



RESOLUCIÓN DE GERENCIA MUNICIPAL N° 75 -2024-GM-MPM.

Iquitos, 29 FEB 2024

VISTOS:

El Oficio N° 092-2024-OCII-MPM de fecha 19 de febrero del 2024, el Informe Legal N° 138-2024-OCIJ-MPM de fecha 22 de febrero del 2024, y demás antecedentes;

CONSIDERANDO:

Que, el Artículo 194 de la Constitución Política del Perú, concordante con el artículo II del Título Preliminar de la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N°27972, establece que "las Municipalidades Provinciales y Distritales, son órganos de gobierno local que tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia; radicando esta autonomía en la facultad de ejercer actos de gobierno administrativo y de administración, con sujeción al ordenamiento jurídico";

Que, el artículo VIII del Título Preliminar de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972, dispone que los gobiernos locales están sujetos a leyes y disposiciones que, de manera general y de conformidad con la constitución Política del Estado, regulan las actividades y funcionamiento, del sector público; así como las normas técnicas referidas a los servicios y bienes públicos y a los sistemas administrativos del estado que por su naturaleza son de observancia y cumplimiento obligatorio;

Que, mediante Ley N° 28874 – Ley que regula la Publicidad Estatal modificada por la Ley N° 31515, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro publicidad, en prensa escrita, radio y televisión; y de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 2° de la norma antes mencionada, se entiende por publicidad estatal, aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, siendo de aplicación a los rubros de publicidad institucional en las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Nacional, Regional o Local;

Que, el literal a) del artículo 3° de la Ley N° 28874, dispone que, para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe contar con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las cuales deben adecuarse a los objetivos y prioridades en los programas sectoriales;

Que, mediante Oficio N° 092-2024-OCII-MPM de fecha 19 de febrero del 2024 la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional remite a la Gerencia de Planeamiento y Organización de la Municipalidad Provincial de Maynas, el "PLAN ESTRATÉGICO PUBLICITARIO 2024", de acuerdo al marco presupuestal;

Que, de acuerdo con lo indicado en el artículo 48° del Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad Provincial de Maynas, aprobado con Ordenanza Municipal N° 005-2020-A-MPM, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional tiene como funciones específicas, entre otras ejecutar acciones protocolares de comunicación e información, elaborar y mantener actualizado el calendario cívico, mantener debidamente informada a la opinión pública sobre los objetivos, planes, programas y proyectos de la Entidad, asimismo, desarrollar estrategias y programas de comunicación y relaciones públicas, para brindar una buena imagen institucional, tanto interna como externa, y de los hechos de relevancia de la Corporación Edil, así como





elaborar, coordinar, proponer y ejecutar la difusión oportuna de los logros de la Municipalidad y con esa finalidad se elaboró el Plan Estratégico Publicitario 2024;

Que, el artículo 3° de la Ley N° 28874 – Ley que regula la Publicidad Estatal, establece que, bajo responsabilidad del titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) Plan de estrategia publicitaria acorde a las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias (...); sin embargo, de la misma se puede advertir, que no existe impedimento alguno para que dicha facultad no pueda ser delegable, siendo así, mediante Resolución de Alcaldía N° 009-2023-A-MPM de fecha 13 de enero del 2023, se delegó a la Gerencia Municipal de la Municipalidad Provincial de Maynas, en materia Presupuestal y administrativa, conforme al numeral 5 inciso c), la facultad de “aprobar a través de Directivas los proyectos y/o actividades propuestas por las diferentes Gerencias y áreas de la Municipalidad Provincial de Maynas”;

Que, con la aprobación del “Plan Estratégico Publicitario 2024” presentado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, se contribuirá con los procesos de difusión de información a los usuarios y público en general, sobre las actividades, servicios y procedimientos que brinda la Municipalidad Provincial de Maynas, como gobierno local y en el marco de sus programas sociales, fortaleciendo la imagen de la comuna, mediante la comunicación de sus gestiones, actividades y competencias;

Que, es política de la actual gestión edil el de promover el desarrollo integral, para viabilizar el crecimiento económico, la justicia social y la sostenibilidad ambiental en la circunscripción provincial, en armonía con la disposición contenida en el artículo X del Título Preliminar de la Ley N° 27972;

Que, mediante Informe Legal N° 138-2024-OAJ-MPM de fecha 22 de febrero del 2024, la Oficina de Asesoría Jurídica, es de opinión que resulta procedente, aprobar, el “Plan Estratégico Publicitario 2024”, presentado por la presentado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, debiendo emitirse la Resolución Gerencial correspondiente, conforme a la delegación de facultades otorgadas mediante Resolución de Alcaldía N° 009-2023-A-MPM de fecha 13 de enero del 2023;

Que, estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones que se le confiere a este despacho de Gerencia Municipal por el artículo 1° numeral 5° inciso c) de la Resolución de Alcaldía N° 009-2023-A-MPM, y demás normas pertinentes, y contando con el visto bueno de la Oficina de Asesoría Jurídica, Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, Gerencia de Administración y Finanzas, Gerencia de Planeamiento y Organización y la Gerencia Municipal de la Municipalidad Provincial de Maynas;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: APROBAR, el “PLAN ESTRATÉGICO PUBLICITARIO 2024” presentado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Maynas.

ARTÍCULO SEGUNDO: ENCARGAR a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional y a la Gerencia de Administración y Finanzas el cumplimiento de la presente Resolución.

ARTÍCULO TERCERO: DISPONER, la publicación de la presente Resolución y su anexo en el Portal Institucional de la Municipalidad Provincial de Maynas.



