



San Isidro, 03 de julio de 2024

RESOLUCIÓN DE DIRECCIÓN EJECUTIVA N° 129-2024-FONCODES/DE

VISTO:

Los Memorandos N°s 000027-2024-MIDIS/FONCODES/UCI y 000109-2024-MIDIS/FONCODES/UCI de la Unidad de Comunicación e Imagen; el Informe N° 000461-2024-MIDIS/FONCODES/UPPM de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, el Informe N° 000206-2024-MIDIS/FONCODES/UJ de la Unidad de Asesoría Jurídica y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 29792 se crea el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, determinándose su ámbito, competencias, funciones y estructura orgánica básica; señalando en su Tercera Disposición Complementaria Final, la adscripción a dicho Ministerio, entre otros programas, al Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (en lo sucesivo Foncodes);

Que, a través de la Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS, se aprueba el Manual de Operaciones del Foncodes, estableciendo en los literales h) e i) del artículo 9, que la Dirección Ejecutiva tiene como funciones aprobar, modificar y derogar directivas, reglamentos y otras normas técnico-operativas o administrativas internas que requiera el programa para su funcionamiento, de acuerdo con las políticas sectoriales y lineamientos que establezca el MIDIS, así como emitir Resoluciones de Dirección Ejecutiva en asuntos de su competencia;

Que, el citado Manual de Operaciones, establece en los literales b) y n) del artículo 23 como funciones de la Unidad de Comunicación e Imagen, las de diseñar y proponer a la Dirección Ejecutiva, el Plan de Comunicación Institucional, en el marco de los lineamientos de políticas establecidos por el MIDIS, así como supervisar la ejecución del Plan de Comunicación Institucional en la sede central y unidades territoriales;

Que, la Directiva N° 003-2022-MIDIS: Catálogo de Documentos Oficiales del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social – MIDIS: aprobada por Resolución Ministerial N° 159-2022-MIDIS, señala en el numeral 4.1.10, que el Plan tiene como objeto la administración interna como para la ejecución de la función sustantiva del Programa Nacional, indicando, además, que el plan es aprobado por el Titular del Programa Nacional;

Que, mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N° 150-2018-FONCODES/DE, se aprueba el Procedimiento N° 86-2018-FONCODES/UPPM-CROM “Control de Documentos Normativos”, que tiene como objetivo, establecer las disposiciones para la elaboración, actualización y control de los documentos normativos en sus etapas de acciones previas, elaboración, revisión, aprobación, distribución, registro e implementación;

Que, el subnumeral 4.2.7 del numeral 4.2 del citado Procedimiento señala, que el Plan es el documento en el que se establecen objetivos y metas que se requieren cumplir, la secuencia cronológica de las actividades, los responsables y los recursos para llevarlas a cabo, asimismo, el numeral 7.6 de dicha norma, prescribe que los documentos normativos son aprobados por el Director Ejecutivo mediante Resolución de Dirección Ejecutiva;

Que, mediante Memorando N° 000027-2024-MIDIS/FONCODES/UCI, la Unidad de Comunicación e Imagen solicita a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización la verificación, codificación y conformidad del proyecto de la versión N° 1 del Plan N° 066-2024-FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”, en el marco del Procedimiento N° 086-2018-FONCODES/UPPM-CROM “Control de Documentos Normativos”;

Que, mediante Informe N° 000461-2024-MIDIS/FONCODES/UPPM la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, emite conformidad al proyecto de la versión N° 1 del Plan N° 066-2024-FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”, en el marco de lo establecido en la Directiva N° 003-2022-MIDIS “Catálogo de Documentos Oficiales del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social-MIDIS” y el Procedimiento N° 86-2018-FONCODES/UPPM-CROM “Control de



Firmado digitalmente por
ZEVALLOS NIVIN Andriolo FAU
20509139700 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 03.07.2024 09:10:03 -05:00



Firmado digitalmente por
CARDENAS CHAVEZ Celso Javier
FAU 20509139700 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 03.07.2024 09:04:57 -05:00



Firmado digitalmente por
ROJAS ALVAREZ Ronny FAU
20509139700 hard
Motivo: Doy V° B°
Fecha: 03.07.2024 08:49:01 -05:00



Documentos Normativos”; precisando que el citado documento normativo, cumple con los criterios de consistencia y coherencia que todo documento normativo del Foncodes debe cumplir; y recomienda proseguir su trámite;

Que, mediante Memorando N° 000109-2024-MIDIS/FONCODES/UCI, la Unidad de Comunicación e Imagen solicita a la Unidad de Asesoría Jurídica formular el documento resolutivo correspondiente que apruebe, el proyecto de la versión N° 1 del Plan N° 066-2024- FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”;

