

**PERÚ**Ministerio de Desarrollo
e Inclusión SocialViceministerio
de Prestaciones SocialesPrograma Nacional de Apoyo
Directo a los Más Pobres
JUNTOS

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

VISTOS:

El Memorando N° 74-2024-MIDIS/PNADP-UCI del 27 de marzo de 2024 y el Memorando N° 71-2024-MIDIS/PNADP-UCI del 21 de marzo de 2024, de la Unidad de Comunicación e Imagen; el Informe N° 04-2024-MIDIS/PNADP-UCI-CECC; el Memorando N° 667-2024-MIDIS/PNADP-UPPM del 22 de marzo de 2024, de la Unidad Planeamiento, Presupuesto y Modernización; el Informe N° 38-2024-MIDIS/PNADP-UPPM-CPP del Coordinador de Planeamiento y Presupuesto; y el Informe N° 135-2024-MIDIS/PNADP-UAJ del 01 de abril de 2024 de la Unidad de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante el Decreto Supremo N° 032-2005-PCM, modificado por el Decreto Supremo N° 062-2005-PCM, el Decreto Supremo N° 012-2012-MIDIS y el Decreto Supremo N° 002-2021-MIDIS, se crea el Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS", el cual tiene por finalidad ejecutar transferencias directas en beneficio de los hogares en condición de pobreza o pobreza extrema de acuerdo con el Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH), priorizando progresivamente su intervención a nivel nacional. El Programa promueve en los hogares, con su participación y compromiso voluntario, el acceso a los servicios de salud y educación, orientados a mejorar la salud y nutrición preventiva materno-infantil y la escolaridad sin deserción;

Que, la población objetivo del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS", son los hogares integrados por gestantes, niñas, niños y/o adolescentes en condición de pobreza, hasta que culminen la educación secundaria o cumplan diecinueve años, lo que ocurra primero. Los hogares se comprometen a cumplir los compromisos establecidos por el programa;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 278-2017-MIDIS, se aprueba el Manual de Operaciones del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS", el cual constituye el documento técnico normativo de gestión institucional, que determina la estructura orgánica, describe sus funciones generales, las funciones específicas de las unidades que lo integran, así como la descripción de los procesos estratégicos, misionales y de apoyo del Programa;

Que, en mérito de las normas señaladas, la Dirección Ejecutiva es la máxima autoridad ejecutiva y administrativa del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS", y dentro de sus funciones se encuentra la de emitir Resoluciones de Dirección Ejecutiva en asuntos de su competencia y aprobar el Plan Comunicacional del Programa;

Que, el citado documento normativo dispone en su artículo 22 que "La Unidad de Comunicación e Imagen es la responsable de diseñar, planificar, organizar, desarrollar la estrategia de comunicación; así como ejecutar las actividades de posicionamiento y difusión de la labor del Programa a través de los medios de comunicación, redes sociales, las relaciones públicas internas y externas, campañas y productos de comunicación dirigido a público diverso, en el marco de los objetivos estratégicos del Programa y los lineamientos del MIDIS";

Que, a su vez prescribe en el literal a) de su artículo 23 que la Unidad de Comunicación e Imagen tiene como función "*Diseñar, proponer, ejecutar y supervisar el Plan de Comunicaciones del Programa difundiendo los objetivos, planes, actividades y avances del Programa de acuerdo con el Plan de Estrategia Publicitaria y las Directivas aprobadas por el MIDIS;*

Que, mediante el Memorando N° 74-2024-MIDIS/PNADP-UCI del 27 de marzo de 2024 y el Memorando N° 71-2024-MIDIS/PNADP-UCI del 21 de marzo de 2024, que adjunta el Informe N° 04-



**PERÚ**Ministerio de Desarrollo
e Inclusión SocialViceministerio
de Prestaciones SocialesPrograma Nacional de Apoyo
Directo a los Más Pobres
JUNTOS

2024-MIDIS/PNADP-UCI-CECC, la Unidad de Comunicación e Imagen presenta la propuesta del Plan de Comunicación Institucional 2024, contemplando las actividades comunicacionales a realizarse durante el presente ejercicio, señalando que el plan ha sido formulado acorde a los lineamientos de la Oficina General de Comunicación Estratégica del MIDIS;

Que, mediante Memorando N° 667-2024-MIDIS/PNADP-UPPM del 22 de marzo de 2024, la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, en mérito al Informe N° 38-2024-MIDIS/PNADP-UPPM-CPP del Coordinador de Planeamiento y Presupuesto, emite opinión favorable para la aprobación del Plan de Comunicación Institucional 2024 formulado por la Unidad de Comunicación e Imagen;

Que, con Informe N° 135-2024-MIDIS/PNADP-UAJ del 01 de abril de 2024, la Unidad de Asesoría Jurídica emite opinión favorable para la aprobación del Plan de Comunicación Institucional 2024 del Programa JUNTOS;

Con el visado de la Unidad de Comunicación e Imagen, de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización y de la Unidad de Asesoría Jurídica;

De conformidad con lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 032-2005-PCM, modificado por el Decreto Supremo N° 062-2005-PCM, el Decreto Supremo N° 012-2012-MIDIS y el Decreto Supremo N° 002-2021-MIDIS; la Resolución Ministerial N° D000018-2024-MIDIS, y estando a lo establecido por el Manual de Operaciones del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS" aprobado por Resolución Ministerial N.° 278-2017-MIDIS;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Comunicación Institucional 2024 del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS", que en anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Unidad de Comunicación e Imagen se encargue de la ejecución de las actividades contenidas en el Plan aprobado en el artículo 1 de la presente resolución.

Artículo 3.- Encargar a la Unidad de Comunicación e Imagen, la implementación y socialización de la presente resolución entre los integrantes del Programa y disponer que las Unidades del Programa realicen las acciones necesarias para dar cumplimiento al documento aprobado en el artículo 1 de la presente resolución.

Artículo 4.- Disponer que la Unidad de Comunicación e Imagen publique la presente resolución en el Portal de Transparencia Estándar y en el Portal Institucional del Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres "JUNTOS" (www.gob.pe/juntos), en el plazo de dos (02) días desde su emisión.

Regístrese y comuníquese





PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social



PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2024

| Etapa | Responsable |
|----------------------------|--|
| Formulado y propuesto por: | Leonor Susy Pérez Cárdenas Jefa de la Unidad de Comunicación e Imagen |
| Revisado por: | Delmy Mericia Muro Ortiz Jefa de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización |
| | Jaime Erick Ríos Aquino Jefe de la Unidad de Asesoría Jurídica |
| Aprobado por: | Dante Akira Fernández Kohatsu Director Ejecutivo |



ÍNDICE

| | | |
|-------|------------------------------|----|
| I. | PRESENTACIÓN | 3 |
| II. | BASE LEGAL | 3 |
| III. | ALCANCE | 4 |
| IV. | OBJETIVOS | 4 |
| V. | MARCO ESTRATÉGICO | 4 |
| VI. | SIGLAS Y DEFINICIONES | 6 |
| VII. | DIAGNÓSTICO | 7 |
| VIII. | ESTRATEGIAS | 8 |
| IX. | CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN | 10 |
| X. | METAS Y RESULTADOS ESPERADOS | 14 |
| XI. | PRESUPUESTO | 15 |
| XII. | SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN | 15 |
| XIII. | ANEXOS | 15 |



I. PRESENTACIÓN

El Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres “Juntos” del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, acompaña a los hogares de escasos recursos, promoviendo el acceso a la salud, educación y oportunidades de desarrollo.

En ese contexto, mediante la participación y compromiso voluntario de las familias afiliadas, se entregan incentivos económicos a través de transferencias diferenciadas que buscan fortalecer el desarrollo infantil temprano y la educación escolar, evitando la deserción de los alumnos y apoyándolos para que puedan continuar con sus estudios superiores.

Desde el año 2021, el Programa Juntos implementó un proceso de rediseño que trasladó la gestión de procesos a una gestión por resultados, abordando de manera integral a los hogares afiliados a través de un acompañamiento familiar, con el objetivo de contribuir al desarrollo humano y a la formación de capacidades, especialmente en las generaciones futuras.

El Programa extendió su cobertura a todo el país, eliminando la valla geográfica y llegando a fines del año 2023 a 1885 distritos. Ese mismo año se implementó un nuevo sistema de transferencias diferenciadas, entre los que destaca la Transferencia Alta Secundaria (TAS), de manera focalizada en 11 distritos priorizados de los departamentos de Amazonas, La Libertad, Loreto y Piura y cuya implementación es gradual, buscando reducir la deserción escolar en adolescentes. En tanto, la Transferencia Primera Infancia (TPI) tiene como objetivo que niñas y niños hasta 01 año de edad accedan a los servicios priorizados del paquete integrado de salud desde la gestación, para que luego asistan a su Control de Crecimiento y Desarrollo, reciban las vacunas de rotavirus, neumococo, pentavalente, sarampión, paperas y rubéola, la suplementación de hierro y se les realice el examen de hemoglobina, logrando así un desarrollo infantil libre de anemia y desnutrición.

Para este año 2024 el Programa tiene nuevos retos orientados a implementar proyectos con mujeres adolescentes, a fin de brindarles herramientas para tener una vida con oportunidades. También se busca implementar un proyecto para promover la independencia económica de los integrantes de los hogares afiliados a través de la articulación con aliados.

