempla actividades y tareas previstas a implementarse a lo largo del año 2023, 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).

	PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.				Fecha de aprobación: / 05 / 2023
				Página 2 de 29

XII. PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA

El Plan Operativo de Comunicación Interna, está orientado a los servidores 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 2023. Se implementa en coordinación con la Unidad de Recursos Humanos. (Ver Anexo 2).

XIII. 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 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.

XIV. 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.

XV. 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.

XVI. 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.

XVII. MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo y evaluación del Plan de Comunicaciones 2023 se realiza 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.

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

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.			Fecha de aprobación: / 05 / 2023
			Página 2 de 29

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.

XVIII. INDICADORES DE PRODUCTOS E INDICADORES EMBLEMÁTICOS

PRINCIPALES INDICADORES DE PRODUCTOS

a) Indicadores de Comunicación Externa:

- Número de notas de prensa, reportajes escritos y reportajes audiovisuales producidos por trimestre, semestre y por año.
- Número de noticias positivas y negativas publicadas por medios de comunicación
- Número de ediciones de micronoticiero audiovisual "FONCODES Noticias"
- Número de ediciones de programa de entrevistas "FONCODES La Entrevista"
- Número de seguidores en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok
- Número de visualizaciones del Canal YouTube de FONCODES
- Número de ediciones del boletín externo "Evidencias".

b) Indicadores de Comunicación Interna:

- Número ediciones del producto Síntesis Informativa
- Número de ediciones del boletín interno "FONCODES te informa"
- Número de servidores que conocen la misión, visión y objetivos del Programa
- Número de talleres de capacitación especializada para personal de UCI
- Número de talleres de capacitación en comunicación e imagen para jefes de Unidades Territoriales.

INDICADORES EMBLEMÁTICOS DE REPORTE TRIMESTRAL DE LA UCI

Nº	PRODUCTOS / ACTIVIDADES	OBJETIVO / DESCRIPCIÓN	INDICADOR META
1	Reportajes y notas especiales en periódicos impresos y digitales sobre los logros de proyectos financiados por FONCODES	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 impresos y digitales
2	Reportajes e informes audiovisuales sobre los logros de los proyectos financiados por FONCODES en medios audiovisuales	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de reportajes e informes audiovisuales publicados en medios
3	Micronoticiero audiovisual "FONCODES informa"	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de micronoticieros producidos y difundidos

 PERÚ Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2023. Versión 1.			Fecha de aprobación: / 05 / 2023
			Página 2 de 29

4	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	a) Número de videos testimoniales producidos, editados y difundidos b) Número de publicaciones impresas
5	Notas de Prensa producidas	Comunicar y difundir las actividades de FONCODES y de sus proyectos	Número de notas prensa producidas
6	Noticias difundidas por medios (impresos y digitales)	Comunicar y difundir las actividades de FONCODES y de sus proyectos	Número de noticias positivas publicadas en los medios
7	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 consultas informativas atendidas
8	Gestión de Redes Sociales y sus seguidores de acuerdo a plataformas digitales	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de seguidores de las cuentas de FONCODES: Facebook, Instagram y Twitter
9	Gestión de Redes Sociales con información de actividades y resultados del FONCODES	Comunicar y difundir las actividades internas y externas de FONCODES	Reporte estadístico mensual
10	Productos audiovisuales con enfoque intercultural	Videos y audios en idiomas nativos de la sierra y selva	Número de productos comunicacionales con enfoque intercultural

XIX. PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN

	CONCEPTO	TOTAL, S/
1	Plan Operativo de Comunicación Externa	89,000
	a.- Productos comunicacionales	
	b.- Actividades comunicacionales	
2	Plan Operativo de Comunicación Interna	20,000
	a.- Instrumentos comunicacionales para informar	
	b.- Instrumentos comunicacionales para opinar	
	c.- Instrumentos comunicacionales para participar	
3	Recursos Humanos - Sede (4)	422,178
	TOTAL.	531, 178

Para el cumplimiento de los Planes Operativos de Comunicación Externa y Comunicación Externa del Plan de Comunicaciones 2023, incluyendo remuneraciones del personal de la Unidad de Comunicación e Imagen, el presupuesto asignado es **531 mil 178 soles**, siendo insuficiente para cumplir con los productos y actividades de los planes operativos, que se coordinará con UPPM para la ampliación del presupuesto.