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE

MAYNAS

Hagamos Historia

GERENCIA MUNICIPAL

ARTÍCULO CUARTO: REMITIR, los actuados a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Maynas, a fin de que proceda conforme a sus atribuciones y para los fines que estime pertinente.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.



ECÓN. JUAN CARLOS GARCÍA MIMBELA
Gerente Municipal



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE

MAYNAS

Hagamos Historia

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2024

MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MAYNAS



OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN
INSTITUCIONAL

INDICE

	Pág.
I. Introducción.....	03
II. Justificación	05
III. Base Legal.....	06
IV. Objetivos.....	06
Objetivo General.....	06
Objetivos Específicos	07
V. Alcance.....	07
VI. Definiciones y Términos.....	07
VII. Contenido	09
7.1 Plan de Estrategia Publicitaria 2024	09
7.2 Descripción y Justificación de Campañas	09
7.2.1 Gerencia de Rentas	09
7.2.2 Gerencia de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos y Desastre	10
7.2.3 Gerencia de Saneamiento, Salubridad y Salud Ambiental.....	11
7.2.4 Gerencia de Desarrollo Social	12
7.2.5 Gerencia de Promoción Económica	14
7.2.6 Gerencia de Tránsito y Transporte Público	15
7.2.7 Gerencia de Acondicionamiento Territorial	15
7.2.8 Gerencia de Obras e Infraestructura	16
7.3 Cronograma de Ejecución	16
VIII. Propuesta y Justificación Técnica de los Medios de Comunicación	18
8.1 Medios masivos	18
8.2 Medios alternativos	20
IX. Presupuesto.....	22
X. Responsabilidades	23
XI. Monitoreo y Evaluación	23
XII. Información y Transparencia	24
XIII. Limitaciones.....	24
XIV. Reprogramación del PEP.....	24



PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MAYNAS 2024

i. INTRODUCCIÓN

La Municipalidad Provincial de Maynas, es la institución que desarrolla un liderazgo concertado, articulado, dinámico y con responsabilidad, ejecutando actividades para brindar servicios públicos con eficiencia, calidad, oportunidad, competitividad y valores, promoviendo el desarrollo de las actividades económicas y productivas de manera sostenible en beneficio de la población de la Provincia de Maynas, preservando su identidad y patrimonio cultural; orientadas a lograr el progreso y el bien común, basado en una gestión estratégica, en un marco de la modernización institucional, con enfoque por resultados y planificación participativa, conforme a su propia Ley Orgánica, le corresponde ejercer el compromiso de adecuar su organización para contar con instrumentos normativos que le permitan gestionar con éxito las Actividades y Programas Sociales, en materia de desarrollo e inclusión social, elaborando estrategias destinadas a reducir la pobreza y la vulnerabilidad. Una de las estrategias más importantes para conseguir este objetivo es la publicidad o difusión de spots en medios de comunicación masivos como la radio, medios escritos y la televisión; así como en otros medios alternativos de comunicación.

En línea de lo expuesto, la Municipalidad Provincial de Maynas, tiene a su cargo la articulación interinstitucional e intersectorial para la implementación y reforzamiento de sus actividades y de los Programas Sociales, contando en la actualidad con diversos Programas como: Campaña de Inscripción y de actualización de adultos Mayores CIAM – Maynas), Campaña de Empadronamiento de los hogares en pobreza y Extrema Pobreza y difusión Operativa de Pago de Pensión 65, Campaña de empadronamiento y distribución de Insumos Lácteos a los Beneficiarios del Programa Vaso de Leche, Campañas de Promoción Familiar dirigido a niños, niñas, madres y adultos mayores de la jurisdicción, Campaña Tributaria y Beneficios Tributarios, Campaña de sensibilización para el horario de recojo de Residuos sólidos, Campaña de Matrimonio Civil Comunitario, Campaña de Actualización de Clasificación Socioeconómica para los Diferentes Programas Sociales, Campaña de Sensibilización Vial y formalización a conductores de la ciudad de Iquitos y Distritos, entre otros.

En este contexto, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCII), es el órgano de apoyo que se encarga de la gestión de la imagen institucional de la Municipalidad Provincial de Maynas a través de la divulgación de las actividades que ejecuta en beneficio de la población y del desarrollo local, así como de realizar actos protocolares y eventos oficiales con la participación del alcalde/sa.

De acuerdo a las funciones específica de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, esta mantener debidamente informada a la opinión pública sobre la política, objetivos, planes, programas y proyectos de la Municipalidad a través de los diferentes medios de comunicación; realizar estudios de investigación y análisis de la opinión pública respecto a la gestión municipal; desarrollar estrategias, programas de comunicación y relaciones públicas para brindar una buena imagen institucional; promover y supervisar la ejecución de campañas publicitarias sobre programas sociales, de salud, tributación y otros.

En tanto, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional como encargado de asesorar a la Alta Dirección en la formulación e Implementación de Estrategias de Comunicación, dirigidas a posicionar a la Institución frente a sus audiencias o públicos objetivos, con especial atención a los Usuarios en la Elaboración de sus Planes y Estrategias de Comunicación, coordinación con todas las Gerencias, referente a las necesidades de difusión de las acciones y actividades. En efecto, la Municipalidad Provincial de Maynas, tiene como finalidad el lograr que los Usuarios de sus Programas Sociales, mejoren sus capacidades y aprovechen las oportunidades que brinda el crecimiento económico, logrando así generar fuentes de ingresos que les permita ser autónomos y avanzar de una manera sostenible; con esto se busca que los usuarios de los Programas Sociales sean agentes y socios del progreso de sus hogares, de sus vecindarios, de sus pueblos y del País en desarrollo, constituyendo la inclusión social el mandato conjunto de este esfuerzo institucional.