Es así que, desde la Unidad de Comunicación e Imagen como unidad de soporte genera estrategias y acciones de comunicación que le permitan intervenir de manera transversal en cada uno de los procesos y proyectos que emprenda el Programa, contribuyendo así al logro de los objetivos institucionales.

Bajo esa premisa se presenta el Plan de Comunicación Institucional, cuyo objetivo principal es fortalecer el posicionamiento del Programa Juntos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social como una entidad que acerca servicios de identidad, salud y educación, acompañando a las familias desde la gestación hasta su adolescencia, creando oportunidades para romper el ciclo intergeneracional de la pobreza y mejorar la calidad de vida de las familias más vulnerables. Además, busca generar contenidos que contribuyan al cambio de comportamientos y actitudes para mejorar las prácticas saludables de las familias afiliadas al programa.

II. BASE LEGAL

- Ley n.º 31953, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2024.
- Decreto Supremo n.º 032-2005-PCM que crea el Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres “Juntos”, modificado por el Decreto Supremo n.º 062-2005-PCM, el Decreto Supremo n.º 012-2012-MIDIS y el Decreto Supremo n.º 002-2021-MIDIS.
- Resolución Ministerial n.º 278-2017-MIDIS, que aprueba el Manual de Operaciones del Programa Juntos.
- Resolución Ministerial n.º 62-2021-MIDIS modificada con Resolución n.º 131-2022-MIDIS, que aprueba los ámbitos y grupos priorizados de intervención del Programa Juntos.
- Decreto Supremo n.º 08-2022-MIDIS, que aprueba la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social (PNDIS) del Midis.



- Resolución Ministerial n.º 100-2023-MIDIS, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2021 – 2026 Ampliado del Midis.
- Resolución Ministerial n.º 172-2023-MIDIS, que aprueba el plan de comunicación estratégica 2023 del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.
- Resolución Ministerial N.º 219-2023-MIDIS, que aprueba la “Directiva para el Fortalecimiento de la Identidad Institucional en el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social”.
- Resolución Ministerial n.º 235-2023-MIDIS, que aprobó el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2024 del Pliego 040 Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.
- Resolución Ministerial n.º 237-2023-MIDIS, que aprueba el Plan Operativo Institucional Anual (POI) 2024 del Pliego 040 Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

III. ALCANCE

3.1 Ámbito de aplicación

El Plan de Comunicación Institucional del Programa Juntos determina las estrategias y acciones comunicacionales a cargo de la Unidad de Comunicación e Imagen, como responsable de programar, conducir, hacer seguimiento y evaluar el cumplimiento del documento en todo el ámbito de intervención del Programa. En tanto, las Unidades Territoriales, a través de sus Jefes de Unidad Territorial y comunicadores, implementan las acciones previstas en campo.

3.2 Actores involucrados

La implementación del presente Plan está a cargo de la Unidad de Comunicación e Imagen, en articulación con los Jefes de Unidad Territorial y/o comunicadores de las Unidades territoriales. Asimismo, se identifican personas y/o instituciones que brindan apoyo y/o participan en las actividades comunicacionales previstas, de manera directa o indirecta, lo cual es clave para lograr los objetivos establecidos en el presente Plan.

IV. OBJETIVOS

4.1. GENERAL

Fortalecer el posicionamiento del Programa Juntos del MIDIS como una institución que promueve el acceso oportuno a los servicios de identidad, salud y educación; desde la gestación hasta su proyección profesional.

4.2. ESPECÍFICOS:

- a. Comunicar a los hogares afiliados, aliados estratégicos y opinión pública las acciones, procesos y proyectos del Programa, a través de los medios y plataformas de comunicación.
- b. Promover el cambio de comportamiento sobre la importancia de la identidad, salud, educación y promoción de emprendimientos en los hogares afiliados al Programa, a través de acciones de comunicación.

V. MARCO ESTRATÉGICO

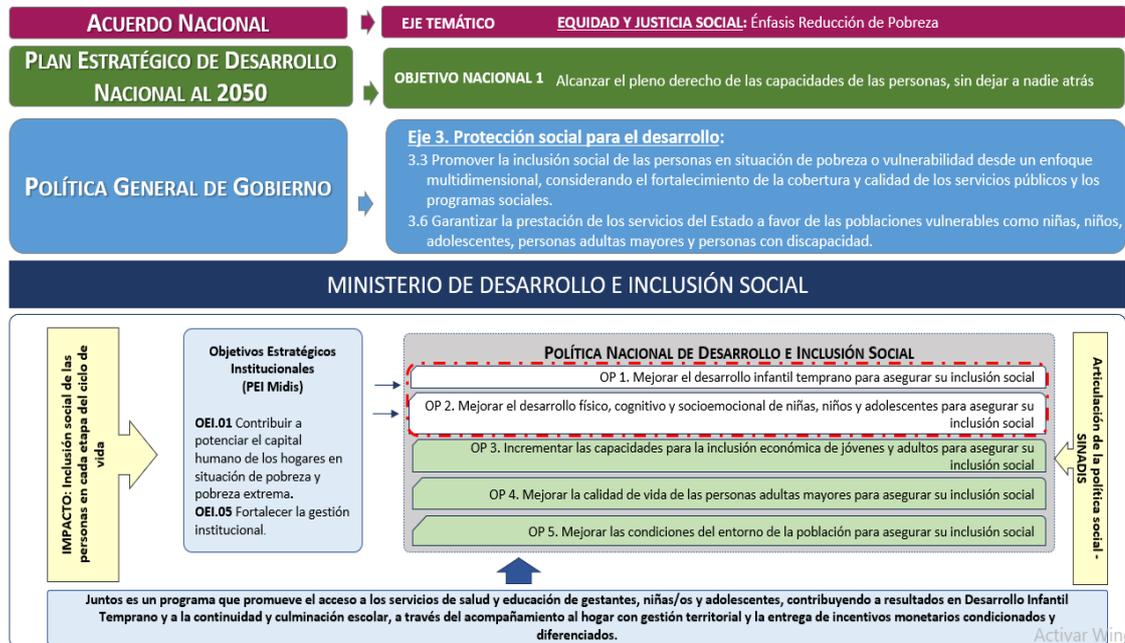
5.1. Ejes estratégicos de gobierno y sectorial

A nivel macro el Programa Juntos, se alinea a la Política Social con el Eje Temático 2: Equidad y Justicia Social del Acuerdo Nacional y al objetivo nacional 1 “Alcanzar el pleno derecho de las capacidades de las personas, sin dejar a nadie atrás” del Plan Estratégico de Desarrollo Nacional al 2050. A nivel sectorial, se cuenta con la aprobación de la Política Nacional de



Desarrollo e Inclusión Social al 2030, donde se identifican cuatro servicios priorizados a cargo del Programa, vinculados con las diversas transferencias monetarias condicionadas y el acompañamiento al hogar que ejecuta el Programa Juntos y se alinea con el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2021-2026 Ampliado del Midis¹. El siguiente gráfico muestra la vinculación del Programa Juntos, con la Política Social a todo nivel:

Gráfico n.º 1: Articulación Política Social y Programa Juntos



Elaborado. UPPM Juntos

La Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social (PNDIS) al 2030², reconoce como problema público la exclusión social que genera pobreza a lo largo del ciclo de vida de las personas, el cual es analizado por 3 factores explicativos: a) factores estructurales, b) factores contextuales, y c) factores relacionados con la identidad. Al respecto, el Programa Juntos se alinea plenamente a la PNDIS, en la que se identifican 4 servicios a cargo del Programa vinculados a los Objetivos Prioritarios 1 y 2:

Cuadro n.º 1: Servicios de la PNDIS al 2030, a cargo del Programa Juntos

| Objetivo prioritario | Lineamientos | Servicios de la PNDIS al 2030 | Intervención del Programa Juntos |
|--|---|---|----------------------------------|
| OP1. Mejorar el desarrollo infantil temprano para asegurar su inclusión social. | L1.3. Mejorar el estado nutricional de las niñas y niños menores de 36 meses | S.1.3.4. Entrega de incentivos monetarios condicionados según esquema de transferencias a primera infancia oportuna a hogares en situación de pobreza con gestantes, niños y niñas, que contribuya al desarrollo infantil temprano. (nuevo) | Transferencia Primera Infancia |
| OP2. Mejorar el desarrollo físico, cognitivo y socioemocional de niñas, niños y adolescentes | L2.2. Mejorar las competencias de niñas, niños y adolescentes para desempeñarse | S.2.2.2. Entrega oportuna de incentivos monetarios, condicionados a hogares en situación de pobreza, que promueven el acceso a servicios de salud y educación de gestantes, niñas/os y adolescentes; según esquema de transferencia base. | Transferencia Base |

¹ Aprobada con Resolución Ministerial n.º 100-2023-MIDIS.

² Aprobada con Decreto Supremo n.º 08-2022-MIDIS.



