



PERÚ

Ministerio de Trabajo  
y Promoción del Empleo

# Plan de Comunicaciones

2024



# CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| I. PRESENTACIÓN.....  | 3  |
| II. DIAGNÓSTICO.....  | 3  |
| III. BASE LEGAL.....  | 13 |
| IV. FINALIDAD .....   | 14 |
| V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O<br>ARTICULA..... | 14 |
| VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.....   | 15 |
| VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN.....   | 15 |
| VIII. OBJETIVOS .....   | 17 |
| Objetivo General .....  | 17 |
| Objetivos Específicos .....   | 17 |
| IX. PÚBLICO OBJETIVO .....  | 17 |
| X. ESTRATEGIAS .....  | 20 |
| XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES.....   | 23 |
| XII. PROGRAMACIÓN DE METAS E INDICADORES .....  | 25 |
| XIII. RESULTADOS.....   | 27 |
| XIV. ÓRGANO RESPONSABLE .....   | 28 |
| XV. IMPLEMENTACIÓN .....  | 28 |
| XVI. VIGENCIA .....   | 28 |
| XVII. FINANCIAMIENTO.....   | 29 |
| XVIII. ANEXOS.....  | 29 |

## **PLAN DE COMUNICACIONES 2024**

### **MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO**

#### **I. PRESENTACIÓN**

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (en adelante, OCII) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (en adelante, MTPE) es la unidad orgánica encargada de diseñar, proponer y ejecutar la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes.

Según el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del MTPE, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, la OCII es la encargada de elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del Ministerio; y para ello, realiza un trabajo conjunto con los diferentes órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para desarrollar planes y actividades de comunicación.

Por ello, la OCII elabora la propuesta del presente Plan de Comunicaciones 2024 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el cual considera estrategias y actividades comunicacionales con la finalidad de difundir los beneficios de los programas, servicios y temas relevantes que brinda el MTPE a la ciudadanía.

#### **II. DIAGNÓSTICO**

La OCII, de acuerdo al Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, tiene entre sus funciones: *“Diseñar y proponer la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes”*; y, de *“elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del Ministerio”*.

Asimismo, la OCII cuenta con la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobada por la Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG, que contempla las siguientes acciones:

- Elaboración de la estrategia de comunicación de la información y acciones a difundir.
- Desarrollo de acciones de prensa.
- Redes sociales y página web.
- Eventos institucionales, relaciones públicas y protocolo.
- Identidad Corporativa e Imagen Institucional.
- Elaboración y difusión de mensajes externos.
- Comunicación externa, marketing y publicidad estatal.
- Asesorar comunicacionalmente en la investigación e informes técnicos.

La programación de actividades operativas de la OCII contenidas en el Plan Operativo Institucional (POI) Multianual 2024-2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo” aprobado mediante Resolución Ministerial N° 212-2023-TR, considera actividades que son parte de las acciones propias y diarias de la oficina, las que están orientadas a comunicar los programas y servicios del MTPE a través de la OCII:

- AOI00015400139: Ejecución de actividades definidas en el Plan de Comunicaciones.
- AOI00015400140: Organización y soporte de eventos institucionales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas.
- AOI00015400141: Elaboración de informe de generación de información periodística y redes sociales, difusión de actividades del sector.

A continuación, se indican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas en relación a las competencias de la OCII:

En relación a las fortalezas se indica:

- Capacidad de adaptación a las necesidades de la ciudadanía.
- Recursos humanos multidisciplinario, capacitados y motivados con experiencia en temas laborales.
- Buen clima laboral para el trabajo en equipo.
- Contenidos de interés de la ciudadanía relacionados a derechos laborales, capacitaciones gratuitas, asesorías laborales gratuitas, promoción del empleo y servicios gratuitos laborales.
- Buena relación con las diversas oficinas de la institución.

En relación a las oportunidades se indican:

- El MTPE es la única entidad en el país que es el ente rector en la promoción del empleo, protección de derechos laborales fundamentales y diálogo sociolaboral.
- La ciudadanía está interesada en información relacionada a búsqueda de empleo, capacitaciones gratuitas, certificado único laboral, orientación y asistencia técnica en temas laborales.
- Nuevos canales y tendencias digitales.
- Incremento de emprendedores con deseos de formalizar su negocio.
- Surgimiento de herramientas de inteligencia artificial que ayudarían a economizar tiempos de producción para redacción de prenotas de prensa, transcripción de audios y videos, herramientas audiovisuales y de diseño.
- Google analytics puede brindar métricas digitales.

En relación a las debilidades se indican:

- Equipos tecnológicos y audiovisuales que requieren ser actualizados.
- Alta rotación de directivos y personal lo que no permite la continuidad de las acciones.
- Capacidad de financiamiento de campañas.

En relación a las amenazas se indican:

- Coyuntura política.
- Conflictos gremiales.
- Informalidad laboral.

A continuación, se detallan los logros alcanzados en relación a la implementación del Plan de Comunicaciones 2023:

- Durante el 2023, la OCII desarrolló un Plan de Comunicaciones para el MTPE, que fue aprobado mediante Resolución Ministerial N° 153-2023-TR, con la finalidad de contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE y del Gobierno a la ciudadanía. Como objetivo general, se consideró posicionar al MTPE como una entidad eficiente, moderna y cercana al ciudadano, ofreciéndole soluciones.

- Se diseñaron 1897 materiales comunicacionales para difusión externa.
- Se realizaron 287 eventos virtuales que fueron difundidos en la web del MTPE y en redes sociales oficiales del MTPE.
- Se desarrollaron 11 campañas de difusión en temas laborales:

#### 1. Jóvenes Bicentenario

Es una iniciativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo para desarrollar y fortalecer competencias técnicas y para la empleabilidad de jóvenes entre los 18 y 29 años de edad. Se ofrecen puestos de trabajo y acompañamiento en sus primeros meses de trabajo.



#### 2. Tu chamba con Empleos Perú

Campaña que buscó generar más puestos de trabajos formales a través de nuestra bolsa de trabajo. Mejora tu empleabilidad, de forma gratuita, capacitándote en cursos con alta demanda laboral.



### 3. Trabajo forzoso ¡Nunca más!

Campaña comunicacional para informar y sensibilizar a la población de la importancia de la identificación de casos de trabajo forzoso y lograr su erradicación.