De acuerdo a la Ley N°20074, Ley que regula la Publicidad Estatal, modificada por la Ley N°31515, tiene como objetivo, establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión. Además, define como publicidad institucional a toda aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias.

Conforme al artículo 3 de la mencionada Ley y su modificatoria, se establece que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de la realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- a. Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;
- b. Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo;
- c. Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto, localidad de los medios y la obligatoriedad de la vigencia de autorización del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en caso corresponda al tipo de medio. Además, se deberá sustentar técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas;
- d. Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas publicitarias;
- e. Contratar a aquellos medios que operen en los distritos, provincias y regiones con una programación distribuida según las localidades requeridas, acorde con los porcentajes indicados en la citada norma;
- f. Contratar publicidad, sin cargo ni cobro de comisiones, a través de medios de comunicación habilitados, de manera directa.
- g. Incorporar, en el plan anual de contrataciones, una sección sobre la planificación comunicacional estratégica de publicidad estatal.



- 2.4 La Comunicación estratégica considera un abordaje multi e intersectorial para consolidar los mensajes de manera coordinada, contribuyendo a la optimización del uso de los medios y canales de comunicación.
- 2.5 En este sentido, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional desarrolla acciones de información oportuna y sostenida sobre los diversos programas sociales, servicios y logros de las políticas públicas. Orienta y acerca el Estado a la ciudadanía como parte de su derecho al acceso de información pública.
- 2.6 En el marco de lo expuesto, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional considera relevante implementar estrategias de comunicación masiva y de comunicación directa, que permitan sensibilizar, informar y educar sobre los temas priorizados en las campañas que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la población. Además, el presente Plan de Estrategia Publicitaria de la Municipalidad Provincial de 2024, está diseñado en concordancia a los objetivos y metas establecidas en el Plan Operativo Institucional, así como al Presupuesto Institucional aprobado para el presente año fiscal.

III. BASE LEGAL

- Constitución Política de Perú.
- Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N°27972.
- Ley 31639 del Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2023.
- Ley 31953 Ley de Presupuesto para el Sector Público Año Fiscal 2024.
- Ley 31954 Ley del Equilibrio Financiero del Presupuesto del Sector Público Año Fiscal 2024.
- Ley 31955 Ley de Endeudamiento del Sector Público Año Fiscal 2024.
- Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley 31515, Decreto Supremo N°064-2023-PCM.
- Ley 30225, Ley de Contratación con el Estado Modificado por el Decreto Legislativo N°1444.
- Texto Único Ordenado – TUO de la Ley de Contrataciones del Estado.
- Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad Provincial de Maynas.
- Manual de Organización y Funciones de la Municipalidad Provincial de Maynas.
- Resolución N°0922-2021-JNE, que aprueba el Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral.
- D.S. N°344- 2018-EF, modificado por el DS N°377-2019-EF y D.S N°168-2020-EF, que establecen disposiciones en materia de contrataciones públicas para facilitar la reactivación de contratos de bienes y servicios y modifica el Reglamento de la Ley de Contrataciones del Estado.



IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General

Contribuir con los procesos de difusión utilizando los diferentes medios de comunicación para que los Vecinos y visitantes conozcan de los trabajos, actividades, acciones y servicios que realiza la Municipalidad Provincial de Maynas para el desarrollo de ciudad y el bienestar de sus habitantes.

4.2 Objetivos Específicos

- 4.2.1. Incrementar número de personas informadas para que puedan acceder a los servicios y programas sociales que brinda la Municipalidad Provincial de Maynas.
- 4.2.2. Promover a los pagos puntuales de los impuestos prediales, vehiculares y arbitrios municipales y reducir la brecha de morosidad y evitar la cobranza coactiva y embargos.
- 4.2.3. Difundir los diferentes canales de atención para reportar incidentes que atente contra la seguridad ciudadana, así como promover las distintas actividades para aumentar la percepción de seguridad en la comuna.
- 4.2.4. Concientizar a la población sobre las normas de tránsito vigentes para evitar faltas y/o accidentes que pueda poner en riesgo la salud física y/o mental, así como fomentar la formalización a conductores de vehículos menores, para reducir la brecha de conductores informales en la ciudad.
- 4.2.5. Informar y orientar a la población sobre la importancia del desarrollo urbano en la ciudad, así las actividades relacionadas con la elaboración, organización y actualización del Catastro municipal.
- 4.2.6. Promover la revaloración de la identidad cultural y mejorar la reputación del turismo local, así como contribuir en el desarrollo de la economía en la provincia.
- 4.2.7. Difundir acciones de educación ambiental para concientizar a la población al cuidado y protección del medio ambiente.
- 4.2.8. Promover y difundir las diferentes obras que viene realizando la gestión municipal en la provincia de Maynas de atender las necesidades en materia de infraestructura y equipamiento urbano a los ciudadanos, así como dotarles de los servicios públicos que se requiere, entre otras acciones que contribuya a bien de la población.
- 4.2.9. Establecer un cronograma de ejecución de las publicaciones que la institución realizará en el presente año fiscal de acuerdo a los recursos asignados a cada unidad orgánica para el rubro de publicidad.
- 4.2.10. Informar, sensibilizar, fomentar, promover a los residentes de la provincia y al público en general, de las acciones adoptadas por la Gestión Municipal, respecto a Seguridad Pública, Administración Pública, Participación Ciudadana, Cultural, Salud, Desarrollo Social, entre otras.