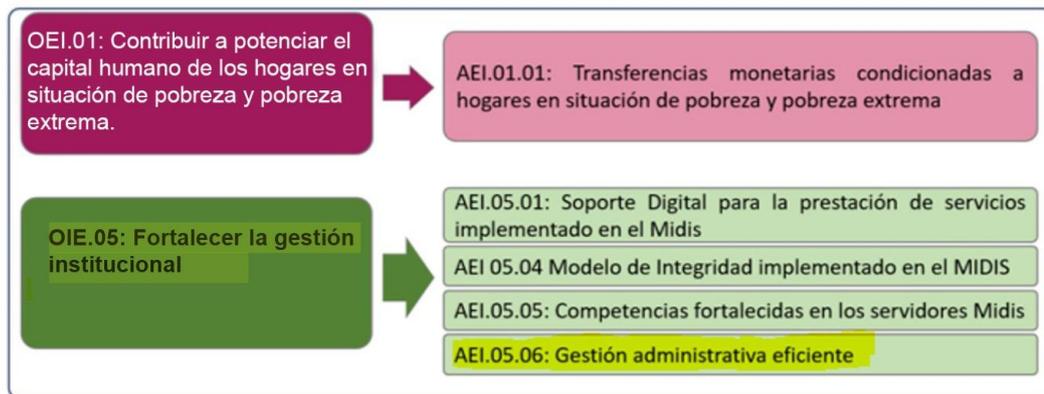
| Objetivo prioritario | Lineamientos | Servicios de la PNDIS al 2030 | Intervención del Programa Juntos |
|------------------------------------|--------------------------------|---|---|
| para asegurar su inclusión social. | productivamente en la sociedad | S.2.2.3. Acompañamiento oportuno con gestión territorial a hogares con gestantes, niñas, niños y adolescentes en situación de pobreza. | Acompañamiento al hogar con gestión territorial |
| | | S.2.2.4. Entrega oportuna de incentivos monetarios condicionados según esquema de transferencia secundaria a hogares en situación de pobreza con estudiantes en educación secundaria. (nuevo) | Transferencia Secundaria: TAS, TBS y VRAEM, |

Fuente: D.S. n.º 08-2022-MIDIS. Elaboración: UPPM Juntos.

5.2. Objetivo Estratégico Institucional

El Plan de Comunicación Institucional 2024 contribuye a la consecución del Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 5, “Fortalecer la Gestión Institucional” y a la AEI.05.06 “Gestión Administrativa Eficiente”, aprobados en el PEI 2021-2026 del MIDIS, toda vez que busca fortalecer el posicionamiento del Programa Juntos, como una institución que promueve el acceso oportuno a los servicios de identidad, salud, educación, desde la gestación hasta su proyección profesional.

Gráfico 2: Alineación del Plan con los OEI y AEI del PEI 2021 - 2026



VI. SIGLAS Y DEFINICIONES

- **SISFOH:** Sistema de Focalización de Hogares
- **Rebotes:** Publicaciones en medios de comunicación a partir de un material comunicacional (notas de prensa, entrevistas, crónicas y otros).
- **Acciones comunicacionales:** Conjunto de acciones que lleva a cabo una institución para informar, difundir o promover cambios de conducta en una población específica.
- **Plataformas de comunicación:** Herramienta que permite a las instituciones comunicar, promocionar y posicionar su producto o servicio en distintas audiencias dependiendo de las características y los objetivos que se quieran lograr.
- **Medios de comunicación tradicionales:** Los medios tradicionales están conformados por la prensa escrita, la radio y la televisión. Este tipo de medio no establece interacción entre el emisor y el receptor, ya que solo se envía la información y depende del público cómo decide interpretarla.
- **Medios digitales:** Está compuesta por páginas web, blogs, redes sociales, entre otros. Se establece una comunicación bidireccional, puesto que el receptor puede interactuar con el emisor.



VII. DIAGNÓSTICO

7.1. Implementación del Plan de comunicación 2023

La comunicación en el Programa Juntos tiene un enfoque integral, de 360°, considerando cuatro líneas de acción de la comunicación estratégica que se engranan de manera integrada: prensa, digital, social y audiovisual.

El Plan de Comunicación 2023 se implementó con el propósito de visibilizar las acciones en territorio. Es así que, se programaron actividades para cada unidad territorial, considerando aspectos como el número de medios de comunicación, accesibilidad y pertinencia cultural. Estas actividades se dieron en el marco de los procesos operativos de afiliación, mantenimiento de padrón, transferencia de incentivos monetarios y verificación de cumplimiento de corresponsabilidades. Además, se vincularon a temas institucionales como: lucha contra la anemia, matrícula oportuna, continuidad escolar, prácticas saludables, articulación territorial y emprendimientos.

Durante el año 2023, se realizaron nueve grandes campañas comunicacionales en las 21 unidades territoriales que permitieron contribuir en el cambio de actitud y prácticas sobre la importancia de la salud y educación de las familias de los hogares afiliados al programa.

- Afílate ya (proceso de afiliación a hogares)
- Tu futuro juntos con más oportunidades (generación de proyecto de vida u oportunidades)
- Juntos sin anemia (lucha contra la anemia)
- Nuestra independencia económica (inclusión financiera)
- Juntos cumplimos nuestros compromisos (proceso de verificación de corresponsabilidades)
- Vamos juntos al cole (matrícula oportuna)
- Cine foro “Juntos en familia” (proceso de verificación de corresponsabilidades)
- Aprendiendo Juntos (mensajes de salud, educación y oportunidades)
- Mis datos al día (proceso de mantenimiento de padrón y clasificación socioeconómica)

Como resultado de las siete campañas implementadas hemos logrado un total de 4101 publicaciones en los diversos medios de comunicación de cobertura nacional, regional y local; así como, 557 entrevistas en todo el país, con la participación de voceros de la sede central y regiones.

En comunicación digital se realizaron 3012 publicaciones con un incremento de 21% en el número de seguidores en las redes sociales del Programa.

En comunicación social, se realizaron actividades dirigidas a madres usuarias a fin de propiciar la interiorización de mensajes. Es así que, se realizó el envío de mensajes por WhatsApp a 14308 usuarias, de las cuales alrededor de 7530 son madres líderes, a quienes se les remitió mensajes con temas de salud, educación, operativo de pagos y otros que brinden información oportuna a las madres usuarias.

Además, se mejoró la implementación del cine foro, una herramienta que tiene como objetivo promover el cambio de comportamiento a largo plazo generando el debate sobre temas de salud y educación, que permitan interiorizar en las usuarias su importancia. Es así que, se realizó la producción y grabación de una miniserie a partir de la identificación de temas de interés en las familias usuarias, creando un total de 4 capítulos, donde se presentan historias con personajes ficticios que, de manera amena presentan situaciones diversas para promover la reflexión de los espectadores.

Como parte de la campaña “Tu futuro Juntos con más oportunidades” el Programa desarrolló ferias vocacionales dirigida a estudiantes de 3ro, 4to y 5to de secundaria, así como ceremonias de reconocimiento a jóvenes de hogares juntos que lograron ingresar a Beca 18.

Finalmente, se realizó la segunda edición del concurso de cuentos “Juntos cumplimos nuestros compromisos” rompiendo un récord de convocatoria, logrando un total de 806 participantes



de los cuales 30 pasaron a la final nacional, cuyos cuentos fueron recopilados en el texto denominado “Creando historias”, construyendo cuentos”.

En esa línea, y con el propósito de implementar oportunidades de mejora en cada uno de los procesos comunicacionales del Programa Juntos, es que se plantea para el año 2024 ejecutar el presente Plan con el fin de continuar posicionando al Programa como una institución que promueve el acceso oportuno a los servicios de identidad, salud y educación, desde la gestación hasta su proyección profesional.

7.2. Diagnóstico comunicacional FODA

En busca de establecer estrategias y acciones efectivas para la implementación del Plan de Comunicación se realizó el análisis FODA, con la participación de 7 Unidades Territoriales³, a fin de tener una mirada nacional y regional de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, las cuales nos permiten describir el escenario sobre el cual la labor comunicacional debe intervenir en el presente año, con el fin de hacer un uso eficiente y provechoso de los recursos disponibles, identificando las oportunidades y los puntos que requieren refuerzo, así como la existencia de posibles amenazas que puedan perjudicar la imagen de la institución.

Cuadro n.º 2: Análisis FODA

| Fortalezas | Oportunidades |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Posicionamiento y reconocimiento nacional del Programa Juntos territorio, en los aliados estratégicos. Mejora continua y desarrollo de contenidos. Relacionamiento con medios de comunicación. | <ul style="list-style-type: none"> Compromiso y participación comunitaria: usuarias y madres líderes. Relacionamiento estratégico y alianzas con sectores clave (salud, educación, trabajo, gobiernos regionales y gobiernos locales). Eliminación de la valla geográfica que permite intervenir en más lugares. Recepción positiva por parte de la comunidad ante las actividades y las historias de éxito difundidas. |
| Debilidades | Amenazas |
| <ul style="list-style-type: none"> Poco compromiso y desconocimiento de la importancia de la comunicación por parte de los servidores del programa Juntos. Dificultades identificadas en el clima laboral que no permiten un adecuado trabajo en equipo. Escasa logística y recursos humanos para el desarrollo de actividades. Ausencia de una calendarización de actividades que no permiten el uso adecuado de los recursos. | <ul style="list-style-type: none"> Desafíos geográficos, climáticos, tecnológicos y comunicativos en territorio. Influencia política y rotación del personal de instituciones aliadas. Barreras culturales y de creencias en territorio. |

Elaboración: UCI

VIII. ESTRATEGIAS

Se cuenta con cuatro estrategias para el desarrollo de las actividades comunicacionales, las cuales se precisan a continuación:

8.1 Comunicación social

³ Lima, Junín, Ucayali, Loreto - Iquitos, Piura, Cajamarca y Ancash



Es el proceso de comunicación que se enfoca en las acciones dirigidas a los diversos públicos objetivos con el propósito de informar para sensibilizar, generar incidencia y/o participación social, además de educar y llevar contenidos que permitan a la población intercambiar ideas y opiniones.