Que, a través del Informe N° 000206-2024-MIDIS/FONCODES/UAJ, la Unidad de Asesoría Jurídica de acuerdo a la evaluación y análisis de la documentación remitida, considera procedente, en los aspectos legales y formales la emisión de la Resolución de Dirección Ejecutiva que apruebe la versión N° 1 del Plan N° 066-2024- FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”;

Que, estando a los considerandos precedentes resulta necesario emitir el acto administrativo que apruebe la versión N° 1 del Plan N° 066-2024- FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”;

Con las visaciones de la Unidad de Comunicación e Imagen, la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización y de la Unidad de Asesoría Jurídica;

De conformidad con la Ley N° 29792, Ley de creación, organización y funciones del MIDIS, y de acuerdo a las facultades otorgadas en el Manual de Operaciones de FONCODES, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 228-2017-MIDIS.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobación del Plan

Aprobar, la versión N° 1 del Plan N° 066-2024-FONCODES/UCI “Plan de Comunicaciones 2024”, que forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disposición

Disponer que la Unidad de Comunicación e Imagen, adopte las acciones necesarias para el debido cumplimiento del Plan aprobado en el artículo 1 de la presente Resolución.

Artículo 3.- Publicación

Disponer la publicación de la presente resolución en el portal institucional del Foncodes (<http://www.gob.pe/foncodes>).

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.

Documento firma digital

.....
JULIO MANUEL VELEZMORO PINTO
Director Ejecutivo del FONCODES
FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social
FONCODES



Unidad de Comunicación e Imagen

Fecha de formulación: 28/06/2024

Página 1 de 31

Escribe algo...

PLAN DE COMUNICACIONES 2024

Plan N° 066-2024-FONCODES/UCI

Versión N°1

Código: S04.01.PL

Aprobado mediante Resolución de Dirección Ejecutiva N°129-2024-FONCODES/DE

Etapa	Responsable	Cargo	Firma y fecha
Formulado por:	Andiolo Zevallos Ñivin	Jefe de la Unidad de Comunicación e Imagen	
Revisado por:	Celso Javier Cárdenas Chávez	Jefe de la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización	
	Giancarlo Giovanni Peirano Mejía	Coordinador (e) de Racionalización, Organización y Métodos	
	Ronny Rojas Alvarez	Jefe de la Unidad de Asesoría Jurídica	
Aprobado por:	Julio Manuel Velezmoro Pinto	Director Ejecutivo	



PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social

Viceministerio de
Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación
para el Desarrollo Social
FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 2 de 30

HOJA DE CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Documento sustento	Textos modificados	Responsable
1.0	20.02.2024	Memorando N° 000026-2024-MIDIS/ FONCODES/UCI	Documento inicial.	Unidad de Comunicación e Imagen



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social
FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 3 de 30

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO NORMATIVO	5
3. ALCANCE	5
4. RESPONSABILIDADES	6
5. DIAGNÓSTICO	7
5.1 MAPAS DE GRUPOS DE INTERÉS	8
5.2 MATRIZ FODA	8
5.3 ESTRATEGIAS OPERATIVAS	10
6. MARCO ESTRATÉGICO	12
6.1 OBJETIVOS GENERALES	12
6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
6.3 CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL	13
7. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES	15
8. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN	19
9. INDICADORES DE PRODUCTOS E INDICADORES EMBLEMÁTICOS	20
10. PRESUPUESTO	23
11. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	23
12. ANEXOS	30



Anexo 1 – Documentos de gestión de la Comunicación Interna y Externa de Foncodes.

Anexo 2 – Mensajes claves de Comunicación de Foncodes

Anexo 3 – Plan Operativo de Comunicación Externa (matriz de productos y cronograma)

Anexo 4 – Plan Operativo de Comunicación Interna (matriz de productos y cronograma)

1. INTRODUCCIÓN

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.					Fecha de aprobación: / 02 / 2024
					Página 4 de 30

Toda organización, sobre todo aquella que se encuentra en el ámbito del sector público, necesita un Plan de Comunicación que guíe sus actividades y acciones de comunicación e imagen para contribuir al logro de los objetivos que representa su misión institucional.

El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), es un programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS), que en el marco de las políticas sociales cumple una de las tareas claves en la lucha contra la pobreza, promover la inclusión económica sostenible de los hogares rurales. Tiene una gran responsabilidad ante el Estado y la sociedad, de modo que necesita poner en evidencia los avances, logros y éxitos del programa, mediante el conocimiento y reconocimiento de las iniciativas gubernamentales para contribuir a la generación de valor público, a la gobernabilidad, la gobernanza, la reducción de las brechas de la desigualdad y la exclusión, y a la ampliación de las oportunidades económicas y sociales.

