

I-11746



ES COPIA AUTENTICADA

TABATA VIVANCO DEL CASTILLO  
SECRETARIA GENERAL  
MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS

MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS

# Resolución Ministerial No. 385-2012-MEM/DM

Lima, 16 de agosto 2012

## CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, se establecen 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;

Que, en el literal a) del artículo 3 de la norma referida en el considerando precedente, se establece que para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe cumplir, entre otros, con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, de acuerdo a lo establecido en los literales a), b), c) y e) del artículo 22 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas, aprobado mediante Decreto Supremo N° 031-2007-EM, la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones es la encargada de proponer a la Alta Dirección las políticas y estrategias de comunicación, protocolo y relaciones públicas del Ministerio, así como dirigir y desarrollar programas y actividades de comunicación interna y externa de acuerdo a las políticas establecidas por la Alta Dirección, informar a la opinión pública a través de los medios masivos y/o especializados sobre los objetivos, planes, programas y actividades oficiales del Ministerio, y proponer y desarrollar actividades de promoción y difusión de la imagen del Ministerio;

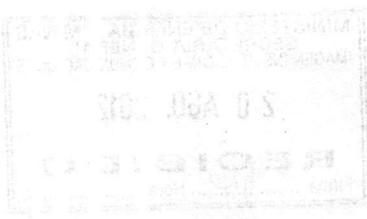
De conformidad con el Decreto Ley N° 25962, Ley Orgánica del Sector Energía y Minas, y a lo establecido en los literales a), h) y k) del artículo 9 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas, aprobado por el Decreto Supremo N° 031-2007-EM;

## SE RESUELVE:

**Artículo 1.-** Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Energía y Minas correspondiente al año 2012, que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución Ministerial.

**Artículo 2.-** Disponer que la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional evalúe con periodicidad la ejecución del documento a que se refiere el artículo 1 de la presente Resolución Ministerial.





**Artículo 3.-** Delegar en el Secretario General del Ministerio de Energía y Minas, la facultad de aprobar cualquier modificación en el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Energía y Minas correspondiente al año 2012, aprobado por la presente Resolución Ministerial.

Regístrese y comuníquese.

**JORGE MERINO TAFUR**  
**MINISTRO DE ENERGÍA Y MINAS**



I-11746

ES COPIA AUTENTICADA

*Tabata Vivanco*

TABATA VIVANCO DEL CASTILLO  
SECRETARIA GENERAL  
MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS



Ministerio  
de Energía y Minas

Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

## PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2012

Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones

### I. INTRODUCCIÓN

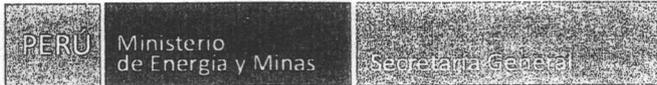
La Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones del Ministerio de Energía y Minas es el órgano de apoyo de la Secretaría General, encargado de asesorar a la Alta Dirección en la formulación e implementación de estrategias de comunicación. Asimismo, es la responsable del seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre temas de competencia de la institución. La Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones, además, se encarga de formular el Plan Estratégico Institucional de Publicidad y canaliza la publicidad requerida por las distintas direcciones generales cuyo alcance debe ser conocidos en el ámbito nacional e internacional.

### II. JUSTIFICACIÓN

Corresponde al Ministerio de Energía y Minas formular, en armonía con la política general y los planes del Gobierno, las políticas de alcance nacional en materia de electricidad, hidrocarburos y minería, supervisando y evaluando el cumplimiento de dichas medidas. Asimismo, lleva a cabo una política de promoción del desarrollo integral y sostenible de las actividades minero - energéticas, normando y/o supervisando, según sea el caso, el cumplimiento de las políticas de alcance nacional.

Para ello es importante brindar información de los beneficios que los distintos proyectos de inversión minero - energéticos proveen a la población en su conjunto y, asimismo, difundir e impulsar el programa social Fondo de Inclusión Social Energético (FISE) que beneficiará a las familias más pobres y vulnerables del país.





### III. BASE LEGAL

Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

Decreto Legislativo N° 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, y su Reglamento aprobado por D.S. 184-2008-EF.

Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

Ley N° 29812 - Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2012.

