



MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS

*Resolución Ministerial* No. 103-2016-MEM/DM

Lima, 10 MAR. 2016

**VISTO:** El Informe N° 002-2016/MEM-SEG-IMA de la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones, se elevó a la Secretaría General el proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria 2016 del Ministerio de Energía y Minas;

**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, el literal a) del artículo 3 de la Ley N° 28874, establece que para la autorización de realización de publicidad estatal, se debe cumplir con un Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

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, 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; así como, proponer y desarrollar actividades de promoción y difusión de la imagen del Ministerio;

De conformidad con lo establecido en el Decreto Ley N° 25962, Ley Orgánica del Sector Energía y Minas y a lo establecido en el literal 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 y sus modificatorias;

Estando a lo propuesto por la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones y con el visto bueno de la Oficina General de Asesoría Jurídica y de la Secretaría General;

**SE RESUELVE:**

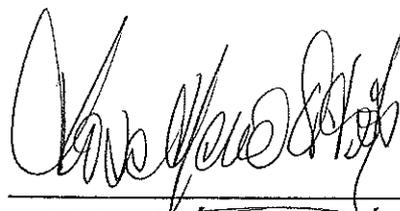
**Artículo 1°.-** Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Energía y Minas correspondiente al año 2016, que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución.



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

**Artículo 3º.-** 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 2016, aprobado por la presente Resolución Ministerial.

Regístrese y comuníquese.



**ROSA MARÍA ORTIZ RÍOS**  
Ministra de Energía y Minas





PERÚ

Ministerio  
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

## PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2016 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 conocido 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.

### 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° 30372 - Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2016.

### 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.



[www.minem.gob.pe](http://www.minem.gob.pe)

Av. Las Artes Sur 260  
San Borja, Lima 41, Perú  
T: (511) 411 1100  
Email: [webmaster@minem.gob.pe](mailto:webmaster@minem.gob.pe)



PERÚ

Ministerio  
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

- ✓ Para las campañas de difusión se podrá recurrir a los medios masivos convencionales (televisión, radio y prensa escrita), 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 al asignado, esta última solicitará autorización a la Secretaría General para que, en coordinación con la Oficina General de Administración y la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, se asignen los recursos que sean necesarios para el cumplimiento de los fines del Plan de Estrategia Publicitaria.

## VI. OBJETIVO

Contribuir a promover el rol promotor y el desarrollo sostenible del sector energía y minas.

## VII. ESTRATEGIA

En el año 2016 se continuará desarrollando importantes proyectos en el sector minero - energético que permitirán garantizar su crecimiento económico sostenido, y, en consecuencia, traer bienestar a todos los peruanos, y en especial a las familias más vulnerables.

En este contexto, el Ministerio de Energía y Minas tiene por finalidad promover la actividad minero – energética. Asimismo ejecutar el rol subsidiario del Estado en energía.

Todo ello implica dar a conocer las oportunidades de inversión del sector, así como los beneficios de sus proyectos y/o programas sociales, a través de campañas de difusión a nivel nacional.

## VIII. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

Aunque no son las únicas, las principales campañas de difusión a realizarse el 2016 son:

1. Masificación del Gas.
2. Electrificación Rural.
3. Uso Eficiente de la Energía.
4. Sistema de Abastecimiento del Gas Licuado de Petróleo (GLP) en el País.

**Masificación del Gas.-** Bajo el nombre de “Gas para todos”, esta campaña pretende difundir las ventajas del uso del gas en las diversas actividades económicas nacionales, pero principalmente vehicular y domiciliario. En este aspecto, se priorizará la información sobre los programas que ejecuta el MEM a través del FISE y Cocina Perú para incluir a los peruanos en situación de pobreza en estos beneficios.



[www.minem.gob.pe](http://www.minem.gob.pe)

Av. Las Artes Sur 260  
San Borja, Lima 41, Perú  
T: (511) 411 1100  
Email: [webmaster@minem.gob.pe](mailto:webmaster@minem.gob.pe)



La campaña se enmarca en Ley N° 29852 que crea el Fondo de Inclusión Social Energético y precisa el objetivo, la obtención y fines de los recursos del FISE; en la cual se destaca la compensación social y promoción para el acceso al GLP de los sectores vulnerables, y las características y administración del fondo.

Esta campaña busca informar a la población en general que el cambio de matriz energética no es solo para la industria, comercio y vehículos, sino también para los hogares peruanos, lo que repercute en beneficio de su economía.