En este contexto, Foncodes orienta su trabajo de comunicación e información a través de dos componentes o ejes básicos, la Comunicación Interna y la Comunicación Externa.

Sobre la base de estos espacios de actuación se ejecutan y desarrollan las estrategias, acciones, actividades y productos, en coherencia con los lineamientos de la política social del Estado y de Gobierno, las políticas de comunicación del sector Midis y los lineamientos de la Dirección Ejecutiva de Foncodes.

La Unidad de Comunicación e Imagen (UCI) es el órgano de apoyo del Programa. Tiene la responsabilidad de diseñar, formular y ejecutar el plan general y los planes operativos de comunicación, información y difusión, así como las estrategias, actividades y acciones que contribuyan a los objetivos estratégicos institucionales.

El Plan de Comunicación 2024 ha sido elaborado por el equipo de la UCI a través de jornadas de reflexión, talleres y reuniones de trabajo durante los meses de enero y febrero, analizando y evaluando los resultados del Plan de Comunicación 2023 y el Informe de Gestión 2023 presentado a la Dirección Ejecutiva.

El plan para el año en curso establece el marco conceptual, la orientación y los lineamientos estratégicos, los objetivos, los mensajes claves, las actividades y productos de la UCI, que se plasman en Planes Operativos de Comunicación Interna y Comunicación Externa. Los avances y logros de estos planes se reportan trimestralmente a la Alta Dirección.

Las Directivas de Atención al Ciudadano, Gestión de la Comunicación de Crisis y Vocería y el Manual de Identidad Gráfica, constituyen otros documentos de gestión en los que se sustenta la labor de UCI.

El presente Plan está formulado en coherencia con los lineamientos de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030, la misión y visión de Foncodes, sus objetivos generales y específicos, y a los enfoques de interculturalidad, enfoques de género y de discapacidad, los cuales son transversales a las políticas públicas.

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.					Fecha de aprobación: / 02 / 2024
					Página 5 de 30

2. MARCO NORMATIVO

- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- Ley N° 31953, Ley de presupuesto del Sector público para el año fiscal 2024.
- Ley N° 29792, Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
- Decreto Legislativo N.º 657, creación del Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social- FONCODES.
- Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.
- Decreto Supremo N° 008-2022-MIDIS, que aprueba la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030, aprobado por el del 30 de diciembre de 2022.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 01-2023-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N° 01-2023-PCM/SCS - Normas y lineamientos para el uso del logo y frase “Con Punche Perú”.
- Resolución Ministerial N° 00060-2024-MIDIS, que aprueba el “Plan Estratégico Institucional para el periodo 2024-2030.
- Resolución Ministerial N° D000235-2023-MIDIS, que aprueba el Presupuesto Institucional de Apertura del MIDIS.
- Resolución Ministerial N° D000237-2023-MIDIS, que aprueba el Plan Operativo Institucional Anual 2024 del Pliego N° 040.
- Resolución Ministerial N° 0000228-2017-MIDIS, que aprueba el Manual de Operaciones (MOP) de Foncodes.

3. ALCANCE

El Plan de Comunicaciones 2024 considera diversos grupos de público-objetivo como destinatarios e interlocutores del Programa, identificados y diferenciados por su relación con la institución, su actuación en los espacios y territorios en donde interviene Foncodes, y en términos generales, en función de su ubicación frente al Estado.

Grupo del público externo

Identificamos tres grupos

a) Usuarios de los servicios de Foncodes, los ciudadanos, principalmente rurales- usuarios de los proyectos financiados por Foncodes; integrantes de los Órganos Representativos de los Núcleos Ejecutores (ORNEs); autoridades locales (alcaldes y regidores); autoridades y líderes comunales.

b) Autoridades políticas y regionales, líderes de opinión, organizaciones e instituciones:

Tenemos el Poder Legislativo (Comisión de Inclusión Social y Personas con Discapacidad); Poder Ejecutivo (Presidencia del Consejo de ministros, Ministerio de Economía y Finanzas, y, por consiguiente, todas las carteras ministeriales con los que interactuamos en nuestras intervenciones). Asimismo, los presidentes y consejeros de los Gobiernos Regionales, los gobernadores y tenientes gobernadores, líderes políticos, líderes de opinión, dirigentes, representantes de instituciones y organizaciones como gremios empresariales, organizaciones no



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 6 de 30

gubernamentales de desarrollo (ONGs), representantes e institutos de investigación, universidades, autoridades gubernamentales, autoridades provinciales y distritales, congresistas y otros.

c) Medios de comunicación, periodistas y ciudadanos:

Medios y periodistas de radio, televisión, prensa escrita, internet y redes sociales, y ciudadanos en general, tanto de las áreas rurales como de las zonas urbanas.