### 4. Emparéjate con tu próximo empleo

Campaña comunicacional para promover los servicios del MTPE como Empleos Perú y Centro de Empleo.



### 5. Paremos el hostigamiento sexual laboral.

Campaña comunicacional que buscó informar, orientar y sensibilizar las personas trabajadoras y empleadores para prevenir situaciones de hostigamiento sexual laboral y dar a conocer los canales de atención del MTPE para la orientación legal y psicológica.



## 6. Tu hogar es valioso, mi trabajo también

Campaña comunicacional que tuvo el objetivo de promover el trabajo decente de las trabajadoras y trabajadores del hogar, a través del cumplimiento de los derechos de las trabajadoras y los trabajadores del hogar, dispuesto en la Ley N° 31047, Ley de las trabajadoras y trabajadores del hogar y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2021-TR



## 7. Día Mundial contra el Trabajo Infantil

La campaña tuvo el objetivo de informar y sensibilizar a población general sobre la implicancias y riesgos del trabajo infantil en niños menores de 14 años.



#### 8. ¡Sí se puede trabajar y dar de lactar!

Campaña que tuvo el objetivo de Informar a las madres trabajadoras y empleadores sobre la importancia del compromiso de empleadores y familia para promover la continuidad de la lactancia materna, ya que es un derecho de nuestros niños y de las madres trabajadoras. Se ejecutó durante la cuarta semana de agosto durante la Semana de la Lactancia Materna en el Perú.



#### 9. Por Más Empresas Inclusivas

Campaña con el objetivo de promover la contratación de las personas con discapacidad en cumplimiento de la legislación laboral vigente, y sensibilizar a los empleadores sobre la importancia de un empleo inclusivo y con igualdad de oportunidades y equidad. #EquidadLaboral



## 10. Jóvenes Productivos

Campaña para dar a conocer el Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”, que tiene por objeto fortalecer y mejorar la empleabilidad de las personas de 15 años a más, con énfasis en la población juvenil, en situación de pobreza, pobreza extrema y/o vulnerabilidad sociolaboral a través de la capacitación laboral, promoción del autoempleo productivo y certificación de las competencias laborales, que responda a la demanda laboral.



## 11. Mi Carrera

Plataforma digital informativa que tiene como objetivo ayudar a los jóvenes, especialmente escolares, a tomar decisiones sobre su futuro profesional. Contiene información actualizada y amigable sobre carreras universitarias, universidades, institutos, becas, créditos educativos, entre otros.



En relación a los logros alcanzados en redes sociales durante el 2023 se indica:

- **Facebook:** 1 531 398 seguidores. Se consiguieron **43 123 nuevos seguidores.**
- **LinkedIn:** 582 228 seguidores. Se consiguieron **156 257 nuevos seguidores.**
- **Twitter:** 506 159 seguidores. Se consiguieron **51 718 nuevos seguidores.**
- **YouTube:** 61 455 seguidores. Se consiguieron **10 165 nuevos seguidores.**
- **Instagram:** 329 808 seguidores. Se consiguieron **13 940 nuevos.**
- **Flickr:** 318 seguidores. Se consiguieron **24 nuevos seguidores.**
- **TikTok:** 109 800 seguidores. Se consiguieron **93 903 nuevos seguidores.**

En relación a los logros alcanzados en gestión de prensa durante el 2023, se indica:

- Se gestionaron 67 entrevistas a los ministros de estado y funcionarios del MTPE en diversos medios de comunicación.
- Se elaboraron 284 notas de prensa y se obtuvo 6437 impactos positivos en prensa durante el 2023.

Para el seguimiento de la implementación del plan, se reportó trimestralmente a la Secretaría General los avances en relación a las metas propuestas en el Plan de Comunicaciones 2023.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones 2024 se solicitó conocer las necesidades de comunicación de las diferentes instancias del Ministerio; y para ello, la OCII, a través de la Secretaría General solicitó en octubre 2023 mediante Memorando Múltiple N° 0280-2023-MTPE/4, los requerimientos de comunicación y publicidad para el 2024, a los que se les brindará asesoramientos en temas de comunicación e imagen institucional durante el 2024.

Asimismo, la gestión ministerial actual propone impulsar líneas estratégicas:

- Fortalecer la empleabilidad del capital humano, principalmente de los jóvenes  
Se enfoca en la capacitación de los jóvenes mediante el Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”, que se realizará mediante modalidad dual, de la mano del sector privado.
- Promover el empleo decente con énfasis en los grupos vulnerables  
Se buscará ampliar y promocionar los servicios del Centro de Empleo. Para ello, se buscará promover una Mesa de diálogo entre el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y

gremios empresariales para el fortalecimiento de los centros de empleo.

- Proteger los derechos laborales fundamentales  
Se velará por el respeto irrestricto de los derechos fundamentales de los trabajadores. En esa línea ha detallado que se garantizará el cumplimiento de la cuota de empleo de personas con discapacidad y defensa de sus derechos laborales, combatir el trabajo infantil, la igualdad salarial por género y las normas de protección contra el hostigamiento sexual en el trabajo. Asimismo, se buscará fortalecer la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral.
- Impulsar la generación de empleo temporal  
Se buscará fortalecer el Programa de Empleo Temporal “Llamkasun Perú”. Programa que genera empleos temporales en beneficio de la población más vulnerable del país, a través del financiamiento de actividades de intervención inmediata o de proyectos de infraestructura básica, social y económica, intensivos en mano de obra no calificada, que son presentados y ejecutados por los gobiernos locales y regionales.

Asimismo, se indican los siguientes temas relevantes:

1. Diálogo sociolaboral.
2. Regulación y defensa de los derechos fundamentales laborales.
3. Promoción del empleo, centros de empleo.
4. Empleos Perú.
5. Servicios del Centro de Empleo.
6. Capacitación laboral.
7. Certificación de competencias laborales.
8. Seguridad y salud en el trabajo.
9. Formalización laboral.
10. Hostigamiento sexual laboral.
11. Inspección y fiscalización laboral.
12. Seguridad social.
13. Programa de Empleo Temporal “Llamkasun Perú”.
14. Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”.

15. Prevención y/o solución de conflictos laborales.
16. Priorización de grupos vulnerables: trabajo infantil, trabajo forzoso, personas con discapacidad y trabajadoras del hogar.