En el año 2024, se tiene programado continuar con las actividades presenciales en territorio, las cuales permiten promover el aprendizaje e impulsar la participación de las familias usuarias en temas vitales como son los derechos de identidad, salud y educación de las niñas y niños de nuestro país.

En ese contexto, se proyecta continuar socializando los contenidos a través de plataformas de comunicación de fácil acceso a la población tales como talleres, cine, foros, ferias vocacionales y de empoderamiento de la mujer.

Desde el Programa Juntos se busca fortalecer la articulación con los aliados estratégicos (gobiernos regionales y gobiernos locales) y las madres líderes.

8.2 Comunicación Externa (prensa)

La comunicación externa abarca las diferentes acciones destinadas a difundir información institucional (medios de comunicación, periodistas y la opinión pública en general), con el objetivo de gestionar la reputación del Programa y posicionar los mensajes institucionales.

Posicionar la imagen implica utilizar medios de comunicación tradicionales, como la prensa escrita, radio, televisión y los medios digitales (páginas web, medios digitales, entre otros), a fin de dar a conocer el trabajo y los avances del Programa, con el objetivo de generar una percepción favorable entre la población y la opinión pública.

Por tanto, la estrategia incluye la participación de periodistas, comunicadores y propietarios de medios de comunicación de todo el país (ámbito local, regional y nacional), a fin de que conozcan las actividades, acciones y mensajes institucionales, a través del rebote de notas de prensa, reportajes de historias de éxito, conferencias y ruedas de prensa, entrevistas de voceros, entre otros.

8.3 Comunicación Digital

El avance de la tecnología y conectividad está al alcance de la mano de las personas gracias a los smartphones y otros dispositivos electrónicos, así como el crecimiento acelerado de la conectividad a internet, que han posicionado a las redes sociales como las plataformas más populares para la producción y consumo de información.

Actualmente, las redes sociales se han convertido en el aliado estratégico de empresas e instituciones porque permiten un acercamiento con los usuarios en tiempo real y a través de diversos canales.

Es por ello que, para Juntos, el uso de estos medios de difusión e interacción, es una herramienta indispensable para dar a conocer el trabajo, servicio y acompañamiento que se brinda a los hogares de Juntos.

8.4 Comunicación Audiovisual

Este tipo de comunicación ofrece un gran potencial para captar la atención, interesar y transmitir conocimientos, permitiendo crear y gestionar productos en audio y video para diversos canales de comunicación.

El Programa busca -con esta estrategia- producir material comunicacional que permita difundir de forma efectiva y fácil, los diferentes mensajes clave, a través de distintos medios de comunicación como radio, televisión, canales de circuito cerrado, medios alternativos, web y redes sociales.



Es importante señalar que esta estrategia es un soporte para las tres primeras, puesto que sus productos permiten la difusión tanto en las redes sociales, medios de comunicación y a hogares afiliados.

IX. CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

Desde la Unidad de Comunicación e Imagen se han creado campañas comunicacionales para acompañar los procesos operativos del Programa, los cuales abarcan temas de interés del sector.

9.1. CAMPAÑA AFÍLIATE YA

La campaña está dirigida a hogares con madres gestantes o recién nacidos menores de 30 días, para dar a conocer los requisitos de afiliación y el proceso de la afiliación por demanda, a través de acciones de difusión en medios de comunicación y redes sociales.

- ✓ **Objetivo:** Promover la afiliación de madres gestantes y menores de 30 días de nacido al programa Juntos
- ✓ **Público objetivo:**
 - Familias que cuenten con una gestante y un bebé menor de 30 días de nacido.
 - Aliados estratégicos, público en general.
- ✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa

9.2. TU FUTURO JUNTOS CON MÁS OPORTUNIDADES

Vincular oportunamente a estudiantes de hogares Juntos, a instituciones de educación superior mediante la modalidad de becas integrales, que permita su continuidad y culminación, a fin de mejorar su condición de vida.

- ✓ **Objetivos:**
 - Orientar y acercar a los adolescentes de secundaria del Programa Juntos, a la oferta profesional de universidades e institutos públicos y privados a fin de encaminarlos en la educación superior y garantizar mejores oportunidades.
 - Fortalecer la articulación a nivel territorial con aliados a fines, que permita de forma conjunta, contribuir al desarrollo humano y de capacidades mediante la inserción educativa a las personas que no han culminado su educación básica.
- ✓ **Público objetivo:**
 - Estudiantes del nivel secundario afiliados al programa Juntos
 - Aliados estratégicos vinculados a la educación superior, público en general.
- ✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa

9.3. JUNTOS SIN ANEMIA

Como parte del proyecto denominado “Juntos sin anemia” que busca contribuir en la reducción de la prevalencia de anemia infantil, a través de la prevención y recuperación ante el diagnóstico de anemia en niñas y niños Juntos. La campaña comunicacional incluye diversos productos como cine foros, videos para redes, concursos, entre otros.

- ✓ **Objetivos:** Contribuir con la prevención y atención de la anemia infantil, a través de acciones de comunicación social, digital, audiovisual y prensa.
- ✓ **Público objetivo:**
 - Familias usuarias con niñas y niños menores de 12 meses.



- Aliados estratégicos que implementen acciones contra la anemia, público en general.

✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa.

9.4. MI INDEPENDENCIA ECONÓMICA

La campaña tiene dos aristas, la primera enfocada en la identificación de emprendimientos para su mejora continua, mientras que la segunda está orientada a promover en las familias la generación de iniciativas de negocios.

✓ **Objetivos:** Promover y fortalecer la autonomía económica de cada hogar afiliado, buscando el desarrollo y progreso de nuestras familias a través de nuevos emprendimientos.

✓ **Público objetivo:**

- Familias usuarias con emprendimientos económicos e interesados en iniciar su negocio.
- Aliados estratégicos que fortalezcan autonomía de hogares, público en general.

✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa

9.5. JUNTOS CUMPLIMOS NUESTROS COMPROMISOS

La campaña busca que los hogares afiliados al Programa cumplan sus compromisos en salud y educación, involucrando en este proceso a todos los integrantes del hogar. Para ello se viene trabajando un concurso de cuentos dirigido a los miembros objetivos y un cine foro dirigido a todos los integrantes del hogar.

✓ **Concurso de cuentos:** Este 2024, se realiza por tercer año consecutivo el concurso de cuentos denominado “Juntos cumplimos nuestros compromisos” dirigido a adolescentes de entre 12 y 16 años, pertenecientes a hogares afiliados.

✓ **Cine foro “Juntos en familia”**

Esta estrategia tiene como objetivo promover el cambio de comportamiento a largo plazo generando el debate sobre temas de salud y educación, que permitan interiorizar en las usuarias su importancia.

El cine foro es una herramienta metodológica que facilita y enriquece el diálogo y la interiorización de mensajes con las familias usuarias del Programa; además, no solo convoca a la titular (madre) sino a toda la familia, convirtiéndose en un espacio de integración familiar donde se promueven aprendizajes.

✓ **Objetivos:** Promover la importancia del cumplimiento de las corresponsabilidades de salud y educación de los hogares afiliados al Programa.

✓ **Público objetivo:**

- Familias afiliadas al programa Juntos
- Aliados estratégico y público en general.

✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa.

9.6. VAMOS JUNTOS AL COLE

La campaña comprende acciones comunicacionales para sensibilizar a madres y padres de familia sobre la importancia de la asistencia a clases desde el primer día que estos mantengan un compromiso de asistir a clases y cumplir sus responsabilidades escolares.

✓ **Objetivos:** Promover la matrícula oportuna de niñas, niños y adolescentes, así como la asistencia a clases desde el primer día.



- ✓ **Público objetivo:**
 - Familias afiliadas al programa Juntos
 - Aliados estratégico y público en general.
- ✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa

9.7. PILOTO TPI URBANO

La campaña busca informar a las usuarias del piloto de esquemas alternativos de Transferencia Primera Infancia, sus corresponsabilidades y el monto diferenciado a recibir.

- ✓ **Objetivo:** Informar a los hogares priorizados sobre el esquema diferenciado y sus corresponsabilidades.
- ✓ **Público objetivo:**
 - Hogares seleccionados para participar del piloto
- ✓ **Ámbito de intervención:** 212 distritos

9.8. VIDA ADOLESCENTE

La campaña incluye acciones de sensibilización a adolescentes, así como la identificación de jóvenes embajadores que lleven mensajes positivos sobre la educación y proyecto de vida a través de diversos canales de comunicación.

- ✓ **Objetivos:** Promover la disminución del embarazo en adolescentes con intervenciones efectivas como: culminación escolar, transición a la educación superior y la construcción de proyectos de vida.
- ✓ **Público objetivo:**
 - Adolescentes entre 12 y 17 años atendidos por el Programa
 - Aliados estratégico y público en general.
- ✓ **Ámbito de intervención:** 21 unidades territoriales del Programa

ENFOQUES TRANSVERSALES

- **Enfoque de ciclo de vida**

El enfoque del ciclo de vida pretende entender las vulnerabilidades y oportunidades que podemos identificar durante los primeros años de vida del ser humano, además de valorar las experiencias acumuladas a lo largo de su vida, que pueden tener algún tipo de influencia en su entorno.

Es así que desde el Programa Juntos se atiende desde la gestación para asegurar su correcto desarrollo, hasta culminar el ciclo educativo, buscando el acceso a oportunidades para su edad adulta.