Grupos de público interno:

Tenemos aquí dos grupos:

- a) Grupo 1: Colaboradores de Foncodes, de la Sede Central y Unidades Territoriales.
- b) Grupo 2: Alta Dirección del MIDIS, directores y colaboradores de los programas sociales adscritos al sector: Juntos, Pensión 65, Cuna Más, Qali Warma, Programa PAIS y Contigo.

4. RESPONSABILIDADES

4.1. Alta Dirección:

- **Fomenta el proceso de comunicación interna.**

4.2. Unidad de Recursos Humanos:

- Elabora el presente plan conforme a lo establecido por el ente rector.
- Realiza el seguimiento respectivo a fin de verificar el cumplimiento de las actividades del presente plan.
- Elabora el informe anual de evaluación del cumplimiento de las actividades propuestas en el plan de comunicación interna.
- Elabora el contenido de sus mensajes comunicacionales definidos.
- Administra el correo de comunicación interna rrhh@foncodes.gob.pe

4.3. Unidad de Comunicación e Imagen:

Desde una perspectiva estratégica, la mejora de la reputación institucional y su fortalecimiento es una tarea de todos los servidores, pero es responsabilidad específica de la Unidad de Comunicación e Imagen orientar y conducir este proceso con el trabajo articulado de la Sede Central y las Unidades Territoriales.

- Establece la línea gráfica que se utiliza para la difusión de los mensajes comunicacionales.
- Elabora los diseños gráficos que se utilizan en la difusión de las comunicaciones.
- Establece los lineamientos para el contenido de los mensajes comunicacionales (Anexo 02).
- Informa a la Unidad de Recursos Humanos sobre sus necesidades de comunicación interna.
- Elabora el contenido de sus mensajes comunicacionales definidos.
- Administra el correo de comunicación interna

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.					Fecha de aprobación: / 02 / 2024
					Página 7 de 30

4.4. Unidades Orgánicas y Comités:

Alinean sus mensajes comunicacionales a la línea gráfica y lineamientos de contenido establecidos por la Unidad de Comunicación e Imagen.

5. DIAGNÓSTICO

Para establecer los objetivos de comunicación, se hace necesario tener un diagnóstico para conocer el estado situacional, la cual comprende el análisis FODA (Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) de la comunicación interna y externa del programa. A partir de la matriz FODA, se evalúan los elementos que pueden promoverse y maximizarse, y, por el contrario, cuáles deberían mitigarse; de modo que guíen las rutas del trabajo informativo, de comunicación, imagen y reputación con perspectiva estratégica.

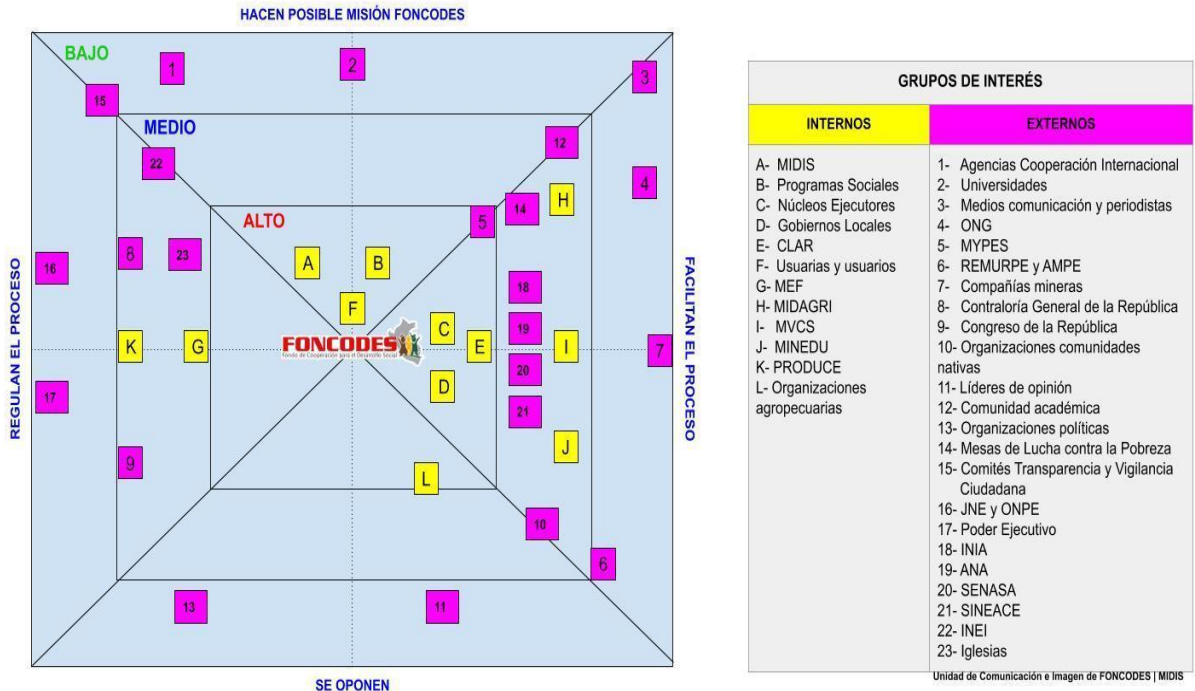
Así podremos formular los objetivos y las acciones necesarias y pertinentes que nos ayuden a enfrentar los desafíos, y construir y reafirmar la imagen corporativa y la reputación institucional, tarea de largo aliento que compete a todos los servidores de Foncodes y, en particular, a la UCI.