XX. ANEXO

PLANES OPERATIVOS ANUAL DE COMUNICACIONES EXTERNO E INTERNO (PRODUCTOS Y ACTIVIDADES)

ANEXO 1



PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2023

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	META ANUAL PROGRAMADA	Metas anuales por indicadores (primer trimestre ya ejecutado)																TOTAL ABSOLUTO EJECUTADO			TOTAL PORCENTUAL	PRESUPUESTO S/	
		I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	EJECUTADO ANUAL	% DE CUMPLIMIENTO PROGRAMADO		
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL						
Notas de Prensa producidas y difundidas	125	18	15	8	41																		
Noticias	Noticias: Medios impresos y digitales	650	112	118	60	290																	
	Noticias: Televisión y canales digitales	24	1	8	1	10																	
	Noticias: Radio	10	1	2	0	3																	
Entrevistas	Entrevista a Director Ejecutivo y otros voceros: Medios impresos y digitales	16	0	0	0	0																	
	Entrevista a Director Ejecutivo y otros voceros: Televisión y canales digitales	8	0	2	0	2																	
	Entrevista a Director Ejecutivo y otros voceros: Radio	15	0	1	0	1																	
	Entrevista a Jefes de UU.TT.: medios impresos y digitales, televisión y radio	10	0	0																			
Reportajes	Reportajes: Medios impresos y digitales	20	2	1	2	5																	
	Reportajes: Televisión	24	3	2	2	7																	
	Reportajes: Radio	8	0	1	0	1																	
Programas audiovisuales "FONCODES NOTICIAS" y "FONCODES LA	21	9	4	7	20																		
Videos promocionales de usuarios y de actividades del proyecto Haku	40	1	0	0	1																		
Videos testimoniales producidos y difundidos por UCI	32	5	5	2	12																		
Videos informativos de actividades realizadas por Foncodes	20	14	7	33	54																		
Material de capacitación audiovisual y/o videos instructivos	20	1	0	0	1																		
Material audiovisual editado de actividades para difusión: reel para medios	25	7	3	5	15																		
Productos comunicacionales con enfoque intercultural (todos los	16	0	1	1	2																		
Productos comunicacionales con enfoque de género (todos los	16	0	1	0	1																		
Productos comunicacionales con enfoque de discapacidad (todos	12	0	0	0	0																		
Mensajes en Redes Sociales de Foncodes (Facebook, Twitter, Instagram,	2,800	529	753	721	2,003																		
Gestión de Redes Sociales (Indicadores de nuevos seguidores)	Seguidores de Facebook Foncodes	9500	1,388	2,364	1,541	5,293																	
	Seguidores de Twitter Foncodes	1000	531	355	284	1,170																	
	Seguidores de Instagram Foncodes	1095	364	254	540	1,158																	
	Seguidores Tik Tok Foncodes	950	144	107	40	291																	
	Visualizaciones de videos de canal de Foncodes en YouTube	80000	14,897	16,044	20,767	51,708																	



PLAN OPERATIVO ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2023

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	META ANUAL PROGRAMADA	Metas anuales por indicadores (primer trimestre ya ejecutado)																TOTAL ABSOLUTO EJECUTADO			TOTAL PORCENTUAL	PRESUPUESTO S/					
		I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	EJECUTADO ANUAL	% DE CUMPLIMIENTO PROGRAMADO						
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL										
Diseño y diagramación de Boletín digital semanal "EVIDENCIAS".	46	4	4	4	12																					-	
Diseño de gráficas para Banners informativos digitales para intranet, página	5	0	2	2	4																					-	
Diseño gráfico: gráficas para productos comunicacionales con contenidos para Redes Sociales de Foncodes (facebook, twitter e historias)	Gráficas ilustrativas para contenidos (mensajes) de Foncodes, y para productos informativos.	10	0	2	8	10																					-
	FONCODES en SÍNTESIS: titulares de noticias acontecidas cada semana.	36	1	4	5	10																					-
	EFEMÉRIDES: gráficas con mensajes para fechas conmemorativas.	27	0	2	3	5																					-
	FONCODES EN LOS MEDIOS: recortes de noticias de medios a nivel nacional.	180	30	30	20	80																					-
NOTAS DE PRENSA: contenido de actividades de la Sede y Unidades Territoriales.	48	6	6	10	22																					-	
Libro sobre los ERIs ganadores del V Concurso Nac. de Experiencias	1	0	0	0	0																					-	
Edición, diseño, diagramación y publicación de memoria, libros, revistas y Documentos de gestión de UCI (actualización):	4	0	0	0	0																					-	
	4	0	0	1	1																					-	
ACTIVIDADES COMUNICACIONALES	META ANUAL	I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er.	Total 2do	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	8	3	2	0	3																					-	
Cobertura periodística de UCI de actividades externas del Programa (directas y gestionadas con aliados)	De acuerdo a coyuntura	x	x	x	x																					-	
Organización de Conferencia de Prensa (Dirección Ejecutiva y Jefes de	8	0	0	0	0																					-	
Coordinación, organización y apoyo de actividades articuladas con el sector y otros programas	De acuerdo a coyuntura	x	x	x	x																					-	
Actualización del Portal de Transparencia Estándar de Foncodes	Actividad permanente	x	x	x	x																					-	
Actualización del Portal Web de Foncodes	Actividad permanente	x	x	x	x																					-	
Actualización del Portal Único del Estado (Gob.pe)	Actividad permanente	x	x	x	x																					-	
Foros Virtuales sobre libros publicados por Foncodes relacionados con	1	0	0	0	0																					-	

PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA 2023

	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	EJECUTADO																TOTAL ABSOLUTO PROGRAMADO			TOTAL PORCENTUAL % DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTO S/
				I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				META 1er. SEMESTRE	META 2do. SEMESTRE	LOGRO 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	250	20	20	23	63																	
	DIFUSIÓN DE NORMAS LEGALES, CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DEL MIDIS, CONTROL INTERNO, POLÍTICA ANTISOBORNO, PLATAFORMA DIGITAL DE DENUNCIAS DEL CIUDADANO, NEUTRALIDAD Y TRANSPARENCIA Y OTROS MENSAJES	Número de ediciones	250	20	20	23	63																	
	CONTENIDOS (MENSAJES) PARA FONDOS DE PANTALLA DE MONITORES DE PC: CAMPAÑAS Y FECHAS CONMEMORATIVAS	Número de diseños	4	0	1	1	2																	
	BOLETÍN DIGITAL INTERNO "FONCODES TE INFORMA"	Número de ediciones	24	2	1	3	6																	
	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE GRÁFICAS DE SENSIBILIZACIÓN: Sistema de Gestión de Calidad, Gestión Antisoborno, Control Interno, Gestión por Procesos, Gestión de Riesgos promovido por el área de UPPM-CROM para Sede Central y UUTT.	Número de diseños	2	0	1	1	2																	
	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE GRÁFICAS DE CONTENIDO DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA: de la URH para Sede Central y UUTT.	Número de diseños	52	0	12	8	20																	
	DISEÑOS DE GRÁFICAS para mensajes de enfoque de género, discapacidad, intercultural y de desarrollo territorial rural.	Número de diseños	4	0	0	4	4																	
	SERVICIO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO (CONSULTAS INFORMATIVAS)	Reporte	De acuerdo a demanda del servicio	25	23	9	57																	
	GESTIÓN DE PLATAFORMA DE RECLAMOS (LIBRO DE RECLAMOS)	Reporte	De acuerdo a demanda del servicio	0	0	0	0																	

PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA 2023

	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	EJECUTADO																TOTAL ABSOLUTO PROGRAMADO			TOTAL PORCENTUAL % DE CUMPLIMIENTO	PRESUPUESTO S/			
				I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				META 1er. SEMESTRE	META 2do. SEMESTRE	LOGRO ANUAL					
				ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL								
O P I N A R	ENCUESTAS DIGITALES DE SUGERENCIAS Y OPINIONES DE PÚBLICO OBJETIVO INTERNO (UCI - URH)	Encuesta	1	0	0	0	0				0								0								
P A R T I C I P A R	CAPACITACIÓN VIRTUAL CON JEFES DE UU.TT. Y UNIDADES TÉCNICAS SOBRE COMUNICACIÓN E IMAGEN	Informe	1	0	0	0	0				0								0								
	ORGANIZACION DE TALLERES NACIONALES Y MACRORREGIONALES DE LAS UNIDADES TERRITORIALES - CON APOYO UCI - PRESENCIALES Y VIRTUALES	Informes	1	0	0	0	0				0								0								
	TALLER DE CAPACITACIÓN "IN HOUSE" PARA UCI SOBRE MANEJO DE HERRAMIENTAS COMUNICACIONALES .	Informe	2	0	0	0	0				0								0								