- **Enfoque del Hogar**

De acuerdo a la ficha técnica de hogar del año 2023 del INEI se considera hogar al conjunto de personas, sean o no parientes, que ocupan en su totalidad o en parte una vivienda, comparten las comidas principales y atienden en común otras necesidades vitales. Se incluye también en este grupo a las personas a quienes el jefe considera que son miembros del hogar, por razones de afecto. Por excepción, se considera hogar al constituido por una sola persona.

Desde el programa se viene trabajando a través del acompañamiento al hogar con seguimiento nominal y gestión territorial, con el objetivo de promover el acceso y uso de



los servicios de salud, educación e identidad, porque se considera que la intervención en el hogar trae consigo mejores resultados.

- **Enfoque de derechos**

Permite establecer acciones y mecanismos que garanticen la protección de las niñas, niños y adolescentes a través del Estado, de manera que sean equitativas y justas. Este enfoque se basa normativamente en estándares internacionales de derechos humanos.

De acuerdo a lo que plantea la ONU su objetivo es analizar las desigualdades que se encuentran en el corazón de los problemas de desarrollo y corregir las prácticas discriminatorias y las distribuciones injustas de poder que impiden el progreso del desarrollo y que a menudo resultan en grupos de personas que se quedan atrás.

- **Enfoque intercultural**

La interculturalidad se fundamenta en el reconocimiento y valorización de las diferencias culturales como elemento clave para la construcción de una sociedad democrática, promoviendo relaciones equitativas y respetuosas entre culturas diversas para la reducción de las desigualdades. Desde el Programa Juntos se promueve la atención de los hogares a nivel territorial tomando en cuenta las particularidades culturales de cada grupo, adaptando servicios y estrategias para garantizar pertinencia y participación activa de comunidades, a través de diversas acciones como el uso de lenguas originarias, respeto por su culturas y tradición.

- **Enfoque de género**

El enfoque de género se define como una herramienta analítica que identifica los roles y tareas de mujeres y hombres en la sociedad, revelando asimetrías y relaciones de poder. Al analizar críticamente las construcciones culturales que generan desigualdades de género, este enfoque proporciona elementos clave para formular medidas, políticas y estrategias que aborden la desigualdad, modifiquen relaciones asimétricas, erradiquen la violencia de género y promuevan la igualdad de acceso a recursos, servicios públicos y oportunidades. Desde el Programa, se implementan acciones orientadas al logro de la igualdad de niñas, niños y adolescentes en el ejercicio de sus derechos, libres de todo tipo de discriminación y haciendo uso del lenguaje inclusivo en nuestras comunicaciones.

El modelo que guía la intervención del Programa es el siguiente:

Desde mediados del año 2020, el Programa Juntos inició su rediseño, aprobando la cadena de valor y tablero de control, con Resolución de Dirección Ejecutiva n.º 137-2020-MIDIS/PNADP-DE y las nuevas corresponsabilidades y transferencias diferenciadas, con Resolución de Dirección Ejecutiva n.º 23-2023-MIDIS/PNADP-DE. En diciembre del año 2021, el Programa otorgó su primera Transferencia Primera Infancia (TPI). En el año 2023 se inició la implementación de la Transferencia Alta Secundaria. En el siguiente cuadro se señalan los esquemas de corresponsabilidades y transferencias diferenciadas:

Cuadro n.º 3: Nuevo esquema de corresponsabilidades y transferencias diferenciadas

| Tipo de Transferencia | Monto de la Transferencia monetaria | Miembro objetivo | Corresponsabilidades |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--|--|
| Transferencia Base (TB) | 100 soles mensuales (Por hogar) | Hogares con gestantes, niñas/os, y/o adolescentes hasta que culminen secundaria o cumplan 19 años. | Asistencia a los servicios de salud y educación conforme a la normativa interna vigente. |
| | | Gestantes resgistradas durante el primer trimestre de embarazo | Asistencia a citas programadas para recibir el paquete ntegral de servicios de salud. |
| Transferencia primera infancia (TPI) | 50 soles mensuales (por hogar) | Niñas/os de 0 a 35 meses registrados hasta los 30 días de nacido | Asistencia a citas programadas para recibir el paquete integral de servicios de salud. |
| | | Niños/as de 36 a 59 meses registrados hasta los 30 días de nacido | Matrícula y asistencia a educación inicial o preescolar |



| | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|---|
| Transferecncia baja secundaria (TBS) | 50 soles mensuales (por estudiantar) | Estudiante de 1° y 2° secundaria | Matrícula oportuna, asistencia escolar , aprobación del año escolar |
| Transferecncia alta secundaria (TAS) | 80 soles mensuales (por estudiantar) | Estudiante de 3°, 4° y 5° secundaria | Matrícula oportuna, asistencia escolar , aprobación del año escolar |

Fuente: RDE n.° 023-2023- Juntos.

Perfil sociocultural de las/os usuarias/os del Programa

- Titulares de hogares y tutores con niñas, niños y adolescentes que puedan cumplir corresponsabilidades en salud o educación.
- Hogares afiliados en condición de pobreza o pobreza extrema de acuerdo a la clasificación que brinda el SISFOH.

Público objetivo:

Principal

- Familias afiliadas al programa Juntos (mamá, papás, apoderados, hijas e hijos).

Secundarios

- Aliados estratégicos del ámbito público, privado y la sociedad civil
- Medios de comunicación
- Público en general

X. METAS Y RESULTADOS ESPERADOS

El presente plan propone sus metas a través de dos indicadores que, a continuación, se mencionan:

Cuadro n.° 4: Metas e indicadores del Plan

| Objetivo general | Objetivos específicos | Indicador | Periodo | Meta semestral | Meta anual |
|--|---|---|-----------|----------------|------------|
| OG: Fortalecer el posicionamiento del programa Juntos del MIDIS como una institución que promueve el acceso oportuno a los servicios de identidad, salud, educación, desde la gestación hasta su proyección profesional. | OE.01: Comunicar a los hogares afiliados, aliados estratégicos y opinión pública las acciones, procesos y proyectos del Programa, a través de los medios y plataformas de comunicación. | N.° de rebotes en medios de comunicación relacionada al servicio que brinda el Programa. | Semestral | 2100 | 4200 |
| | OE.02: Promover el cambio de comportamiento sobre la importancia de la identidad, salud, educación y promoción de emprendimientos en los hogares afiliados al Programa, a través de acciones de comunicación. | N.° de acciones de actividades comunicacionales con participación de integrante de los hogares afiliados al Programa. | Semestral | 200 | 399 |



XI. PRESUPUESTO

Para la ejecución del presente Plan, la Unidad de Comunicación e Imagen - UCI destina la suma de S/. 226,000.00 soles de sus recursos presupuestarios asignados en el ejercicio 2024, con cargo a la secuencia funcional 0005 y a las siguientes actividades operativas:

- Implementación de la estrategia comunicacional del programa
- Ejecución de acciones para la atención al ciudadano
- Supervisión de los procesos en las unidades territoriales- UCI

Cuadro n.º 5: Presupuesto desagregado por específica de gasto para ejecución del Plan

| Específica de gasto | Detalle | PIM (S/) |
|--|---|----------------|
| 2.3.1.5.1.2 Papelería en general, útiles y materiales de oficina | Adquisición de papelería en general, útiles y material de oficina para elaboración de material promocional | 15,000 |
| 2.3.2.1.2.1 Pasajes y gastos de transporte | Pasajes para personal de UCI destinado a viajar para organización de actividades institucionales | 11,000 |
| 2.3.2.1.2.2 Viáticos y asignaciones por comisión de servicios | Viáticos para personal de UCI destinado a viajar para organización de actividades institucionales | 52,000 |
| 2.3.2.7.11.6 Servicio de impresiones, encuadernación y empastado | Servicios de impresión de material informativo para aliados e integrantes de hogares afiliados. | 60,000 |
| 2.3.2.7.11.99 Servicios diversos | Contratación de servicios de teatralización, grabación y edición para la implementación del cine foro sobre anemia. | 41,000 |
| 2.3.2.9.1.1 Locación de servicios realizados por persona natural | Contratación de servicios profesionales para la elaboración de contenidos comunicacionales | 47,000 |
| TOTAL | | 226,000 |

Fuente: Reporte de Tablero presupuestal, según base SIAF al 19MAR2024

XII. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Unidad de Comunicación e Imagen es la encargada de realizar el seguimiento a las acciones comunicacionales en las unidades territoriales y la sede central y de enviar un informe semestral a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización para dar a conocer el avance de las actividades ejecutadas.

En lo referido a la evaluación, se realiza de manera semestral, a través del POI 2024, que se remite a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización.