La UCI actualizó el diagnóstico comunicacional de Foncodes, utilizando dos metodologías claves para estos procesos: el mapeo de stakeholders o grupos de interés, y el análisis y matriz FODA. Estos instrumentos facilitaron la identificación de los objetivos de largo, mediano y corto plazo, las prioridades estratégicas y las necesidades táctico operativas, es decir, las actividades y tareas específicas.

El mapa expone gráficamente las relaciones de poder y de influencia de los actores institucionales y sociales, y muestra el rol que cumplen respecto a la misión y los objetivos de Foncodes.

5.1 MAPA DE GRUPOS DE INTERÉS O “STAKEHOLDERS”

Como se puede apreciar, el gráfico muestra un número significativo de grupos de



interés que son facilitadores de la misión de Foncodes con un “alto” y “mediano” grado de influencia. En su mayoría son grupos de interés externos, y eso es relevante. Entre tanto, los grupos de interés que se oponen o podrían oponerse son escasos y de “bajo” grado de influencia, y por lo demás, son externos.

Por otro lado, los grupos de interés que hacen posible la misión de Foncodes son relativamente pocos, pero tienen un alto grado de influencia y son actores internos. Los grupos de interés reguladores respecto a la misión institucional tienen un grado de influencia “alto” y “medio”, sin embargo, por su naturaleza, son más externos que internos.

Es oportuno decir que son principalmente actores institucionales de carácter público los interesados en el cumplimiento de la misión, como es obvio, pero desde la perspectiva de los usuarios, no son pocos los protagonistas privados (asociaciones de pequeños productores, Organismos No Gubernamentales y gremios de instituciones) los que también se alinean en ese sentido, pues están directamente involucrados en los impactos y beneficios de los servicios de Foncodes.

5.2 MATRIZ FODA Y ANÁLISIS*

FACTORES INTERNOS	<p>FORTALEZAS</p> <p>1. Integrantes de UCI con experiencia en la gestión de la comunicación e imagen en el sector público, y en la gestión de crisis comunicacional</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>1. Insuficiente número de personal para atender necesidades de comunicación e imagen en sede central y en unidades territoriales</p>
--------------------------	--	---