### III. BASE LEGAL

- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Decreto Supremo N° 042-2023-PCM, que aprueba la Política General de Gobierno para el presente mandato presidencial.
- Resolución Ministerial N° 308-2019-TR, que aprueba el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 009-2016-MTPE/4, "Directiva del Procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ", y su modificatoria.
- Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución de Secretaría General N° 036-2021-TR/SG, que aprueba el Manual de Identidad Corporativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución N° 0922-2021-JNE, que aprueba el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral.
- Resolución Ministerial N° 175-2023-TR, que aprueba ampliación al año 2027 de las metas del "Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2027 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N° 411-2023-TR, que aprueba el "Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2027 Modificado del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo".
- Resolución Ministerial N° 212-2023-TR, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI)

Multianual 2024-2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

- Directiva N° 02-2022-PCM/SCS, que aprueba los “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° 02-2023-PCM/SCS, que aprueba los “Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo”.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2023-PCM/SCS, que modifica la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS que establece los “Lineamientos para la Formulación, Aprobación e Implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de las Entidades del Poder Ejecutivo”.

#### **IV. FINALIDAD**

Contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE a la ciudadanía.

#### **V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA**

El MTPE es el ente rector en materia de desarrollo y evaluación de las políticas socio laborales de trabajo y promoción de la empleabilidad e inserción laboral, el autoempleo y el trabajo decente a nivel nacional, garantizando el cumplimiento de la normativa laboral vigente, la prevención y solución de conflictos, la mejora de las condiciones de trabajo y el respeto de los derechos fundamentales del trabajador para el progreso de nuestras empresas en beneficio del desarrollo socioeconómico del país, en un marco democrático y de diálogo social.

En ese sentido, la OCII propone el presente Plan de Comunicación para contribuir a la difusión de la promoción del empleo decente y productivo; así como, el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales en la población, a través del fortalecimiento del diálogo social; y, la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables, en el marco de un modelo de gestión institucional centrado en el ciudadano, tal como lo indica su misión.

El presente Plan de Comunicación 2024 se alinea con el Objetivo Estratégico Sectorial 6: “Implementar un efectivo modelo de gestión sectorial centrado en el ciudadano”, del “Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2027 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo”, aprobado mediante la Resolución Ministerial N° 175-2023-TR. Asimismo, responde al Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 8: “Mejorar el modelo de gestión institucional centrado en el ciudadano” del “Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2027 Modificado del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”, aprobado mediante la Resolución Ministerial N° 411-2023-TR.

## VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

El ámbito de intervención es a nivel nacional.

## VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

Para desarrollar una labor de comunicación integral para el MTPE, se requiere tener en cuenta los siguientes enfoques:

- **Enfoque de derechos**

Basado en el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo la formalización laboral, el diálogo social y la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables en especial a las personas con discapacidad, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.

- **Enfoque de igualdad de género**

Se propone entender el género como categoría transversal en todo el proceso comunicativo; es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean desarrollados con perspectiva de género.

- **Enfoque de participación social**

Involucramiento del público objetivo en las campañas y/o acciones de comunicación, respeto al cumplimiento de sus derechos y participación activa de la ciudadanía.

- **Enfoque territorial**

El enfoque territorial es multisectorial. Se aplica a un territorio socialmente construido donde se interrelacionan actores institucionales (públicos y privados), los que llegan a un

consenso para resolver problemas comunes y solucionarlos de acuerdo a intereses y prioridades compartidas en un determinado espacio geográfico.

En relación a los escenarios claves, tenemos:

- **Comunicación corporativa / organizacional**

Orientación a crear y posicionar una marca propia y definida en la opinión pública:

Identidad corporativa: Misión, visión, valores. / Gráfico: Logo, colores, tipografía.

Imagen corporativa: Posicionamiento de la institución y la percepción que tiene la ciudadanía.

- **Comunicación pública**

Alineación a las políticas y/o lineamientos de comunicación pública indicadas por el Gobierno con el objetivo de crear mensajes, estrategias y actividades de comunicación que creen valor público para la ciudadanía.

La comunicación pública busca la participación de la ciudadanía, así como difundir las acciones promovidas por el MTPE. El fin primordial es el involucramiento de la ciudadanía en asuntos donde su intervención y conocimiento es trascendental.

Utiliza el marketing social, publicidad estatal, relaciones públicas y protocolo, redes sociales y relación con los medios para posicionar mensajes de relevancia según público objetivo y temas relevantes a difundir.

- **Comunicación para el cambio social**

El concepto que define a la Comunicación para el Cambio Social ha sido definido de la siguiente manera: *“Es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Communication for Social Change Consortium, 2003)*. Al igual que la comunicación alternativa, el proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes y productos (un programa de radio, un vídeo, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de estos no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación.” (Gumucio, 2011, p.12).

Esto se hace evidente cuando las poblaciones adquieren el conocimiento y dominio sobre las técnicas (manejo de los medios de comunicación, estrategias de comunicación, etc.) entonces se pueden establecer mecanismos de participación y acción que les permite la toma de decisiones, es decir, del ejercicio del poder<sup>1</sup>.

## VIII. OBJETIVOS

### Objetivo General

Promover una imagen positiva del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través de la difusión de los servicios y programas gratuitos del MTPE con énfasis en la promoción del empleo decente, la formalización laboral, la inserción juvenil al mercado laboral, la empleabilidad, capacitación laboral, el diálogo social, la protección de los derechos laborales de los grupos vulnerables, así como brindar atención cercana y oportuna a la ciudadanía.