ALCANCE

Las campañas que se realizarán en el marco de la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria 2024, están orientadas a los vecinos y visitantes del distrito de Iquitos y la provincia de Maynas.

VI. DEFINICIONES Y TÉRMINOS

a. Plan de Estrategia Publicitaria (PEP)

Es un instrumento de gestión pública destinado a la planificación de la publicidad estatal, que identifica un interés y/o finalidad pública que se debe atender con una o varias campañas publicitarias y, a partir de ello, expone sus objetivos comunicacionales, mensajes y piezas de difusión con las cuales prevé posicionar sus mensajes. En caso de que una entidad del Estado cuente con presupuesto,

las oficinas de Comunicaciones, o la que haga sus veces, deben formular el PEP que sustente la campaña publicitaria.

b. Publicidad estatal

Es la información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos en medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) a través de mensajes orientados a promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del ambiente, el pago de impuestos, entre otros, así como la difusión de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias.

c. Campañas publicitarias

Son un conjunto de acciones estratégicas planificadas, diseñadas e implementadas por las entidades públicas a través de medios de comunicación tradicionales, digitales o espacios de alto tránsito o masiva afluencia de público, para lograr objetivos comunicacionales de la entidad a partir de una necesidad pública.

d. Público objetivo

Es el grupo de personas previamente segmentado sobre la base de características geográficas, demográficas, grupo etario y comportamiento del público consumidor, en coherencia con los objetivos de la campaña comunicacional o publicitaria

e. Alcance

Es el número de personas (público objetivo) expresado en porcentaje y/o miles que reciben el mensaje difundido en un medio de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) durante una campaña publicitaria.

f. Cobertura

Es el ámbito geográfico al cual llega un medio de comunicación de radio y televisión, de acuerdo al Registro Nacional de Frecuencias establecido por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

g. Central de medios

Empresa privada de publicidad especializada en brindar servicios de elaboración de planificación estratégica de medios (pauta de los avisos publicitarios o plan de medios), monitoreo y supervisión de las campañas publicitarias, para lo cual utiliza herramientas con las cuales evidencia el cumplimiento de los criterios técnicos necesarios.

h. Justificación de la campaña publicitaria

Es el análisis basado en los criterios de público objetivo, finalidad, cobertura, duración de campaña, equilibrio informativo, impacto, localidad de medios y la obligatoriedad de la autorización vigente del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, para los casos de radio y televisión.

i. Plan de medios

Es un instrumento de carácter estratégico que permite la selección y asignación de los diferentes espacios que ofrecen los medios de comunicación para la difusión de los mensajes de una campaña publicitaria, de acuerdo al público objetivo y presupuesto institucional.



VII. CONTENIDO

7.1 Plan de Estrategia Publicitaria 2024

De acuerdo a la Ley N°28874 y su modificatoria N°31515, Ley de Publicidad Estatal, establece que la autorización para la difusión de Publicidad Estatal, es responsabilidad del Titular del sector. En tal sentido, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Provincial de Maynas, presenta el Plan de Estrategia Publicitaria, correspondiente al Ejercicio Fiscal 2024, que contiene la programación de actividades y campañas que serán difundidas en medios masivos y/o alternativos de comunicación para contribuir a que los ciudadanos y ciudadanas accedan a información pública de interés.

Las campañas que se difundirán buscan fortalecer la imagen del gobierno local, como ente rector de políticas sociales orientadas a resultados, y explicar detalladamente a los usuarios y otras audiencias claves; los alcances y logros de las actividades y de los Programas Sociales a cargo de la municipalidad como gobierno local. Las campañas a difundir en el año 2024, serán financiadas por la Municipalidad Provincial de Maynas, a través de los procedimientos administrativos regulares.

Es preciso mencionar que cada una de las actividades y campañas deben cumplir con los requisitos establecidos en la Ley N° 28874 y su modificatoria N° 31515, Ley de Publicidad Estatal. Por lo tanto, en el marco de lo previsto por la referida ley, la Oficina Comunicaciones e Imagen Institucional, propone la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria 2024, con el fin de utilizar los medios masivos y/o alternativos de comunicación, cuyo enfoque consiste en informar sobre los diferentes programas y servicios que brinda la Municipalidad Provincial de Maynas a favor de la población.

Para realizar la difusión correspondiente, se contratará para el ejercicio 2024: prensa escrita de mayor circulación en la provincia; en diversos medios de mayor sintonización en la provincia de Maynas sea radial, televisiva, de mayor audiencia, sintonía en la provincia de Maynas, región Loreto; así como de acuerdo a la campaña y el público objetivo, considerar los medios alternativos de comunicación.

7.2 Descripción y Justificación de Campañas

7.2.1 Gerencia de Rentas

Es el órgano de línea de segundo nivel organizacional, que se encarga de desarrollar las acciones administrativas, recaudación y fiscalización de todos los ingresos tributarios de la Municipalidad Provincial de Maynas, así como a organizar y ejecutar la recaudación de las multas administrativas. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.1.1 Campaña Tributaria y Beneficios Tributarios 2024

La campaña se realizará en medios masivos y/o alternativos, y consiste en difundir la emisión y notificación la cartilla de la campaña Tributaria 2024, informar la gestión de cobranza personalizada mediante visitas a los



contribuyentes del distrito, con la finalidad de mejorar los ingresos tributarios a través de la puesta en práctica de técnicas de gestión y recaudación tributaria que incrementan progresivamente los niveles de recaudación por pago de impuestos prediales, vehiculares y arbitrios municipales.