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 9 de 30

<p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p>2. Conocimiento de la realidad rural, de la diversidad cultural y situación socioeconómica; y conocimiento de los proyectos financiados por Foncodes</p> <p>3. Equipos profesionales y técnicos de Foncodes con amplia experiencia en la implementación de proyectos productivos, proyectos de infraestructura social y económica presentes en las Unidades Territoriales</p> <p>4. Capacidad de adaptación al cambio, creatividad y de innovación de procesos, productos y actividades de información y comunicación.</p> <p>5. Trabajo articulado de UCI con UU.TT. y Unidades Técnicas, y coordinación con Dirección Ejecutiva de Foncodes, y con Oficina General de Comunicación Estratégica del Midis.</p>	<p>2. Insuficiente presupuesto asignado a UCI limita trabajo de comunicación e imagen, y actividades de acopio de experiencias, testimonios y datos en Unidades Territoriales</p> <p>3. Alta centralización de las decisiones comunicacionales desde el sector Midis limita el oportuno proceso de producción y difusión de mensajes e información de Foncodes a los medios de comunicación nacional y regional</p> <p>4. Demora recurrente en renovación de licencias de software de aplicativos informáticos para UCI.</p> <p>5. Unidades Territoriales de Foncodes sin personal especialista en comunicación e imagen y/o prensa</p>
<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <p>1. Proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai como Programa Presupuestal 0118 con evaluaciones de desempeño y de impactos relevantes, y asignación de recursos.</p> <p>2. Medios de comunicación locales, regionales y nacionales que requieren información de los proyectos gestionados por Foncodes en sus territorios</p> <p>3. Gobiernos locales distritales y provinciales interesados en proyectos financiados y gestionados por Foncodes</p> <p>4. Anuncio de intervención de Foncodes con proyectos de infraestructura social básica, productiva y natural</p> <p>5. Gestión de proyectos con Núcleos Ejecutores, modelo participativo y articulado con gobiernos locales</p>	<p>FO: MAXIMIZAR + MAXIMIZAR</p> <p>1+1: Aplicar experiencia de UCI y aprovechar los avances y logros de sus proyectos para realizar actividades y elaborar productos de comunicación e imagen</p> <p>2+2: Aprovechar conocimiento de realidad rural y de los proyectos de Foncodes para asistir con información de los medios de comunicación.</p> <p>3+3: Impulsar articulación y coordinación de UCI con áreas de prensa de gobiernos locales para ampliar la capacidad de incidencia en medios de comunicación y plataformas digitales</p> <p>4+4: Aprovechar las oportunidades de las nuevas intervenciones de Foncodes con innovaciones y adaptación al cambio para destacar su aporte a lucha contra la pobreza</p> <p>5+5: Capitalizar articulación con UU.TT. y Unidades Técnicas de Foncodes, y las coordinaciones con Midis, fomentando el modelo de Núcleo Ejecutor y sus ventajas en la gestión de proyectos</p>	<p>DO: MINIMIZAR + MAXIMIZAR</p> <p>1+1: Optimizar las funciones y tareas del equipo UCI para mejorar los resultados del trabajo articulado con Unidades Territoriales y Unidades Técnicas.</p> <p>2+2: Priorizar los productos y las actividades comunicaciones de UCI para atender oportunamente los requerimientos de los medios de comunicación regional y nacional</p> <p>3+3 Construir relaciones de cooperación con gobiernos locales en donde opera Foncodes, para aprovechar oportunidades de comunicación y difusión para usuarios y actores del territorio, fortaleciendo la reputación institucional.</p> <p>4+4: Mejorar y ampliar soporte logístico de UCI para tareas en torno a nuevos proyectos de infraestructura anunciadas por el Gobierno</p> <p>5+5: Fomentar coordinaciones de UU.TT. con gobiernos locales y sus oficinas de prensa para productos de prensa sobre intervención de Foncodes</p>
<p><u>AMENAZAS</u></p> <p>1. Crisis políticas recurrentes en el Poder Ejecutivo afectan el desempeño, la imagen y reputación de los programas sociales</p>	<p>FA: MAXIMIZAR + MINIMIZAR</p> <p>1+1: Desarrollar acciones para enfrentar los desafíos de las crisis políticas, alineadas a la misión institucional y a los intereses de los usuarios de los proyectos</p>	<p>DA: MINIMIZAR + MINIMIZAR</p> <p>1+1: Preservar capacidades operativas de UCI en climas adversos para asegurar continuidad de funciones, priorizando y optimizando productos comunicacionales.</p> <p>2+2: Optimizar recursos presupuestales para cumplir funciones como órgano de</p>



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 10 de 30

<p>2. Incremento de la pobreza, expansión de la crisis económica nacional, y caída del crecimiento exige decisiones gubernamentales</p> <p>3. Alta rotación de personal directivo y ejecutivo en Foncodes genera riesgo e incertidumbre afectando el trabajo de comunicación e imagen</p> <p>4. Riesgo de politización de Foncodes -sede central y Unidades Territoriales, en el contexto de un año pre electoral y considerando</p> <p>5. Desastres naturales e inseguridad ciudadana impactan en gestión de proyectos e integridad de hogares usuarios</p>	<p>2+2: Promover las experiencias exitosas de lucha contra la pobreza y de la capacidad de resiliencia de los hogares usuarios ante adversidades del entorno</p> <p>3+3: Promover el cumplimiento de los objetivos de UCI y de Foncodes bajo los principios del profesionalismo con un enfoque participativo para una gestión efectiva</p> <p>4+4: Desarrollar resiliencia en UCI bajo los principios de la ética en la función pública y el Código de Ética y Conducta del Midis y sus Programas Nacionales, para continuidad de tareas, reduciendo riesgos de politización</p> <p>5+5: Desarrollar acciones comunicacionales articuladas con UU.TT. para enfrentar eventualidades de riesgos y daños por desastres naturales y/o inseguridad ciudadana, promoviendo la protección de los hogares usuarios.</p>	<p>apoyo a la gestión de Foncodes, con productos claves de comunicación e imagen en el contexto del incremento de la pobreza y la ampliación de las brechas de desigualdad económica</p> <p>3+3: Mejorar desempeño de equipo UCI con seminarios y talleres de capacitación y asistencia técnica.</p> <p>4+4: Prever recursos y acciones para renovación oportuna de licencias de software para UCI y garantizar tareas, reduciendo riesgos operativos ante condiciones adversas.</p> <p>5+5: Gestionar apoyo comunicacional a aliados estratégicos para brindar orientación e información a gestores y usuarios de proyectos de Foncodes.</p>
--	--	--