**Electrificación Rural y Usos Productivos de la Electricidad.-** Campaña que busca informar sobre los esfuerzos que ha emprendido el Gobierno Nacional para ampliar la frontera eléctrica y dotar de energía a las poblaciones rurales, aún incluso a las localidades más alejadas y en zonas limítrofes del territorio nacional.

La campaña incluirá información sobre el proyecto de instalación de medio millón de paneles solares que ha emprendido el Ministerio de Energía y Minas, así como los usos productivos de la electricidad, a fin de promover un uso proactivo de la energía en comunidades rurales electrificadas, para contribuir en la obtención de beneficios adicionales (producción, negocios), mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

La presente campaña se enmarca en la Resolución Ministerial N° 203-2013-EM/DM que aprobó el Plan de Acceso Universal a la Energía 2013-2022, el cual tiene como objetivo de brindar acceso a la electricidad y acceso a tecnologías/combustibles para la población de menores recursos.

La norma establece lineamientos mecanismos, proyectos, programas de masificación y metas para el cumplimiento de la provisión energía a los peruanos en situación de vulnerabilidad.

**Uso Eficiente de la Energía.-** Campaña informativa orientada a promover una cultura del uso eficiente de la energía, la misma que se enmarca en la Ley N° 27345- Ley de Promoción del Uso Eficiente de la Energía, específicamente el artículo 2° indica que: "El Ministerio de Energía y Minas es la autoridad competente del Estado para la promoción del Uso Eficiente de la Energía, con atribuciones para: a) Promover la creación de una cultura orientada al empleo racional de los recursos energéticos para impulsar el desarrollo sostenible del país buscando un equilibrio entre la conservación del medio ambiente y el desarrollo económico.

En virtud a los lineamientos de inclusión social, es pertinente realizar la difusión de mensajes a fin de sensibilizar a la ciudadanía en el cuidado del uso de la energía eléctrica con la intención de compartir este valioso recurso con aquellas familias que aún no cuentan con este servicio, además con los ahorros obtenidos no solo lograremos impulsar la universalidad del servicio; sino también el abastecimiento competitivo.





**Sistema de Abastecimiento del Gas Licuado de Petróleo (GLP) en el País.**- Campaña que busca informar a la población en general respecto al abastecimiento del Gas Licuado de Petróleo (GLP) a nivel nacional, siendo el GLP uno de los hidrocarburos más usado en las familias peruanas.

La presente campaña se realizara a través de la colocación de mensajes en medios de comunicación de alcance nacional (televisión, radio y prensa escrita). El objetivo es sensibilizar e informar a la población acerca de la adquisición y/o suministro del GLP en estaciones y/o grifos que vendan los combustibles en general a menor precio.

Finalmente, cabe mencionar que el presente Plan podría incorporar campañas adicionales que la coyuntura del sector requiera.

#### IX. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para la difusión de las campañas publicitarias a nivel nacional se emplearán preferentemente los medios impresos (diarios y revistas de circulación nacional), radioemisoras y televisión, en ese orden, en la medida que cubran los requerimientos de alcance al público objetivo al cual se quiere llegar con la publicidad.

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

- ✓ Público objetivo al que pretenden dirigirse los mensajes de las campañas de difusión, sobre cada tema y sub tema.
- ✓ Objetivos de la estrategia comunicacional del sector.
- ✓ Tiempos en los que se requiere hacer llegar la comunicación al público.
- ✓ Tiraje, distribución, ubicación y lectoría para el caso de los medios escritos.
- ✓ Rating y cobertura para el caso de radio y televisión.

Cabe señalar que estas variables se definirán a través de la selección de medios, según los alcances y características de cada campaña a difundir.

#### X. PRESUPUESTO

Para la ejecución de la campaña comunicacional de todo el año 2016, se requiere un presupuesto de S/. 3'000,000.00 (Tres Millones con 00/100 Soles).

Dentro del presupuesto antes señalado, la cantidad a gastar en cada campaña se definirá en base a las características y la selección de medios de cada una de ellas.

En caso de aparecer temas de coyuntura ligados al sector, que requieran de una campaña de difusión, el presupuesto deberá ser redistribuido o aumentado si fuese necesario.





PERÚ

Ministerio  
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional  
y Comunicaciones

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

- ✓ Contar con la disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas.
- ✓ Informe Técnico 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.

## XII. 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.