XIII. ANEXOS

13.1. ANEXO 1: MATRIZ DE PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES COMUNICACIONALES 2024

13.2. ANEXO 2: MENSAJES COMUNICACIONALES TIPO

13.3. ANEXO 3: DETALLE DE ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

13.4. ANEXO 4: FICHA TÉCNICA DE INDICADORES





13.1 Anexo 1: Matriz de programación de actividades comunicacionales 2024

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Estrategia | Campaña | Actividad | Meta | Indicador | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Agos | Set | Oct | Nov | Dic | | | |
|--|--|---|---|---|---|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|---|---|---|
| OG: Fortalecer el posicionamiento del programa Juntos del MIDIS como una institución que promueve el acceso oportuno a los servicios de identidad, salud, educación, desde la gestación hasta su proyección profesional. | OE.01: Comunicar a los hogares afiliados, aliados estratégicos y opinión pública las acciones, procesos y proyectos del Programa, a través de los medios y plataformas de comunicación | Comunicación externa | Todas | Difusión de información sobre el Programa Juntos dirigido a la población en general en las diferentes plataformas y medios de comunicación. | 4200 | N.º de publicaciones en medios de comunicación | 330 | 228 | 340 | 370 | 360 | 370 | 352 | 370 | 370 | 370 | 370 | 370 | | | |
| | | | | Programación de entrevistas a funcionarios del Programa en medios de comunicación | 400 | N.º de entrevistas realizadas por funcionarios del programa Juntos | 38 | 8 | 24 | 35 | 35 | 35 | 35 | 50 | 35 | 35 | 35 | | | | |
| | | | | Reunión con periodistas (Conferencias de prensa, rueda de prensa, visita guiada a periodistas) | 42 | N.º de conferencias de prensa realizadas. | | | | | 21 | | | 21 | | | | | | | |
| | | | | Redacción y publicación de historias de éxito en medios de comunicación | 63 | N.º de historias de éxito publicadas en medios | | | | | 21 | | | 21 | | | 21 | | | | |
| | | | | Entrenamiento para voceros institucionales | 2 | N.º de Informes de entrenamiento a voceros | | | | | | | | 1 | | | | 1 | | | |
| | | Comunicación Digital | Todas | Producción y difusión de casos de éxitos | 38 | N.º de publicaciones de historias de éxito en redes sociales institucionales | | | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| | | | | Producción y difusión de contenido educativo | 21 | N.º de videos producidos con contenido educativo publicados en las redes sociales del programa. | | | | | | | 7 | | | | | 7 | | | 7 |
| | | | Juntos cumplimos nuestros compromisos | 19 | N.º de videos producidos, para espacio virtual "Aprendiendo juntos" | | | | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | | | | | | | | |
| | | | Todas | Producción y difusión de Micro noticiero del Programa | 45 | N.º de videos producidos para el Micro Noticiero con información de acciones realizadas por el programa y publicados en las redes sociales del programa. | | | | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| | | | | Consultorio en vivo de preguntas y respuestas | 3 | N.º de transmisiones del consultorio, realizadas en vivo. | | | | | | | | | 1 | | | 1 | | | |
| | Difusión de contenidos sobre mitos y verdades del Programa de procesos operativos del Programa. | | | 12 | N.º de publicaciones efectuadas, de mitos y verdades del Programa | | | | | | | | | 4 | | | 4 | | | | 4 |
| | Todas | | Transmisión en vivo de actividades institucionales del programa. | 7 | N.º de transmisiones de actividades institucionales, realizadas en vivo | | | | | 1 | | | | 2 | | | 2 | | | | 2 |
| | Mi independencia económica | | Producción y difusión de video de proyecto Mi Independencia Económica. | 21 | N.º de videos publicados sobre el proyecto "Mi independencia económica", promocionando emprendimientos de usuarias del programa Juntos. | | | | | | | | | 7 | | | 7 | | | | 7 |
| | Juntos contra la anemia | Desarrollo del Concurso de TikTok usuarias y MO, con la participación de las UT | 1 | N.º de concurso de Tik Tok usuarias y MO realizado. | | | | | | | | | | | | 1 | | | | | |
| | Todas | Producción y difusión de boletín digital con información del programa | 18 | N.º de boletines digitales con información del Programa difundidos en las redes sociales del programa. | | | | | | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| | Comunicación social | Afiliate ya | Elaboración de pack comunicacional ABC para nuevas usuarias (video, gráficas) | 1 | N.º de pack de comunicacional ABC elaborado. | | | | | | | | 1 | | | | | | | | |
| | | Todas | Remisión de mensajes por WhatsApp a madres líderes (1 por semana) | 48 | N.º de mensajes de WhatsApp enviados a madres líderes | | | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | |
| | | Vamos Juntos al cole | Desarrollo del evento Encuentro familiar por la educación | 21 | N.º de eventos "Encuentros familiares por la educación" realizados | | | | 21 | | | | | | | | | | | | |





PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres JUNTOS

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Estrategia | Campaña | Actividad | Meta | Indicador | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Agos | Set | Oct | Nov | Dic | | |
|------------------|--|------------|---------------------------------------|---|------|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|----|----|
| | identidad, salud, educación y promoción de emprendimientos en los hogares afiliados al Programa. | | Tu furo Juntos con más oportunidades | Desarrollo de Ferias vocacionales | 21 | N.º de ferias vocacionales realizadas | | | | 1 | | | 5 | 5 | 5 | 5 | | | | |
| | | | Juntos cumplimos nuestros compromisos | Desarrollo del "Cine Foro" (corresponsabilidades) | 210 | N.º de "Cine Foros" realizados. | 5 | 5 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 25 | 25 | 25 | 25 | | | |
| | | | | Desarrollo del Concurso de cuento | 1 | N.º de concurso de cuentos desarrollados | | | | | | | | | | | | | 1 | |
| | | | Proyecto Juntos sin anemia | Desarrollo del Concurso de historietas | 1 | N.º de "concursos de historietas" realizados | | | | | | | | | | | | | 1 | |
| | | | | Desarrollo del "Cine foro" (Anemia) | 105 | N.º de "Cine foros" sobre anemia realizados. | | | | | | | | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| | | | Proyecto vida adolescente | Desarrollo del evento Encuentro de líderes - Juntos | 21 | N.º de eventos "Encuentros de líderes estudiantiles de Juntos", realizados. | | | | | | | | | | | | 21 | | |
| | | | | Desarrollo del evento "Pintando sueños" en murales con mensajes del Programa. | 21 | N.º de eventos "Pintando sueños" realizados | | | | | | | | | | | | | | 21 |
| | | | Mi independencia económica | Organización Ferias de emprendimiento | 21 | N.º de ferias de emprendimientos realizadas | | | | | | | | | | | 11 | | | 10 |



13.2 Anexo 2: MENSAJES COMUNICACIONALES TIPO

1. ¿Qué promueve el Programa Juntos?

El Programa Nacional de Apoyo Directo a los Más Pobres “Juntos”, del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social promueve que las gestantes, niñas, niños y/o adolescentes de los hogares más pobres, con su participación y compromiso voluntario, accedan a la salud preventiva materno-infantil y a los servicios de escolaridad sin deserción.

2. ¿Cómo se puede afiliarse una familia?

La clasificación Socioeconómica del hogar pobre o pobre extremo del padrón del Sistema de Focalización de Hogares (SISFOH), es fundamental para la afiliación.

Además, dentro del hogar debe existir una madre gestante o un recién nacido menor de 30 días y así poder iniciar la preafiliación.

3. Compromisos de nuestras familias usuarias:

Compromisos básicos

- Si en tu hogar existe una gestante debe acudir mensualmente a sus atenciones prenatales durante toda su gestación, para garantizar el normal desarrollo del embarazo.
- Si en tu hogar existe una niña, niño o adolescente deben cumplir con:
 - Llevar a tu niña o niño a sus controles de crecimiento y desarrollo hasta que cumpla los 36 meses de edad, para asegurarnos que crezca sano y fuerte.
 - Matricular oportunamente a tu hijo o hija y enviarlo a clases todos los días, para desarrollar y mejorar sus capacidades y habilidades.

Compromisos Transferencia de Primera Infancia (TPI)

- Familias usuarias del Programa Juntos, recuerden estos compromisos:
 - Si en tu hogar existe una gestante deben:
 - Realizarle los exámenes auxiliares durante el primer trimestre del embarazo, para evitar complicaciones que pongan en riesgo la salud de la madre y del bebé.
 - Examen completo de orina
 - Examen de hemoglobina/hematocrito
 - Tamizaje VIH
 - Tamizaje sífilis
 - Si en su hogar existe un recién nacido debe cumplir con:
 - Examen de hemoglobina para detectar de manera oportuna la anemia.
 - Vacunas contra rotavirus, neumococo, pentavalente y SPR (sarampión, papera y rubeola) para que esté protegido de graves enfermedades.
 - Suplementación de hierro para evitar la anemia.

Compromisos Transferencia Alta Secundaria (TAS)

El Programa Juntos entrega un incentivo económico diferenciado al hogar por cada miembro objetivo que curse el cuarto o quinto año de educación secundaria y que cumpla con los criterios de transferencia alta secundaria:

- Matricular oportuna
- Asegurar su asistencia permanente a clases



**PERÚ**Ministerio
de Desarrollo
e Inclusión SocialViceministerio
de Prestaciones SocialesPrograma Nacional
de Apoyo Directo a los Más Pobres
JUNTOS**Plan de Comunicación Institucional 2024****Versión: 01****Página: 19 de 27**

• Aprobación del año escolar

4. Importancia de actualizar los datos de las familias usuarias.

Es importante que las usuarias y los usuarios actualicen sus datos cada vez que se presente un cambio para que puedan cobrar su incentivo a tiempo. Esto es obligatorio si:

- ✓ La familia afiliada se mudó de casa.
- ✓ Se cambió de centro de salud para verificar el control de crecimiento y desarrollo de las y los menores de tres años o los controles prenatales de las embarazadas.
- ✓ Se cambió de colegio a las hijas o hijos.
- ✓ Pasaron de inicial a primaria.
- ✓ Terminaron el colegio.
- ✓ La usuaria está embarazada.
- ✓ Tienen hijas o hijos recién nacidos.
- ✓ Ocurre algún fallecimiento en el hogar.
- ✓ Tienen menores de tres años de edad.
- ✓ Cambio de número telefónico fijo o celular.
- ✓ Integrantes del hogar no forman parte de la composición.