### Objetivos Específicos

1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.
2. Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.
3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.
4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

## IX. PÚBLICO OBJETIVO

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo de acuerdo a los ejes temáticos y programas tiene como público objetivo:

---

<sup>1</sup> El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. En: Encuentros No. 1, junio 2015, pág. 11-23.  
Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>

## Público Objetivo Externo

| Temas relevantes  | Público objetivo  | Publico secundario   |
|---|---|--|
| 1. Diálogo sociolaboral.  | Sector empleador<br>Sector gremial  | Funcionarios de entidades públicas<br>Empleadores<br>Dirigentes sindicales   |
| 2. Regulación y defensa de los derechos fundamentales laborales.  | Ciudadanía.   | Empleadores.   |
| 3. Promoción del empleo. Centros de Empleo  | Ciudadanía.   | Empleadores.   |
| 4. Empleos Perú.  | Población en búsqueda de empleo, capacitación y certificado único laboral.  | Trabajadores y trabajadoras  |
| 5. Servicios del Centro de Empleo.  | Ciudadanos y ciudadanas que requieren asesoría laboral gratuita.  | Empleadores.   |
| 6. Capacitación laboral.  | Población interesada en actualizar sus conocimientos para mejorar su empleabilidad.   | Empleadores.   |
| 7. Certificación de competencias laborales.   | Personas que buscan certificar sus competencias laborales.  | Ministerios de los diferentes sectores económicos.<br>Centros de Certificación de Competencias Laborales   |
| 8. Seguridad y salud en el trabajo.   | Empleadores del sector público.   | Ciudadanía.  |
| 9. Formalización laboral.   | Empleadores de micro y pequeñas empresas, trabajadores y gremios de trabajadores a los cuales afecta directamente el problema de la informalidad laboral. | Población que tiende hacer emprendimientos.  |
| 10. Hostigamiento sexual laboral.   | Empleadores del sector privado.   | Ciudadanía.  |
| 11. Inspección y fiscalización laboral.   | Empleadores del sector privado.   | Trabajadores y trabajadoras.   |
| 12. Seguridad social.   | Empleadores del sector público y privado.   | Trabajadores y trabajadoras.   |
| 13. Programa de Empleo Temporal Llamkasun Perú.   | Gobierno Nacional<br>Gobiernos regionales<br>Gobiernos locales (provincial y distrital)   | Hombres y mujeres entre los 18 y 64 años de edad, de las zonas urbanas, peri urbanas y rurales del Perú, con énfasis en los distritos focalizados por el programa. |
| 14. Programa Nacional para el Empleo Jóvenes Productivos.   | Personas mayores de 15 años, que se encuentran en situación de pobreza extrema, pobreza o vulnerabilidad sociolaboral.                                    | Empresarios privados de todos los sectores de la producción nacional que requieran personal en diferentes ocupaciones básicas.                                     |
| 15. Prevención y/o solución de conflictos laborales.  | Gremios de trabajadores<br>Sindicatos<br>Empleadores  | Funcionarios de entidades públicas<br>Empleadores<br>Dirigentes sindicales   |
| 16.1 Priorización de grupos vulnerables:<br>a) Lucha contra la explotación laboral infantil y de adolescentes | Empleadores/as del sector privado, productores/as, familias productivas.  | Niños, niñas y adolescentes, padres y madres de familia, y público en general.   |
| 16.2 Priorización de grupos vulnerables:<br>b) Trabajo forzoso.   | Población en riesgo de trabajo forzoso (menores, jóvenes y adultos)   | Entidades públicas y privadas relacionadas a la lucha contra el trabajo forzoso.   |

| Temas relevantes  | Público objetivo   | Publico secundario   |
|---|--|--|
| 16.3 Priorización de grupos vulnerables:<br>c) Personas con discapacidad. | Población con discapacidad en búsqueda de empleo.        | Empleadores del sector privado.  |
| 16.4 Priorización de grupos vulnerables:<br>d) Trabajadoras del hogar     | Empleadores/as.<br>Trabajadores y trabajadoras del hogar | Personas que están en búsqueda de trabajadores y trabajadoras del hogar. |

En relación a los aliados estratégicos son:

- Tomadores de decisiones.
  - Gobierno central.
  - Gobiernos regionales, provinciales y locales.
  - Otros sectores intergubernamentales.
  - Poder Legislativo.
  
- Medios de comunicación.
  - Periodistas y comunicadores sociales.
  - Líderes de opinión (columnistas, editores, comentaristas, influencers, entre otros).
  
- Entidades vinculadas al Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
  - Sunafil.
  - EsSalud.
  - Direcciones Regionales de Trabajo y Promoción del Empleo.
  - Servir.
  - Organización Internacional del Trabajo.
  
- Sociedad civil organizada.
  - Gremios.
  - Sector empleador.
  - Colegios profesionales.
  - Organismos No Gubernamentales.
  - Cooperación internacional.
  - Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas - CONFIEP
  - Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
  - Sociedad Nacional de Industrias - S.N.I.

- Cámara Peruana de la Construcción – CAPECO
  - Asociación de Bancos del Perú – ASBANC
  - Cámara de Comercio de Lima - CCL
  - Coordinadora de Empresas de Gamarra
  - Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía – SNMPE
  - Sociedad Nacional de Pesquería - SNP
  - Asociación de Exportadores - ADEX
  - Ejecutivo de Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE
  - Conglomerados de Pequeña Empresa en el Perú – CPEP
- Especialistas.
    - Especialistas y técnicos en temas laborales.
    - Exministros y exfuncionarios.

## X. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El presente plan contempla cuatro estrategias con un enfoque de 360°:

- 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.
- 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada y entre otras para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.
- 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

En relación a las estrategias de intervención, el presente Plan de Comunicaciones Anual de la OCII del MTPE pretende una intervención integral, de allí que apuesta por la combinación de opciones de diferentes formas de comunicación.

Estrategia 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación

Se propone desarrollar acciones para promover los servicios y programas del MTPE enmarcados en los 6 objetivos estratégicos sectoriales con el fin de fortalecer la imagen del Sector; así como, con los 8 Objetivos Estratégicos Institucionales del MTPE.

Con el uso de esta estrategia queremos difundir nuestras acciones sin tener que invertir y no generar costo al Estado. La gestión de medios (Publicity) es un recurso que permite a las instituciones obtener un espacio gratuito en los medios de comunicación a través de la incidencia y/o abogacía con medios de comunicación.

Para ello, la pieza fundamental es la información que debe ser de tipo noticiosa a fin de interesar al medio de comunicación para su difusión porque resulta de interés para la población.

Esta estrategia se sustenta en la incidencia que realiza el equipo de prensa con los periodistas de medios de comunicación. Ello, incluye diseñar una estrategia de comunicación para difundir los múltiples servicios y programas que ofrece el MTPE a favor de la ciudadanía, que puede contener productos de comunicación tales como notas de prensa, entrevistas, reportajes, microondas, conferencias de prensa, entre otros.