* Taller y consultas equipo UCI: 13 y 19-20 de febrero de 2024.

El análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Foncodes desde una mirada corporativa y comunicacional, y la construcción de la matriz correspondiente, se realizó en consulta con los integrantes de UCI. Los resultados de esta tarea se muestran en el cuadro superior, que en una primera parte identifica hechos y situaciones que corresponde a cada una de las cuatro opciones que brinda esta metodología, considerando el ambiente interno y el ambiente externo.

Luego se realizó el proceso de vinculación de cada una de estas en los cuadrantes de la matriz para definir qué supuestos maximizar y qué supuestos minimizar, de modo que nos permita definir las prioridades, el sentido y las orientaciones que han de tener los objetivos comunicacionales de carácter estratégico, primero; y táctico, después.

Es importante señalar que el análisis FODA es comunicacional, con un enfoque que pone en el centro de la atención las funciones y tareas de la Unidad de Comunicación e Imagen, tomando en cuenta a Foncodes como uno de los programas del MIDIS que tiene el objetivo prioritario (objetivo 3) de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030, en vigencia desde el año 2023.

Como resultado de la reflexión y el análisis de las fortalezas y oportunidades; de las debilidades y oportunidades; de las fortalezas y amenazas, y de las debilidades y amenazas, tenemos estrategias de supervivencia, adaptativas, defensivas y ofensivas.

5.3 ESTRATEGIAS OPERATIVAS COMO RESULTADOS DE LA MATRIZ FODA

Fortalezas y Oportunidades: maximizar + maximizar

E1: Aplicar experiencia de UCI y aprovechar los avances y logros de sus proyectos para realizar actividades y elaborar productos de comunicación e imagen.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 11 de 30

E2: Aprovechar conocimiento de realidad rural y de los proyectos de Foncodes para asistir con información de los medios de comunicación.

E3: Impulsar articulación y coordinación de UCI con áreas de prensa de gobiernos locales para ampliar la capacidad de incidencia en medios de comunicación y plataformas digitales.

E4: Aprovechar las oportunidades de las nuevas intervenciones de Foncodes con innovaciones y adaptación al cambio para destacar su aporte a lucha contra la pobreza.

E5: Capitalizar articulación con UU.TT. y Unidades Técnicas de Foncodes, y las coordinaciones con Midis, fomentando el modelo de Núcleo Ejecutor y sus ventajas en la gestión de proyectos.

Debilidades y Oportunidades: minimizar + maximizar

E6: Optimizar las funciones y tareas del equipo UCI para mejorar los resultados del trabajo articulado con Unidades Territoriales y Unidades Técnicas.

E7: Priorizar los productos y las actividades comunicaciones de UCI para atender oportunamente los requerimientos de los medios de comunicación regional y nacional.

E8: Construir relaciones de cooperación con gobiernos locales en donde opera Foncodes, para aprovechar oportunidades de comunicación y difusión para usuarios y actores del territorio, fortaleciendo la reputación institucional.

E9: Mejorar y ampliar soporte logístico de UCI para tareas en torno a nuevos proyectos de infraestructura anunciadas por el Gobierno.

E10: Fomentar coordinaciones de UU.TT. con gobiernos locales y sus oficinas de prensa para productos de prensa sobre intervención de Foncodes.

Fortalezas y Amenazas: maximizar + minimizar

E11: Desarrollar acciones para enfrentar los desafíos de las crisis políticas, alineadas a la misión institucional y a los intereses de los usuarios de los proyectos.