### IV. MISIÓN

Brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de las políticas de alcance nacional en materia de electricidad, hidrocarburos y minería que la institución desarrolle, con la finalidad de mantener informada a la población en general sobre las actividades a ejecutar, objetivos y alcances de las mismas.

### V. LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN

- La publicidad será la necesaria y deberá contar con programación de gastos elaborada por la Oficina de Logística de la Oficina General de Administración, y constar en la partida correspondiente a gastos de publicidad de la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones.
- Para las campañas de difusión se podrá recurrir a los medios masivos convencionales (televisión, radio y prensa), y/o no convencionales.
- Cuando se trate de publicaciones en medios escritos, estas podrán ser a color o blanco y negro.
- Quedan suspendidos los avisos (publicaciones o spots) de tipo protocolar y/o saludos institucionales.
- En los casos que la Oficina de Imagen Institucional no cuente con presupuesto, o exceda el asignado, las Oficinas y/o Direcciones podrán transferirle el monto que requiera para cubrir los costos de difusión de las campañas aprobadas.





**VI. OBJETIVO**

Contribuir a que la Entidad proyecte una imagen de institución aliada para el desarrollo del país, capaz de promover el desarrollo integral y sostenible de las actividades minero – energéticas.

En el caso específico del Fondo de Inclusión Social Energético (FISE), destinado a las familias más pobres y vulnerables del país, se lanzará conjuntamente con las empresas eléctricas a través de un trabajo coordinado para efectivizar o maximizar su ejecución previa a la masificación del gas en el país.

Se han establecido criterios para focalizar esta ayuda (bonos de 16 nuevos soles de descuento para la adquisición de balones de gas licuado de petróleo - GLP de diez kilos) a los más necesitados mediante una labor multisectorial.

**VII. ESTRATEGIA**

El segundo semestre de 2012 se presenta con retos importantes y complejos que el país deberá superar para garantizar su crecimiento económico, y, en consecuencia, asegurar el bienestar de los peruanos. En este contexto, el Ministerio de Energía y Minas tiene el encargo de llevar adelante una cartera de proyectos de inversión que representan un gran aporte para el Estado. Ello implica dar a conocer los resultados de la labor del Ministerio en la promoción de las inversiones del sector.

Asimismo, otra finalidad importante para el sector es establecer e impulsar el programa social Fondo de Inclusión Social Energético (FISE) que beneficiará a las familias más pobres y vulnerables del país.





Ministerio  
de Energía y Minas



Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

## CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

**Fondo de Inclusión Social Energético (FISE).**- Campaña orientada a difundir la cobertura y beneficios de la ejecución del referido programa social, el cual permitirá llevar este beneficio de carácter solidario a 645 mil familias, que equivalen a 3.2 millones de personas.

El Fondo también permitirá masificar el uso del gas natural a través de la instalación de 100 mil conexiones domiciliarias cada año, lo cual permitirá beneficiar a 3.2 millones de personas al culminar el actual gobierno.

## VIII. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para la difusión de las campañas publicitarias a nivel nacional se emplearán preferentemente medios de televisión, radio y medios escritos, en la medida que cubran los requerimientos de alcance, sintonía y facilidad de acceso al público objetivo al cual se quiere llegar con la publicidad. Específicamente, se han escogido televisión, radio y medios escritos como los medios más influyentes y que además son los preferidos por la población para obtener información.

En cuanto a las variables a tomar en cuenta para determinar los medios a contratar, tenemos:

- Rating y cobertura para el caso de televisión y radio.
- Tiraje, distribución, ubicación y lectoría para el caso de los medios escritos.
- Afinidad con el mensaje y el público objetivo.

## IX. PRESUPUESTO

Para la ejecución de la campaña antes descrita, que se ejecutará en el segundo semestre del presente año, se requiere un presupuesto de S/. 1' 000000.00 (Un Millón con 00/100 Nuevos Soles).





PERÚ

Ministerio  
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

## X. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS

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

## XI. LIMITACIONES

- Las dependencias se abstendrán de realizar erogaciones de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la promoción de la imagen institucional, la comunicación de sus planes y programas.
- La Entidad y dependencias no podrán erogar recursos presupuestarios en acciones proselitistas.