En caso no se actualice la información a tiempo, el Programa puede suspender el abono al hogar e incluso desafiliarlo.

5. Oferta educativa

- ✓ Recuerda, debes matricular a tus hijos oportunamente, conforme al cronograma de su colegio.
- ✓ Matricular a tus hijos después de marzo pone en riesgo la continuidad de la entrega de tus incentivos monetarios.
- ✓ Recuérdale al profesor de tu hija/hijo que debe registrar su asistencia en el SIAGIE, para garantizar la entrega oportuna de tus incentivos monetarios

6. Mensajes sobre educación financiera:

- ✓ Solo tú debes retirar el dinero de tu cuenta de ahorros. Ninguna persona lo debe hacer por ti.
- ✓ No entregues tu tarjeta de débito, ni compartas tu clave secreta, solo tú debes usarla.
- ✓ La clave de tu tarjeta de débito es **SECRETA**, no la compartas con nadie.
- ✓ Usa tu tarjeta de débito en los cajeros automáticos y agentes Multired y, evita hacer colas en las agencias del Banco.
- ✓ Utiliza Multired celular para consultar tus saldos y retirar tu dinero.
- ✓ Consulta Mi Juntos para conocer si recibes abono, lugar y fecha de retiro.

7. Promoción del ahorro.

- ✓ Guarda una parte de tu dinero y busca que tu ahorro sea formal, como en un Banco.
- ✓ Evita algunos gastos innecesarios.
- ✓ El ahorro te puede ayudar a lograr que inicies un negocio.

8. Atención al usuario

Puedes contactarnos por:

- ✓ El correo electrónico servicioalusuario@juntos.gob.pe



- ✓ Llamando a la línea gratuita 1880, desde un teléfono fijo o celular.
- ✓ A través de las redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.
- ✓ Al WhatsApp institucional 981833039

9. Mi Juntos

- ✓ El aplicativo de consulta “Mi Juntos” está disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, durante los 12 meses del año, evitando de esta manera a las usuarias realizar viajes innecesarios a los puntos de pago, lo que significa un ahorro de tiempo y dinero.
- ✓ A través del aplicativo las usuarias pueden:
 - *Conocer en tiempo real información relacionada a sus abonos, fecha de pago, lugar de pago, monto, o los motivos por los cuales no recibe la transferencia monetaria.*
 - *Conocer información detallada sobre el cumplimiento de las corresponsabilidades de sus miembros objetivos.*
 - *Visualizar el detalle de su composición familiar y la vigencia de su clasificación socioeconómica. Esto les permitirá gestionar la renovación de la clasificación con la debida oportunidad.*



13.3 Anexo 3: DETALLE DE ACTIVIDADES COMUNICACIONALES

Comunicación Externa

a. Difusión de información sobre el Programa Juntos en las diferentes plataformas de comunicación y medios de comunicación

A través de productos como las notas de prensa, crónicas, reportajes u otros, se difunde información relevante o novedosa sobre el Programa a los medios de comunicación. El objetivo principal es que los periodistas publiquen la información de forma gratuita en sus medios de comunicación (radio, periódico, revista, canal de televisión o sitio web y otros).

b. Programación de entrevistas a funcionarios del Programa en medios de comunicación:

En busca de contar con mayor difusión en el territorio y en la capital sobre las diferentes campañas comunicacionales que viene implementando el Programa Juntos, se gestionan entrevistas en medios de comunicación para nuestros voceros institucionales, quienes a través de este medio dan a conocer los mensajes clave del Programa.

c. Reunión con periodistas

Se implementa a través de conferencias de prensa, ruedas de prensa y/o visitas guiadas, en las cuales se difunde información importante del Programa. Estas acciones forman parte también de la comunicación estratégica del Programa Juntos para el año 2024.

d. Redacción y publicación de historias de éxito en medios de comunicación

Este producto busca dar a conocer los casos exitosos que dan cuenta del impacto positivo del Programa Juntos en la población. Estas historias se cuentan a través de formatos distintos a la nota de prensa, buscando siempre un lenguaje ingenioso, entretenido y fácil de leer, que permita ser una alternativa noticiosa a las llamadas “hard news” (noticias duras).

e. Entrenamiento para voceros institucionales

El media training o entrenamiento para voceros, es una práctica que busca lograr que los voceros institucionales, tanto de la sede central, como de las unidades territoriales, logren afrontar con éxito una entrevista. En esta práctica los voceros son preparados para lograr transmitir con eficacia y solvencia los mensajes clave del Programa, aprendiendo a afrontar las típicas dificultades que suelen darse durante una entrevista y son entrenados en técnicas de comunicación no verbal.

Comunicación Digital

a. Producción y difusión de casos de éxito

Con este producto se presentan historias de miembros de hogares afiliados (padres y/o hijos/as) que, a través de su compromiso, esfuerzo y acompañamiento del Programa, obtienen resultados que los acercan a la meta de salir de la pobreza. Este producto busca inspirar a otras familias en la búsqueda de mejorar su calidad de vida y puedan romper con la pobreza intergeneracional.



b. Producción y difusión de contenido educativo

Son videos con mensajes utilitarios dirigidos a usuarios del Programa y público en general con mensajes utilitarios sobre inclusión financiera, acceso a los servicios educativos y creación de un proyecto de vida.

c. Producción y difusión de espacio virtual "Aprendiendo juntos"

Son videos con mensajes de salud y educación con mensajes transmitidos de forma lúdica sobre acceso a los servicios de salud, identificación, lucha contra la anemia y otros de interés del hogar.

d. Producción y difusión de Micro noticiero del Programa

Se trata de un informativo corto en formato audiovisual que ofrece contenido sobre las actividades que realiza el Programa en sus 21 Unidades Territoriales, así como de autoridades del sector. Con este producto, se busca mantener informada a la población sobre las acciones que implementa el programa.

e. Consultorio en vivo de preguntas y respuestas

Es un espacio que busca que los usuarios del Programa y público en general hagan consultas en tiempo real y reciban respuesta inmediata, con el objetivo de crear vínculo cercano con la audiencia digital y absolver las consultas frecuentes en nuestros diferentes canales de atención al usuario.

f. Difusión de contenidos sobre mitos y verdades del Programa de procesos operativos del Programa.

A través de contenidos digitales se busca desmentir información falsa que se viraliza en internet y posiciona en el imaginario popular como real. Este es un espacio en el que Juntos, a través de videos y/o gráficas desmitifique la información inexacta sobre el programa y la lucha contra la anemia.

g. Transmisión en vivo de actividades

Publicación en tiempo real de las acciones destacadas del Programa (firmas de convenios, lanzamiento de campañas, etc.), con la participación de altos funcionarios y sus representantes.

h. Producción y difusión de video de proyecto Mi Independencia Económica

A través de la campaña 'Mi Independencia Económica', buscamos que las usuarias y usuarios emprendan en actividades que les permitan mejorar sus ingresos, por lo que se promueve socializar los emprendimientos productivos de los hogares a través de gráficas y/o videos.

i. Concurso de TikTok usuarias y MO

Esta propuesta busca reforzar la campaña "Tu futuro juntos con más oportunidades" que promueve que los adolescentes de hogares afiliados, que cursan los últimos años de secundaria tengan un proyecto de vida y aspiren a tener educación superior. A través de esta propuesta se convoca la participación de padres e hijos de entre 14 y 17 años para que graben mensajes en el formato de TikTok sobre hábitos de estudio y el aporte de la familia en el éxito escolar.



Cada participante publica el video en sus cuentas de TikTok y se eligen los 3 mejores a ser replicados en las redes de Juntos.

Los premios se gestionan desde la sede central.

j. Producción de boletín digital

Se produce y diseña boletines con información de actividades, acciones, proyectos y logros del Programa en territorio.

Para ello, se coordina con las unidades territoriales a fin de contar con la información e imágenes pertinentes para la elaboración del producto comunicacional.

Comunicación Social

a. Pack Abc para nuevas usuarias (video animado, gráficas)

Con este paquete de bienvenida, el Programa Juntos pretende afianzar los lazos con las usuarias y usuarios, brindándoles información importante sobre el Programa tales como los compromisos asumidos, modalidades de cobro, los canales oficiales de comunicación, entre otros que permitan su permanencia en el Programa.

b. Envío de mensajes en WhatsApp a madres líderes

Con la pandemia, se utilizó el WhatsApp como un medio para brindar información a las madres líderes, a fin de que ellas puedan compartir la información con las usuarias de su distrito.

A la fecha este medio de información se ha convertido en parte de los canales de comunicación del Programa.

c. Encuentros familiares por la educación

A fin de promover la matrícula oportuna y continuidad escolar se tiene proyectado realizar encuentros familiares por la educación, con la participación de aliados estratégicos como Direcciones Regionales de Educación, Unidades de Gestión Educativa Local y otros que puedan colaborar en la sensibilización de las familias sobre la importancia de la educación, el cual inicia con la matrícula oportuna.