Asimismo, se propone desarrollar acciones de selección de medios de comunicación; entre los que se denominan medios de comunicación masivos a nivel nacional, regional, local y medios especializados. De esta manera, se tiene la posibilidad de abordar diferentes temas que genera el propio MTPE y los vinculados con organismos nacionales y extranjeros.

#### Estrategia 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada y entre otras para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Se desarrollarán planes de comunicación relacionados a los ejes temáticos y los temas relevantes del MTPE, que tendrán en cuenta acciones de comunicación directa, masiva y alternativa.

Dentro de esta estrategia se encuentra la publicidad estatal, la cual es usada por las instituciones cuando se busca difusión masiva de alto impacto con la finalidad de llegar al mayor porcentaje del público objetivo primario y secundario con un presupuesto asignado por la institución.

Sin embargo, hay que tener claro algunas cuestiones previas cuando hablamos de publicidad. En el caso de las instituciones públicas, este tema está normado por la Ley N° 31515 que modifica la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, donde se establecen los criterios para el uso de recursos públicos en el rubro de publicidad, ya sea en prensa escrita, radio y televisión. El MTPE, a través de la OCII, desarrollará el Plan de Estrategia Publicitaria Anual, documento de gestión que contendrá la propuesta de publicidad estatal a ser difundida en medios de comunicación masivos y alternativos. Para ello, todos los Órganos, Unidades Orgánicas y Programas del MTPE que lo conforman, tienen la obligación de remitir el año fiscal previo sus propuestas de difusión en medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), a fin de que sean incluidas en el Plan de Estrategia Publicitaria del siguiente año.

Asimismo, la difusión de publicidad estatal debe estar aprobada por el titular del Pliego, mediante Resolución Ministerial se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria que corresponde al año de ejecución.

Los criterios que se utilizarán para la selección de medios son los siguientes: cobertura, alcance, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros que se considere.

Cabe indicar que, se cuenta con una Directiva del procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que ha sido aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, Directiva General N° 09-2016-MTPE/4, y su modificatoria. Este documento tiene como objetivo, establecer y delimitar los lineamientos para la formulación, elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE.

### Estrategia 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial

En la Estrategia 3, se propone la gestión efectiva de la comunicación digital basado en el respeto de la ética profesional y periodística.

Se propone gestionar las cuentas oficiales del MTPE en las redes sociales tales como: Facebook, LinkedIn, Twitter, Flickr, YouTube, Spotify, Instagram y TikTok; así como, la generación de contenido informativo y utilitario en beneficio de los ciudadanos.

Ya sea para promocionar, entender o conectarse a las necesidades de los usuarios en estos nuevos espacios de socialización, las redes sociales son necesarias e importantes como herramientas que facilitan el contacto con los internautas, para difundir los servicios y programas del MTPE.

Se debe destacar que el MTPE cuenta con gran cantidad de seguidores, en Facebook se cuenta con 1 503 857 seguidores y 477 871 seguidores en Twitter. Se pretende incrementar y fidelizar la audiencia del MTPE en redes sociales oficiales del Ministerio implementando acciones innovadoras para la recordación de los mensajes de los temas relevantes del MTPE.

#### Estrategia 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE

En la Estrategia 4, se propone organizar actividades presenciales y virtuales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para difundir logros del MTPE a nivel nacional. Se busca promover la articulación de diversos actores y la comunidad para generar diálogo público en torno a un tema.

En resumen, se busca generar empatía en la comunicación con acciones alternativas y generalmente interpersonales que pueden incluir la organización de ferias, Semanas del Empleo, seminarios, pasacalles, conversatorios, entre otros.

## **XI. ACTIVIDADES**

A continuación, detallamos las actividades de acuerdo a las estrategias del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE:

### OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

## ESTRATEGIA 1.1

Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.

### ACTIVIDADES

- 1.1.1 Elaboración y difusión de notas de prensa y comunicados de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.
- 1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.
- 1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio.
- 1.1.4 Soporte audiovisual de actividades institucionales del MTPE.
- 1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.
- 1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.

## OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.

## ESTRATEGIA 2.1

Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada y entre otras para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

### ACTIVIDADES

- 2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.
- 2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.
- 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.

## OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

### ESTRATEGIA 3.1

Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.

#### ACTIVIDADES

- 3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.
- 3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.
- 3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.

### OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

### ESTRATEGIA 4.1

Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

#### ACTIVIDADES

- 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.
- 4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.
- 4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.

## **XII. PROGRAMACIÓN DE METAS E INDICADORES\***

A nivel de resultado:

- Nivel de conocimiento sobre la labor y los temas relevantes del Ministerio.
- Nivel de satisfacción de la ciudadanía sobre los servicios y programas que brinda el MTPE.
- Incremento del uso de los servicios y programas del MTPE por la ciudadanía.

A nivel operativo:

| Líneas estratégicas  | Actividad   | Indicador   | Unidad de Medida                  | Meta Física 2024 |
|--|---|---|-----------------------------------|------------------|
| 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.   | 1.1.1 Elaboración y difusión de notas de prensa y comunicados de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.  | N° de notas de prensa difundidas  | Nota de prensa                    | 120              |
|  |   | N° de comunicados difundidos  | Comunicado                        | 10               |
|  | 1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.  | N° de conferencias de prensa organizadas  | Conferencia de prensa             | 10               |
|  | 1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio.   | N° de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas                              | Entrevista                        | 50               |
|  | 1.1.4 Soporte audiovisual de actividades institucionales del MTPE.  | N° de álbumes publicados en Flickr  | Álbum Flickr                      | 60               |
|  |   | N° de Registro Fílmico (corte para medios)  | Registro Fílmico                  | 45               |
|  | 1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.  | N° de videos editados y difundidos  | Video                             | 60               |
| 1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.   | N° de impactos positivos en prensa  | Impacto positivo  | 3500                              |                  |
|  | N° de informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.  | Informe   | 4                                 |                  |
| 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada y entre otras para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. | 2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.  | N° planes de estrategia publicitaria aprobados.                                       | Plan de Estrategia Publicitaria   | 1                |
|  | 2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.   | N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.                | Plan de comunicación              | 10               |
|  | 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.   | N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados.                              | Diseño de material comunicacional | 1500             |
| 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.   | 3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.   | N° de publicaciones únicas difundidas en redes sociales                               | Publicación                       | 1000             |
|  |   | N° de diseños publicados para redes sociales  | Diseño                            | 400              |
|  |   | N° de videos publicados para redes sociales   | Video                             | 100              |
|  |   | N° de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.                            | Transmisiones en vivo             | 24               |
|  |   | N° de reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio | Video vertical                    | 300              |
|  | 3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.  | N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general         | Campaña digital                   | 4                |
| 3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.   | N° de informes de todas las redes sociales institucionales  | Informe   | 4                                 |                  |
| 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.   | 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.   | N° de eventos institucionales realizados  | Evento                            | 68               |
|  | 4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.  | N° de diseños de eventos de capacitación del MTPE difundidos.                         | Web banner                        | 60               |
|  | 4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE. | N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas.            | Carpeta                           | 68               |

(\*) La temporalidad es anual y el detalle de las metas físicas se encuentra en el Anexo 1.