7.2.1.2 Campaña Tributaria: Vencimiento de 2da cuota de Impuestos Predial y 5ta Cuota de Arbitrios Municipales

La campaña tiene como objetivo persuadir al contribuyente para que se mantenga al día en el pago de la cuota de su impuesto predial 2da cuota y 5ta cuota de sus arbitrios municipales; por lo que se difundirá a través de medios masivos y/o alternativos de acuerdo la necesidad. Asimismo, se dará a conocer sobre los beneficios tributarios.

7.2.1.3 Campaña Tributaria: Vencimiento de la 3ra Cuota de Impuesto Predial y 8va Cuota de Arbitrios Municipales

La campaña tiene como objetivo persuadir al contribuyente para que se mantenga al día en el pago de la cuota de su impuesto predial 3ra cuota y 8va cuota de sus arbitrios municipales; por lo que se difundirá a través de medios masivos y/o alternativos de acuerdo la necesidad. Asimismo, se dará a conocer sobre los beneficios tributarios.

7.2.1.4 Campaña Tributaria: Vencimiento de 4ta Cuota de Impuesto Predial y 11va Cuota de Arbitrios Municipales

La campaña tiene como objetivo persuadir al contribuyente para que se mantenga al día en el pago de la cuota de su impuesto predial 4ta cuota y 11va cuota de sus arbitrios municipales; por lo que se difundirá a través de medios masivos y/o alternativos de acuerdo la necesidad. Asimismo, se dará a conocer sobre los beneficios tributarios.

7.2.1.5 Cierre de Campaña Tributaria 2024

Es la última campaña del año que tiene como objetivo recordary promover el pago de los impuestos prediales, vehiculares y arbitrios municipales a fin de reducir o evitar pasar a cobranza coactiva.

7.2.2 Gerencia de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos y Desastre

Es el órgano de línea de segundo nivel organizacional, es responsable de la implementación de las normas supranacionales y sectoriales en materia de seguridad ciudadana, tiene a su cargo el control del cumplimiento de las normas emitidas por la Municipalidad Provincial de Maynas, en el marco de sus competencias. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo a la estrategia en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o acciones:



7.2.2.1 Escuelas Seguras 2024

Esta campaña se realiza en articulación con la Subgerencia de Seguridad Ciudadana de la Municipalidad Provincial de Maynas quienes, en coordinación con la PNP, directores, docentes, padres de familia y Brigadas de autoprotección escolar de las II.EE, ejecutaran operaciones

de Patrullaje, Vigilancia, seguridad y protección, dirigida a la población escolar, docentes y personal administrativo de las Instituciones educativas públicas y privadas durante el año escolar 2024. Con la finalidad de brindar las Condiciones de seguridad para el pleno desarrollo de las actividades educativas, dentro del marco legal vigente en absoluto respeto de los derechos humanos.

7.2.2.2 **Serenazgo sin Fronteras**

El objetivo de la campaña es reducir la brecha de inseguridad o peligro que hay en los distritos y que pone riesgo a la ciudadanía a través del programa integrado de seguridad ciudadana que suprime los límites fronterizos de los distritos para actuar contra la delincuencia, de manera que los agentes de serenazgo no vean frustrado su accionar ante actos delictivos, como en una persecución. "Serenazgo Sin Frontera" trabajará de manera articulada con la Policía Nacional para actuar con estrategia de manera eficiente y eficaz en la lucha contra la delincuencia.

7.2.3 **Gerencia de Saneamiento, Salubridad y Salud Ambiental**

Está compuesta por las áreas de Limpieza Pública, Parques y Jardines, Ornato y Gestión Ambiental. Las labores de cada una se llevan a cabo de manera planificada, organizada e integrada, con la finalidad de ejecutar de manera óptima y oportuna los servicios para el cuidado de la ciudad. Es el órgano de línea de segundo nivel organizacional de la gestión del medio ambiente y la prestación de los servicios públicos de limpieza pública, manejo de áreas verdes y saneamiento ambiental y de la vigilancia sanitaria de la inocuidad agroalimenticia de los alimentos primarios y piensos en el transporte y comercialización en el distrito de Iquitos y las funciones propias del Área Técnica Municipal -ATM. Por lo que, Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo a la estrategia en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.3.1 **Horario de Recojo de los Residuos Sólidos**

Tiene como objetivo sensibilizar a la población sobre el cumplimiento de la disposición municipal del horario de recojo de residuos sólidos, instando a la población para que tome conciencia de la importancia de mantener limpia la ciudad y el respeto a los horarios de recojo, teniendo como resultado calles limpias, disminuyendo así la contaminación ambiental en la zona urbana y periurbana de la ciudad. Asimismo, se dará a conocer la multa que se aplicará a las personas que irresponsablemente sacan los residuos sólidos fuera del horario establecido. La campaña es dirigida al público en general del distrito de Iquitos.

7.2.3.2 **Por un Iquitos Saludable**

Se realizará sensibilización en los espacios públicos abiertos y/o cerrados, acerca de los beneficios de usar bicicleta y otros tipos de movilidad sostenible, tanto para la salud como para el ambiente. Asimismo, a través de esta campaña se busca promover con acciones de sensibilización para la promover la disminución de los residuos sólidos



que se encuentran en la vía pública, orillas de nuestros ríos, y así generar un cambio favorable en la conservación de los ecosistemas.