La actividad consiste en reunir en un solo espacio a familias completas padre, madre e hijos y en conjunto puedan analizar la importancia de la educación mediante dinámicas lúdicas y que reconozcan la importancia de matricular oportunamente a sus hijos, manteniendo un compromiso de asistir a clases y cumplir sus corresponsabilidades escolares.

d. Ferias vocacionales

El Programa Juntos busca involucrarse en el desarrollo profesional de los adolescentes de hogares afiliados. En ese contexto, se articula con diversas instituciones de nivel superior, centro de empleo juvenil, municipalidades y otros para que -a través de ferias vocacionales- informen y orienten a los jóvenes y a sus familias sobre las oportunidades a las que pueden acceder sus hijas e hijos, luego de concluir la educación secundaria.

De esta manera, Juntos cumple con el rol de acompañar a las familias y motivar a superarse profesionalmente y laboralmente acercando el servicio de educación del Estado a la población.



e. Cine foro

Cumplimiento de compromisos

El cine foro es una herramienta que hace uso de videos informativos o motivacionales para motivar la reflexión y el cambio en el espectador. La orientación del cine foro responde a la temática del cumplimiento de compromisos, enfocándonos en la importancia en salud y educación, a través de la proyección de una miniserie de 4 capítulos.

Anemia

Para este año se continúa con la campaña “Juntos sin Anemia” con el objetivo de contribuir en la reducción de la anemia materno infantil. De esta manera se busca promover la suplementación preventiva y/o tratamiento oportuno con hierro, enseñando a las madres, padres o cuidadores sobre la importancia de prevenir o combatir la anemia infantil con la finalidad de evitar que esta afecte negativamente el desarrollo de sus hijas e hijos.

En este contexto, este año 2024 se considera elaborar videos con contenido exclusivo sobre la prevención de la anemia, para ser difundido en nuestras familias usuarias a través del cine foros.

f. Encuentro de líderes adolescentes – Juntos

Se identificarán distritos donde contemos con mayor número de líderes estudiantiles a quienes se les convocará para debatir temas de interés como salud, educación, prevención del embarazo adolescente, entre otros.

Con esto buscamos identificar a jóvenes que cuenten con capacidades comunicativas que puedan llevar los mensajes del programa Juntos a sus pares, con un lenguaje juvenil, ameno y sencillo.

g. Concurso de historietas

Con la finalidad de sensibilizar a las niñas y niños miembros del programa para erradicar algunos mitos y estereotipos sobre la anemia y el programa Juntos, mediante este concurso de historietas se busca promover y fortalecer sus habilidades acerca del acompañamiento que reciben sus familias.

Este concurso busca que las niñas, niños y adolescentes estimulen su creatividad y creen historias originales con un mensaje positivo.

h. Pintando sueños

Se tiene proyectado realizar el pintado de murales denominado “Pintando Sueños”, con la finalidad de fomentar y promover la creación de proyecto de vida en los adolescentes del programa a través de la pintura.

Para ello el Programa articula con el gobierno local para identificar un espacio donde pueda realizarse el mural.

Mediante este proyecto se busca estimular y motivar la expresión artística de los estudiantes, que a través de sus dibujos expresen la importancia de la salud y la educación para la mejora de sus vidas.



**PERÚ**Ministerio
de Desarrollo
e Inclusión SocialViceministerio
de Prestaciones SocialesPrograma Nacional
de Apoyo Directo a los Más Pobres
JUNTOS**Plan de Comunicación Institucional 2024****Versión: 01****Página: 25 de 27****i. Concurso de cuento**

Por tercer año consecutivo se ha programado llevar a cabo el concurso de cuentos, como parte de la campaña “Juntos cumplimos nuestros compromisos” que busca promover el conocimiento y cumplimiento de los compromisos en salud y educación de los hogares afiliados, a través de la creación de cuentos que aborden estos compromisos y el impacto que ha tenido Juntos en sus familias.

Como producto del concurso se estima realizar la publicación de un libro de cuentos, con la recopilación de las diferentes historias, para ser compartidos en las instituciones educativas y aliados.

j. Ferias de emprendimiento

El Programa Juntos trabaja de manera articulada con distintas instancias del ámbito local, regional y nacional para promover las ferias de emprendimiento de nuestras usuarias y usuarios.

En ese contexto, se considera realizar actividades denominadas “Ferias de emprendimiento” cuyo objetivo es promover emprendimientos para fortalecer y empoderar a las madres usuarias con iniciativas de negocio para que tengan autonomía económica, de esta manera contribuir al crecimiento económico del país, promoviendo una sociedad más inclusiva.



13.4 Anexo 4: FICHA DE INDICADORES

Indicador 1:

| | | |
|---|---|------------------|
| FICHA TÉCNICA DE INDICADORES | Área Responsable del Procesamiento de la Información: Unidad de Comunicación e Imagen | |
| | Área Responsable Técnico: Unidad de Comunicación e Imagen | |
| 1. Datos de identificación del Indicador | | |
| Código | Nombre del Indicador | |
| | N.º de rebotes en medios de comunicación relacionada al servicio que brinda el Programa. | |
| Definición del Indicador | | |
| El indicador mide las publicaciones que se realizan a raíz de las actividades, proyectos y acciones que implementa el Programa en territorio y la sede central. | | |
| 2. Relevancia del Indicador | | |
| Propósito Medir la difusión de mensajes a través de diversos canales de comunicación | | |
| Justificación Establecer un indicador que permita medir la difusión en los medios de comunicación ya que todas las acciones comunicaciones que realiza el programa deben tener como fin su publicación en medios, lo que repercute en la imagen del Programa. | | |
| 3. Aspectos Metodológicos de la estimación del Indicador | | |
| Cálculo del Indicador Unidad de medida: \sum número de publicaciones en medios de comunicación | Numerador \sum publicaciones en medios de comunicación | No aplica |
| Supuestos y limitaciones a) Supuestos: Contamos con una base de datos donde registramos todas las publicaciones que realizan los medios de comunicación sobre el Programa. b) Limitaciones: Contamos con UT muy pequeñas donde hay falencia de medios de comunicación, hecho que dificulta las acciones de difusión. | Periodicidad de Medición Semestral | |
| Niveles de desagregación UT | Dimensión de desempeño Eficacia | |
| 4. Fuente de datos y flujo de la información | | |
| Fuente de datos Directorio de aliados y medios de comunicación. Listas de asistencia a actividades comunicacionales de madres usuarias. | Base de datos Drive - UCI | |
| 5. Determinación de valores y referencias adicionales | | |
| Precisiones Técnicas Para que el link reportado sea contabilizado como publicación válida, debe cumplir con uno de los siguientes requisitos: a) Publicación en medio de comunicación impresa b) Difusión en TV o radio c) Publicación en web. En caso de las redes sociales: ✓ Debe pertenecer a un medio de comunicación (radio, TV o diarios) ✓ Debe contar con un mínimo de 2500 seguidores. | | |
| Referencias Bibliográficas Plan de comunicaciones 2024 | | |
| Instrumento: | Excel de seguimiento a medios de comunicación | |
| Instrumento: | Excel de seguimiento a medios de comunicación | |
| Puntos de corte de alerta: | Ninguno. | |



Indicador 2:

| | | |
|---|---|---|
| FICHA TÉCNICA DE INDICADORES | Área Responsable del Procesamiento de la Información: | |
| | Unidad de Comunicación e Imagen | |
| | Área Responsable Técnico: | |
| | Unidad de Comunicación e Imagen | |
| 1. Datos de identificación del Indicador | | |
| Código | Nombre del Indicador | |
| | N.º de acciones de actividades comunicacionales con participación de integrante de los hogares afiliados al Programa. | |
| El indicador mide el número de actividades de sensibilización que realiza el programa en territorio, a fin de promover el cambio de actitud de las participantes en temas de interés del Programa. | | |
| 2. Relevancia del Indicador | | |
| Propósito | | |
| Medir la difusión de mensajes a través de diversos canales de comunicación | | |
| Justificación | | |
| Establecer un indicador que permita medir la difusión en los medios de comunicación ya que todas las acciones comunicacionales que realiza el programa deben tener como fin su publicación en medios, lo que repercute en la imagen del Programa. | | |
| 3. Aspectos Metodológicos de la estimación del Indicador | | |
| Cálculo del Indicador | | Numerador |
| ∑ número de acciones de sensibilización realizadas con participación de integrante de los hogares afiliados al Programa | | ∑ número de actividades realizadas con participación de al menos 1 integrante de los hogares afiliados al Programa. |
| | | No aplica |
| Supuestos y limitaciones | | Periodicidad de Medición |
| a) Supuestos: Cada trimestre se realiza el consolidado de las actividades comunicacionales ejecutadas en campo. b) Limitaciones: Las distancias de los distritos a intervenir generan poca participación de los aliados estratégicos. | | Semestral |
| Niveles de desagregación | | Dimensión de desempeño |
| UT | | Eficacia |
| 4. Fuente de datos y flujo de la información | | |
| Fuente de datos | | Base de datos |
| Directorio de madres líderes Directorio de autoridades Drive con la relación de las actividades ejecutadas | | Drive - UCI |
| 5. Determinación de valores y referencias adicionales | | |
| Precisiones Técnicas | | |
| Cada trimestre los comunicadores realizar un informe trimestral donde dan cuenta de las acciones realizadas. El Especialista de comunicación, realiza el seguimiento y acompañamiento. | | |
| Referencias Bibliográficas | | |
| Plan de Comunicación Institucional 2024 | | |
| Instrumento: | Excel de seguimiento a medios de comunicación | |
| Puntos de corte de alerta: | Ninguno. | |