### XIII. RESULTADOS

A nivel de resultado:

- La ciudadanía conoce la labor y los temas relevantes del MTPE.
- La ciudadanía está informada sobre los servicios y programas que brinda el MTPE.
- Incremento del uso de los servicios y programas del MTPE por la ciudadanía.

Los indicadores de resultado serán coordinados con la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo de Lima Metropolitana y la Dirección General del Servicio Nacional del Empleo.

A nivel operativo:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

- 120 notas de prensa difundidas.
- 10 comunicados difundidos.
- 10 conferencias de prensa organizadas.
- 50 entrevistas difundidas.
- 60 álbumes publicados en Flickr.
- 45 registros fílmicos (corte para medios).
- 60 videos editados y difundidos.
- 3500 impactos positivos en prensa.
- 4 informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.

- 1 plan de estrategia publicitaria aprobado.
- 10 planes de comunicación según actividades del MTPE.
- 1500 diseños de materiales comunicacionales elaborados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

- 1000 publicaciones únicas difundidas en redes sociales.
- 400 diseños publicados para redes sociales.
- 100 videos publicados en redes sociales.
- 24 transmisiones en vivo.
- 300 videos verticales informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio.
- 4 campañas digitales.
- 4 informes de redes sociales oficiales del Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

- 68 eventos institucionales realizados.
- 60 diseños difundidos de eventos de capacitación del MTPE.
- 68 carpetas protocolares elaboradas.

#### **XIV. ÓRGANO RESPONSABLE**

La OCII es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE; y de la asistencia al proceso de implementación, en lo referente a difusión y comunicación. Los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE son los responsables de brindar la información técnica para la difusión correspondiente. Asimismo, se tiene previsto realizar la aplicación de una encuesta para conocer el nivel de conocimiento, percepción y satisfacción de los servicios y programas que brinda el MTPE.

#### **XV. IMPLEMENTACIÓN**

La implementación se realizará durante el 2024 de acuerdo a la matriz del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE (Anexo 1).

#### **XVI. VIGENCIA**

El presente Plan de Comunicaciones 2024 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo estará vigente durante el 2024.

## XVII. FINANCIAMIENTO

Las acciones propuestas se financiarán con recursos presupuestales de la OCII, a través de la meta presupuestaria 035: Acciones de Imagen Institucional de la Unidad Ejecutora 001. Asimismo, los requerimientos de acciones de difusión solicitados por los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE deberán ser coordinados con la OCII, de acuerdo a la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobada mediante Resolución de Secretaría General N° 076-2022-TR/SG.

A continuación, se indica, en resumen, el presupuesto estimado para la ejecución del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE, alineado al Plan Operativo Institucional (POI) Multianual 2024-2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo” aprobado mediante Resolución Ministerial N° 212-2023-TR, en lo que corresponde a la OCII al 21 de marzo de 2024:

| CATEGORIA PRESUPUESTARIA/ACTIVIDAD/META/GENÉRICA DEL GASTO | PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIONES |
|--|------------------------------------|
| 9001 ACCIONES CENTRALES                                    |                                    |
| 5000002 CONDUCCION Y ORIENTACION SUPERIOR                  |                                    |
| META 0000016 ACCIONES DE IMAGEN INSTITUCIONAL              | S/ 1,579,853.00                    |
| FF RECURSOS ORDINARIOS                                     |                                    |
| 2.1 PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES                       |                                    |
| 2.3 BIENES Y SERVICIOS                                     |                                    |
| FF RECURSOS DIRECTAMENTE RECAUDADOS                        |                                    |
| 2.3 BIENES Y SERVICIOS                                     |                                    |
| <b>TOTAL UE 001:MT-OGA</b>                                 | <b>S/ 1,579,853.00</b>             |
| <b>TOTAL PLAN DE COMUNICACIONES 2024</b>                   | <b>S/ 1,579,853.00</b>             |

## XVIII. ANEXOS

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE.
2. Efemérides del MTPE 2024.

## 1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2024 del MTPE

| Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes   | Objetivo General   | Objetivo Específico  | Líneas Estratégicas  | Actividades  | Indicadores   | Unidad de Medida   | Metas                  |                         |                          |                         | Total Anual | Presupuesto |    |
|---|--|--|--|--|---|--|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------|-------------|----|
|   |  |  |  |  |   |  | Programado I Trimestre | Programado II Trimestre | Programado III Trimestre | Programado IV Trimestre |             |             |    |
| Objetivo Estratégico del Sector 6, Modernización sectorial: "Implementar un efectivo modelo de gestión sectorial centrado en el ciudadano" del PESEM 2017-2024 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo; y, Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 8 "Mejorar el Modelo de Gestión Institucional Centrado en el Ciudadano" del PEI 2017-2024 del MTPE, aprobados mediante RM N° 075-2021-TR. | Promover una imagen positiva del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través de la difusión de los servicios y programas gratuitos del MTPE con énfasis en la promoción del empleo decente, la formalización laboral, la inserción juvenil al mercado laboral, la empleabilidad, capacitación laboral, el diálogo social, la protección de los derechos laborales de los grupos vulnerables, así como brindar atención cercana y | 1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos. | 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación. | 1.1.1 Elaboración y difusión de notas de prensa de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura. | N° de notas de prensa difundidas  | Nota de prensa   | 30                     | 30                      | 30                       | 30                      | 120         | S/ 573,853  |    |
|   |  |  |  |  | N° de comunicados difundidos  | Comunicado   | 3                      | 3                       | 2                        | 2                       | 10          |             |    |
|   |  |  |  |  | 1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.  | N° de conferencias de prensa organizadas                 | Conferencia de prensa  | 2                       | 3                        | 3                       | 2           |             | 10 |
|   |  |  |  |  | 1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio. | N° de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas | Entrevista             | 10                      | 15                       | 15                      | 10          |             | 50 |
|   |  |  |  |  | 1.1.4 Soporte audiovisual de actividades del MTPE.  | N° de álbumes publicados en Flickr                       | Álbum Flickr           | 15                      | 15                       | 15                      | 15          |             | 60 |
|   |  |  |  |  |   | N° de Registro Fílmico (corte para medios)               | Registro Fílmico       | 10                      | 15                       | 10                      | 10          |             | 45 |
|   |  |  |  |  | 1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.                                    | N° de videos editados y difundidos                       | Video                  | 15                      | 15                       | 15                      | 15          |             | 60 |

| Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes | Objetivo General          | Objetivo Específico   | Líneas Estratégicas  | Actividades  | Indicadores   | Unidad de Medida   | Metas                             |                         |                          |                         | Total Anual | Presupuesto                  |               |
|---|---------------------------|---|--|--|---|--|-----------------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------|------------------------------|---------------|
|   |                           |   |  |  |   |  | Programado I Trimestre            | Programado II Trimestre | Programado III Trimestre | Programado IV Trimestre |             |                              |               |
|   | oportuna a la ciudadanía. |   |  | 1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.                         | N° de impactos positivos en prensa  | Impacto positivo   | 875                               | 875                     | 875                      | 875                     | 3500        |                              |               |
|   |                           |   |  |  | N° informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.             | Informe  | 1                                 | 1                       | 1                        | 1                       | 4           |                              |               |
|   |                           | 2. Garantizar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión. | 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada y entre otras para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo. | 2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.   | N° planes de estrategia publicitaria aprobados.   | Plan de Estrategia Publicitaria  | 1                                 | -                       | -                        | -                       | 1           | S/ 350,000.00 UE 001: MT-OGA |               |
|   |                           |   |  |  | 2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.                 | N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE. | Plan de comunicación              | 2                       | 3                        | 3                       | 2           | 10                           | S/ 150,000.00 |
|   |                           |   |  |  | 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE. | N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados                | Diseño de material comunicacional | 375                     | 375                      | 375                     | 375         | 1500                         |               |
|   |                           | 3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas  | 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la  | 3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en | N° de publicaciones únicas difundidas en redes sociales                                 | Publicación  | 235                               | 270                     | 260                      | 235                     | 1000        | S/ 252,000.00                |               |
|   |                           |   |  |  | N° de diseños publicados para redes sociales  | Diseño   | 100                               | 100                     | 100                      | 100                     | 400         |                              |               |

| Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes | Objetivo General | Objetivo Específico  | Líneas Estratégicas   | Actividades   | Indicadores  | Unidad de Medida      | Metas                  |                         |                          |                         | Total Anual | Presupuesto   |
|---|------------------|--|---|---|--|-----------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------|---------------|
|   |                  |  |   |   |  |                       | Programado I Trimestre | Programado II Trimestre | Programado III Trimestre | Programado IV Trimestre |             |               |
|   |                  | que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.                  | gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.                | redes sociales oficiales del MTPE.  | N° de videos publicados para redes sociales  | Video                 | 24                     | 26                      | 26                       | 24                      | 100         |               |
|   |                  |  |   |   | N° de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.                         | Transmisiones en vivo | 6                      | 6                       | 6                        | 6                       | 24          |               |
|   |                  |  |   |   | N° reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio | Video vertical        | 75                     | 75                      | 75                       | 75                      | 300         |               |
|   |                  |  |   | 3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.    | N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general      | Campaña digital       | 1                      | 1                       | 1                        | 1                       | 4           |               |
|   |                  |  |   | 3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.                | N° de informes de todas las redes sociales institucionales                         | Informe               | 1                      | 1                       | 1                        | 1                       | 4           |               |
|   |                  | 4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos | 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE | 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones. | N° de eventos institucionales realizados   | Evento                | 17                     | 17                      | 17                       | 17                      | 68          | S/ 254,000.00 |
|   |                  |  |   | 4.1.2 Apoyo en la difusión de   | N° de diseños de eventos de  | Web banner            | 15                     | 15                      | 15                       | 15                      | 60          |               |

| Articulación con los objetivos del PESEM del Sector y PEI del MTPE vigentes | Objetivo General | Objetivo Específico      | Líneas Estratégicas | Actividades   | Indicadores  | Unidad de Medida | Metas                  |                         |                          |                         | Total Anual           | Presupuesto |
|---|------------------|--------------------------|---------------------|---|--|------------------|------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------|
|   |                  |                          |                     |   |  |                  | Programado I Trimestre | Programado II Trimestre | Programado III Trimestre | Programado IV Trimestre |                       |             |
|   |                  | y alianzas estratégicas. |                     | diversos eventos de capacitación del MTPE.  | capacitación del MTPE difundidos.  |                  |                        |                         |                          |                         |                       |             |
|   |                  |                          |                     | 4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE. | N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas. | Carpeta          | 17                     | 17                      | 17                       | 17                      | 68                    |             |
| <b>Total</b>  |                  |                          |                     |   |  |                  |                        |                         |                          |                         | <b>S/1,579,853.00</b> |             |