La campaña también promueve la conservación y la arborización que pretende a que los habitantes de la Maynas puedan tener una mejor calidad de aire, mejorar el ambiente y aumentar el área verde en el distrito, de esta forma contribuir con la mitigación y adaptación al cambio climático. Asimismo, se desarrollarán diferentes mensajes como; “Sin ruido se avanza mejor” para reducir los altos niveles de ruido que afecta la salud. Estas y otras acciones por el Día del Sol, La Hora del Planeta, Día Mundial del Agua, Día Mundial de la Vida Silvestre, Día Mundial de la Salud, Día Internacional de la Madre Tierra, Día Mundial del Reciclaje, Día Internacional de Concienciación sobre el Ruido, Día Mundial del Medio Ambiente y otros en relación al medio ambiente

7.2.3.3 Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos Inorgánicos

El propósito de la campaña es cumplir con lo dispuesto en la meta de “Implementación de un sistema Integrado de Manejo de Residuos Sólidos Municipales”; así como difundir la practicas responsables y saludables que deben realizar los habitantes de Iquitos, como deben segregar sus residuos sólidos de acuerdo a sus características físicas, químicas y biológicas; campaña informativa a los recicladores informales que pueden Organizarse y formalizarse en los registros de la Municipalidad Provincial de Maynas.

7.2.3.4 Manipulación de Alimentos

A través de diferentes mensajes estratégicos, la campaña tiene por objetivo sensibilizar e informar a los vendedores en temas de manipulación de alimentos y bebidas, así como de mejorar las condiciones higiénicas y limpieza del puesto de trabajo.

7.2.3.5 Iquitos Limpio

La campaña se realizará en coordinación de la unidad encargada para la sensibilización en los centros de abastos, calles, avenidas y todo lugar estratégico para promover acciones que permitan tener un Iquitos limpio; para ellos también se pretende contar con los servicios de los influencers que se sumarán a la campaña.

7.2.3.6 Educca, inspira y conserva

En coordinación con los responsables del Programa Educca que busca promover la formación de estudiantes y ciudadanos ambientalmente responsables que: respetan y protegen toda forma de vida, asumen los impactos y costos ambientales de su actividad, valoran los saberes ambientales ancestrales, respetan los estilos de vida de otros grupos sociales y de otras culturas, practican un consumo responsable, trabajan por el bienestar de las otras personas o grupos sociales, presentes y futuras, participan de manera activa en las decisiones públicas vinculadas con la gestión ambiental.

7.2.4 Gerencia de Desarrollo Social

La Gerencia de Desarrollo Social es el órgano de línea responsable de la promoción y mejoramiento de las condiciones de vida de la población



más vulnerable y/o en riesgo social en el ámbito de su competencia, la reinserción social de niños, niñas y adolescentes en situación de riesgo, la protección y promoción de las personas con discapacidad, adultos mayores y familias en situación de pobreza y pobreza extrema, la promoción y gestión de planes, acciones e intervenciones en materia de Salud Pública en el distrito de Iquitos, de los Programas Alimentarios, así como de las actividades vinculadas a los Actos Matrimoniales, en el marco de las disposiciones legales vigentes. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.4.1 Vacaciones Útiles 2024

Tenemos como labor primordial generar bienestar a niños y adolescentes en las diferentes etapas de la vida, tal es así que a través de la subgerencia de educación, deporte y juventud se busca promover y hacer que aflore las habilidades personales, así como las destrezas artísticas y deportivas en los menores de 7 a 17 años; así como a incentivar a los niños y adolescentes en valor de una formación educativa mediante los cursos de reforzamiento educativo.

7.2.4.2 Identidad #DNI

Esta campaña de documentación de DNI lo realizamos para nuestros vecinos que no tienen la economía suficiente para realizar el trámite o no han podido realizarlo por falta de tiempo; de acuerdo a lo programado con la Reniec, se realizarán campañas gratuitas y/o con costo social.

7.2.4.3 Matrimonio Civil Comunitario 2024

Tiene como objetivo formalizar su estado conyugal legalmente, sensibilizando a la población sobre la importancia del Matrimonio Civil Comunitario, a través de la subgerencia de Registro Civil, se determina cuándo y cómo se realizan estos matrimonios, así como el costo que suele ser menor al de un Matrimonio Civil regular o, incluso, puede ser gratuito.

7.2.4.4 Prevención de la Violencia contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar

Tiene como objetivo sensibilizar a la población en general con énfasis a la mujer, para reducir el índice de violencia que se vive en el día a día en las diferentes etapas de vida, siendo esta persona violentada física o verbalmente. Asimismo, como parte de la campaña digital se elaborarán mensajes claves.

7.2.4.5 Inscripción y Actualización: CIAM Maynas

Tienen por objetivo de brindar atención integral a las personas adultas mayores, y con ello mejorar su calidad de vida e integrarlos plenamente al desarrollo social, económico, político y cultural de nuestra comunidad, implementando para ello en forma progresiva, diversos servicios y programas, destinados a los adultos mayores.



7.2.4.6 Campaña de Empadronamiento de los Hogares en Pobreza y Extrema Pobreza y Difusión de Pago Pensión 65

Tiene por objetivo realizar publicaciones a través de los medios masivos y/o alternativos de comunicación para llegar a más beneficiarios. Así como actualizar el proceso de empadronamiento de hogares e identificar a las familias en situación de pobreza, base que permitirá orientar y/o reorientar las políticas públicas hacia propósitos de equidad social para ofrecer mejores oportunidades a la población en desventaja que se encuentra en el distrito de Iquitos.