## 2. Efemérides del MTPE 2024

| CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO |             |   |   |
|---|-------------|---|---|
| MES   | DÍA         | TEMA  | COORDINACIÓN                            |
| Enero   | 1           | Año Nuevo   | OCII                                    |
|   | 4           | 22 Aniversario CNTPE  | CNTPE                                   |
|   | 26          | Día Mundial de la Educación Ambiental                               | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 28          | Día Mundial frente al Calentamiento Terrestre                       | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
| Febrero   | 1           | Día de la Lucha contra el Trabajo Forzoso                           | DGDFSST                                 |
|   | 27          | Día de la Lucha contra el hostigamiento sexual en el ámbito laboral | DGDFSST                                 |
| Marzo   | 5           | Día Mundial de la Eficiencia Energética                             | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 8           | Día Internacional de la Mujer                                       | OCII                                    |
|   | 15          | Día Mundial del Consumo Responsable                                 | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 22          | Día Mundial del Agua  | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 26          | Día Mundial del Clima y la Adaptación al Cambio Climático           | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 26          | La Hora del Planeta   | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 30          | Día Nacional de los Trabajadores y Trabajadoras del Hogar           | DGDFSST                                 |
| Abril   | 2           | Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo                      | OCII                                    |
|   | 7           | 1.º aniversario Programa Nacional para la Empleabilidad             | Programa Nacional para la Empleabilidad |
|   | 2.º domingo | Día del Niño Peruano  | OCII                                    |
|   | 19          | Día Mundial de la Bicicleta   | Comité de Ecoeficiencia OGA             |
|   | 22          | Día de la Tierra  | OCII                                    |
|   | 28          | Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo                   | DGDFSST                                 |
|   | 30          | 75 aniversario del MTPE   | SG OGRH                                 |
| Mayo  | 1           | Día Internacional de los Trabajadores                               | OCII                                    |
|   | 1           | 104.º Aniversario de la Jornada Laboral de 8 horas                  | OCII                                    |
|   | 1           | Ceremonia de Condecoración de la Orden del Trabajo                  | CNTPE Alta Dirección                    |
|   | 2do domingo | Día de la Madre   | OGRH                                    |
|   | 15          | Día Nacional de la Micro y Pequeña Empresa                          | OCII                                    |
|   | 17          | Día Mundial del Reciclaje   | Comité de Ecoeficiencia OGA             |

| CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO |                     |  |                             |
|---|---------------------|--|-----------------------------|
| MES   | DÍA                 | TEMA   | COORDINACIÓN                |
|   | 29                  | Día del Servidor Público   | OGRH                        |
|   | 31                  | Día del No Fumador   | OCII                        |
| Junio   | 5                   | Día Mundial del Medio Ambiente   | OCII                        |
|   | 7                   | 144.º Aniversario de la batalla de Arica y de Renovación del Juramento de Fidelidad a la Bandera | OCII                        |
|   | 12                  | Día Mundial contra el Trabajo Infantil   | DGDFSST                     |
|   | 3er domingo         | Día del Padre  | OGRH                        |
|   | 24                  | Día del Campesino  | OCII                        |
|   | 27                  | Día Internacional de la Sordoceguera   | OCII                        |
| Julio   | 3                   | Día Internacional Libre de Bolsas de Plástico  | Comité de Ecoeficiencia OGA |
|   | 6                   | Día del Maestro  | OCII                        |
|   | 2da semana          | Semana Corazón Azul contra la trata de personas - Trabajo forzoso                                | DGDFSST                     |
|   | 28-29               | Fiestas Patrias  | OGRH                        |
| Agosto  | 10                  | 1.º Aniversario Programa Empleo Temporal Llamkasun   | Llamkasun                   |
|   | 9                   | Día Interamericano de la Calidad de Aire-DIAIRE (2º viernes)                                     | Comité de Ecoeficiencia OGA |
|   | 3.º domingo         | Día del Niño   | OCII                        |
|   | 26                  | Día del Abuelo y Abuela Peruanos   | OGRH                        |
|   | 27                  | Día de la Defensa Nacional   | OSDNA                       |
|   | 4ta Semana 23 al 27 | Semana de la Lactancia Materna Lactarios institucionales   | DGDFSST                     |
| Septiembre  | 5                   | Día Internacional de la Mujer Indígena   | OCII                        |
|   | 2.º domingo         | Día de la Familia Peruana  | OCII                        |
|   | 21                  | Día de la Gestión Integral de Residuos Sólidos-DIADESOL (3º sábado)                              | Comité de Ecoeficiencia OGA |
|   | 18                  | Día Internacional de la Igualdad Salarial  | DGDFSST                     |
|   | Tercera semana      | Conciliación de la vida laboral y familiar   | DGDFSST                     |
|   | 23                  | Día Nacional Contra la Trata de Personas   | OCII                        |
|   | 24 al 30            | Semana Nacional de los Derechos del Niño   | OCII                        |
| Octubre   | 5                   | Día de la Gestión Responsable del Agua-DIAGUA (1º sábado)  | Comité de Ecoeficiencia OGA |
|   | 8                   | Día del Héroe Miguel Grau Seminario – Combate de Angamos   | OCII                        |
|   | 11                  | Día Internacional de la Niña   | OCII                        |
|   | 16                  | Día Nacional de las Personas con Discapacidad  | VMPECL                      |

| CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO |                |   |  |
|---|----------------|---|--|
| MES   | DÍA            | TEMA  | COORDINACIÓN                                     |
|   | 18             | Aniversario Programa Jóvenes Productivos                            | Programa Nacional del Empleo Jóvenes Productivos |
|   | Tercera semana | Semana de la Lucha contra el Cáncer                                 | OCII<br>DSST<br>SG                               |
|   | 21             | Día Nacional del Ahorro de Energía                                  | Comité de Ecoeficiencia<br>OGA                   |
|   | 25             | Día de los Trabajadores en Construcción Civil                       | OCII   |
|   | 25             | Día Nacional de la Persona de Talla Baja                            | OCII   |
| Noviembre   | 20             | Día Internacional de los Derechos del Niño y la Niña                | DGDFSST<br>DRTPELM<br>OCII                       |
|   | 25             | Día Nacional de las Personas con Talla Baja                         | DGPE   |
|   | 25             | Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer | OCII   |
| Diciembre   | 2              | Día Internacional para la Abolición de la Esclavitud                | DGDFSST<br>OCII                                  |
|   | 3              | Día Internacional de las Personas con Discapacidad                  | OCII   |
|   | 5              | Día Mundial del Suelo   | Comité de Ecoeficiencia<br>OGA                   |
|   | 6 al 10        | Semana de Integridad  | OGRH<br>OCII                                     |
|   | 10             | Día de los Derechos Humanos   | OCII   |
|   | 18             | Día Internacional del Migrante                                      | Dirección de Migración Laboral                   |
|   | 25             | Navidad   | SG<br>OGRH                                       |



Dirección: Av. Salaverry 655, Jesús María

Teléfono: 630 60 00

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

Síguenos en:     