7.2.4.7 Distribución de Alimentación Complementaria

Consiste en hacer de conocimiento el programa de complementación alimentaria, de las coordinadoras de los comités del Vaso de Leche y entrega de los insumos lácteos de forma mensual durante el presente año, la entrega de alimentos para los comedores populares, con el objetivo de otorgar un complemento alimentario a la población en situación de pobreza o extrema pobreza así como a grupos vulnerables: Niñas, niños, personas con TBC, adultos mayores, y personas con discapacidad en situación de riesgo moral, abandono y víctimas de violencia familiar y política.

7.2.5 Gerencia de Promoción Económica

Es el órgano responsable de programar, administrar, dirigir, ejecutar, coordinar y controlar el cumplimiento de las actividades relacionados con comercialización; además, de crear las condiciones necesarias para su regulación, formalización y promoción empresarial y del empleo, promoción del turismo y Desarrollo rural y agropecuario. Posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica entre otras actividades de su competencia. Para el logro de la meta. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.5.1 Iquitos está de Moda

Tiene Como objetivo promover el turismo en la provincia iniciando la Celebración de Iquitos como Puerto Fluvial sobre el Río Amazonas, así como de realizar diferentes actividades culturales, artísticas y/o empresariales; revalorando nuestras tradiciones y valores. Dirigido a la población en general.

7.2.5.2 Carnaval Amazónico 2024 "Patrimonio Cultural de la Nación"

El Carnaval Amazónico es una fiesta singular, alegre, popular y muy festejada por la población loreтана. Los diferentes barrios se organizan en forma particular. Colocan humishas, bailando alrededor de estas entre otros. Es por ello, a través de la subgerencia de Turismo en coordinación con la oficina de comunicaciones se realiza la difusión para realizar el concurso de calles coloridas, pero con un extra de promover la



colaboración de la población a dejar limpia las calles.

7.2.5.3 **Rutas y tradiciones #Iquitos**

Tienen por objetivo contar espacios para promover, fomentar y difundir el arte y la cultura Amazónica, enfocados en la población estudiantil y otros.

7.2.5.4 **Ferias Agropecuarias en espacios públicos**

Tiene por objetivo promover el fomento de la inversión privada, el emprendimiento y la generación del empleo en el ámbito de la provincia de Maynas.

7.2.5.5 **Programa de Repoblamiento de Taricayas**

La actividad resalta la articulación entre el Estado, a través del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp), el Ministerio del Ambiente (Minam) y la Municipalidad Provincial de Maynas, con la empresa privada para el Repoblamiento de esta especie que ha encontrado en las áreas naturales protegidas de la Amazonía.

7.2.6 **Gerencia de Tránsito y Transporte Público**

Es el órgano de línea de segundo nivel organizacional, encargo de regular y ejecutar las acciones relacionada con el sistema de transporte terrestre de peatones y vehículos dentro de la jurisdicción de la Municipalidad de Maynas. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.6.1 **Educación Vial**

Dirigido a conductores, cobradores, instituciones educativas y población en general. Tiene como objetivo capacitar en el conocimiento de Seguridad Vial, comportamiento del peatón en la vía pública, entre otras actividades de educación vial.

7.2.6.2 **Ponte en regla**

A través de esta campaña se pretende motivar y facilitar a las personas que concurren a las actividades, a fin de obtener su Licencia de Conducir de vehículo menores, en forma categórica, con la finalidad de evitar posibles sanciones. así como formalizar a los conductores, mejorar el ordenamiento y la seguridad vial. Asimismo, busca pretende regular, controlar la circulación de vehículos menores motorizados o no motorizados, tales como taxis, mototaxis, triciclos, y otros de similar naturaleza; Reglamentar las sanciones y multas por infracción a las normas del servicio público de transporte urbano, manteniéndolo actualizado. Dirigido a conductores de vehículo menores y pesados de requerir el caso.



7.2.7 **Gerencia de Acondicionamiento Territorial**

Es el órgano de línea encargado de conducir las actividades relacionadas con el acondicionamiento territorial, el desarrollo urbano y el catastro municipal en el ámbito de la Provincia de Maynas, en concordancia con el Reglamento Nacional de Construcciones, Plan de Acondicionamiento Territorial, Plan de

Desarrollo Urbano, Plan director y demás disposiciones legales y administrativas vigentes. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.7.1 Campaña informativa Licencias de Control Urbano

Esta campaña tiene como objetivo dar a conocer la reglamentación para otorgar y controlar las Licencias de obras nuevas, remodelación, ampliación, modificación, reparación, refacción, acondicionamiento y demolición de inmuebles de conformidad con el Reglamento Nacional de Construcciones y demás disposiciones legales sobre la materia y otros que la gerencia considere pertinente su difusión. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación.

7.2.7.2 Campaña por un Iquitos Ordenado

El objetivo de la campaña dirigido al público en general es para reordenar la ciudad libre de contaminación visual en la zona monumental desde el punto de vista territorial y otras acciones que conlleven al fin.

7.2.8 Gerencia de Obras e Infraestructura

ES el órgano de línea en cargo de programar, dirigir, ejecutar, controlar y supervisar la formulación y evaluación de los proyectos de estudio de pre-inversión e inversión, la elaboración de expedientes técnicos y la ejecución, supervisión, recepción, liquidación, cierre y mantenimiento de las inversiones. Por lo que, previa coordinación con la gerencia en mención, a través de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se realizarán las campañas publicitarias y/o actividades que serán difundidas de acuerdo al público objetivo y la estrategia, en medios masivos y/o alternativos de comunicación. A continuación, las campañas y/o actividades:

7.2.8.1 “Más Obras que generan Progreso”

El objetivo de la campaña es difundir las diferentes obras que viene realizando la gestión municipal en la provincia de Maynas de atender las necesidades en materia de infraestructura y equipamiento urbano a los ciudadanos, así como dotarles de los servicios públicos que se requiere, entre otras acciones que contribuya a bien de la población.



7.3 Cronograma de Ejecución

La realización de las campañas y/o actividades se desarrollarán de acuerdo al presupuesto a la disponibilidad presupuestal que se asigne; a continuación, se detalla la intención del cronograma.

MARCO DE LA CAMPAÑA	CAMPAÑAS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Gerencia de Rentas	Campaña Tributaria y Beneficios Tributarios 2024		X	X			X			X			
	Campaña Tributaria: Vencimiento de 2da cuota de Impuestos Predial y Sta Cuota de Arbitrios Municipales				X	X							
	Campaña Tributaria: Vencimiento de la 3ra Cuota de Impuesto Predial y 8va Cuota de Arbitrios Municipales							X	X				
	Campaña Tributaria: Vencimiento de 4ta Cuota de Impuesto Predial y 11va Cuota de Arbitrios Municipales										X	X	
	Campaña Cierre de Campaña Tributaria 2024												X
Gerencia de Seguridad Ciudadana y Gestión de Riesgos y Desastres	Campaña Escuelas Seguras			X		X		X		X		X	
	Campaña Informativa Serenazgo Sin Frontera			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña Alerta Maynas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña de Sensibilización para el Horario de Recojo de los Residuos Sólidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña de Sensibilización Ambiental			X		X		X		X		X	
Gerencia de Saneamiento, Salubridad y Salud Ambiental	Programa de Segregación en la Fuente y Recolección Selectiva de Residuos Sólidos Inorgánicos			X	X		X	X		X	X		
	Campaña de Manipulación de Alimentos		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña Iquitos Limpio			X		X		X		X		X	
	Campaña de Educación Ambiental en los Centros Educativos			X	X	X	X	X	X	X	X	X	
Gerencia de Desarrollo Social	Campaña de Vacaciones Útiles 2024	X	X										
	Campaña de Identidad para la obtención del DNI			X		X		X		X		X	
	Campaña de matrimonio Civil Comunitario 2024					X	X						
	Campaña de prevención de la Violencia contra la Mujer e Integrantes del Grupo Familiar			X		X		X	X		X		X
	Campaña de Inscripción y de Actualización de Adultos Mayores -- CIAM Maynas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña de Empadronamiento de los Hogares en Pobreza y Extrema Pobreza y Difusión de Pago Pensión 65		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Campaña de Alimentación Complementaria	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gerencia de Promoción Económica	Campaña Iquitos está de moda	X											
	Campaña Carnaval Amazónico 2024 "Patrimonio Cultural de la Nación"		X										
	Campaña Iquitos y sus Tradiciones			X		X		X		X		X	
	Campaña de Empoderamiento -- Escuelas Productivas				X				X				
	Campaña de Ferias Agropecuarias en Espacios Públicos				X		X				X		
	Programa de Repoblamiento de la Taricaya											X	
Gerencia de Tránsito y Transporte Público	Campaña de Sensibilización en Educación Vial			X	X	X		X	X		X	X	



	Campaña de Sensibilización Vial y Formalización a Conductores de la Ciudad de Iquitos		X		X		X		X		X
	Campaña de "Ponte en regla"	X		X		X		X		X	
Gerencia de Acondicionamiento Territorial	Campaña Informativa Licencias de Control Urbano			X	X			X	X		X
	Campaña por un Iquitos Ordenado				X		X		X		X
Gerencia de Obras e Infraestructura	Campaña Informativa "Más Obras que Generan Progreso"			X	X			X	X		X

VIII. PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El presente PEP contempla la ejecución de avisos, anuncios, difusión de spot y/o cortillos en medios televisivos; spots, avisos y/o anuncios en emisoras radiales de alcance local; flyers, banner, falda o pie de página en los medios impresos de alcance local, metodología utilizada permite, además, analizar y verificar que los medios de comunicación seleccionados cumplan con las condiciones generales de cada campaña, tales como pluralidad/diversidad, audiencia referida al alcance, penetración, preferencia del consumo de medios, el impacto del medio y la cobertura geográfica.

La información de medición a las empresas de comunicación incluye: i) televisión (rating, audiencia por programa, alcance a lograr con la campaña); ii) radio (audiencia por emisora, por horarios y los impactos a lograr); iii) prensa escrita (lectoría, impactos a lograr); iv) medio digital (objetivos a lograr como impresiones, clics, vistas, alcance, y otros resultados específicos a lograr); v) perifoneo (lugares de alto tránsito o gran números de personas aglomeradas que escuchen la publicidad de la campaña); vi) Vía Pública (en zona de mayor transitividad) , vii) Activaciones BTL, viii) Flash Mob, ix) Animación socio cultural y otros.

Finalmente, vale reiterar que la selección de los medios masivos de comunicación depende técnicamente de las disposiciones reglamentarias sobre los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal en medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) que deben cumplir las entidades públicas y dependencias, de acuerdo a lo dispuesto en los literales c), e), f) y g) del artículo 3 de la Ley N°28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N°31515.



8.1 Medios masivos

La televisión es el medio de comunicación con mayor penetración (96% en la zona urbana) y 52% en la zona rural en todos los segmentos de población (A, B, C, D y E), según INEI lo cual le permite generar alcance inmediato y contribuir en generar corrientes de opinión en la población general. Además, por medio de la imagen, color, audio y movimiento permite transmitir beneficios funcionales, emocionales y sensoriales por ser de alto impacto que influye en casi todos los sentidos.