E12: Promover las experiencias exitosas de lucha contra la pobreza y de la capacidad de resiliencia de los hogares usuarios ante adversidades del entorno

E13: Promover el cumplimiento de los objetivos de UCI y de Foncodes bajo los principios del profesionalismo con un enfoque participativo para una gestión efectiva



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 12 de 30

E14: Desarrollar resiliencia en UCI bajo los principios de la ética en la función pública y el Código de Ética y Conducta del Midis y sus Programas Nacionales, para continuidad de tareas, reduciendo riesgos de politización.

E15: Desarrollar acciones comunicacionales articuladas con UU.TT. para enfrentar eventualidades de riesgos y daños por desastres naturales y/o inseguridad ciudadana, promoviendo la protección de los hogares usuarios.

Debilidades y Amenazas: minimizar + minimizar

E16: Preservar capacidades operativas de UCI en climas adversos para asegurar continuidad de funciones, priorizando y optimizando productos comunicacionales.

E17: Optimizar recursos presupuestales para cumplir funciones como órgano de apoyo a la gestión de Foncodes, con productos claves de comunicación e imagen en el contexto del incremento de la pobreza y la ampliación de las brechas de desigualdad económica

E18: Mejorar desempeño de equipo UCI con seminarios y talleres de capacitación y asistencia técnica.

E19: Prever recursos y acciones para renovación oportuna de licencias de software para UCI y garantizar tareas, reduciendo riesgos operativos ante condiciones adversas.

E20: Gestionar apoyo comunicacional a aliados estratégicos para brindar orientación e información a gestores y usuarios de proyectos financiados por Foncodes.

6. MARCO ESTRATÉGICO

6.1 OBJETIVOS GENERALES

Comunicación Externa

- Construir y fortalecer la identidad, imagen y buena reputación de Foncodes como programa eficiente y eficaz en la generación de oportunidades económicas sostenibles, y en los procesos de inclusión social para los hogares rurales pobres y pobres extremos mediante acciones, estrategias, mensajes claves, actividades y productos comunicacionales.
- Promover la buena reputación e imagen de Foncodes como programa del MIDIS que financia y gestiona proyectos y programas de manera eficiente, eficaz, transparente, participativa y articulada en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

Comunicación Interna



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



- Promover la identificación y compromiso de los servidores con la visión, misión y objetivos estratégicos de Foncodes y con sus valores institucionales, fortaleciendo el espíritu colaborativo de sus servidores en el marco de la ética en la función pública.
- Fortalecer entre los servidores el conocimiento sobre el rol de Foncodes como programa del MIDIS que contribuye a la inclusión económica de los hogares rurales y a la generación de oportunidades para enfrentar la pobreza.

6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Comunicación Externa

- *Generar, producir y difundir mensajes clave y productos comunicacionales que contribuyan al conocimiento, comprensión y valoración de la gestión e inversión del Foncodes y del Midis para la inclusión económica y social de la población rural, y en la lucha contra la pobreza y la desigualdad.*
- *Brindar información oportuna a los usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, autoridades, agentes económicos y sociales sobre la misión, objetivos, metas e impactos de la gestión e inversión de Foncodes, comunicando asimismo las experiencias exitosas de los usuarios de los proyectos que financia.*
- *Comunicar los logros de Foncodes a los usuarios, ciudadanos, aliados estratégicos con enfoque intercultural, equidad de género y de gestión de calidad.*
- *Impulsar el enfoque de comunicación para el desarrollo en el proceso de implementación de los proyectos que contribuyan al empoderamiento de los usuarios y de los Núcleos Ejecutores en los territorios intervenidos por Foncodes.*

Comunicación Interna

- *Propiciar la identidad institucional dirigida a integrar al conjunto de sus colaboradores en un clima de confianza y motivación, fomentando la participación en actividades orientadas a mejorar la cohesión interna.*
- *Comunicar y compartir entre los colaboradores los logros e impactos de los proyectos y programas financiados y gestionados por Foncodes con enfoque de género, interculturalidad y de gestión de calidad.*

6.3 CAMPOS DE INTERVENCIÓN COMUNICACIONAL

La UCI es el órgano de soporte responsable de planificar, organizar, conducir y supervisar la política y estrategia de comunicación, así como ejecutar las actividades de posicionamiento y difusión en el marco de los objetivos de Foncodes y los lineamientos del Midis. Son dos los componentes a desarrollar:

Comunicación Externa:

Está dirigida a públicos que no pertenecen a la institución y su objetivo es comunicar e informar a los ciudadanos a través de actividades de prensa,



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 14 de 30

promoción, difusión y de relaciones públicas para influir positivamente en el público externo.

En este marco y sobre la base de los lineamientos de la Dirección Ejecutiva de Foncodes, se plantean un conjunto de acciones, actividades y productos dirigidos a los grupos de público-objetivo para comunicar los logros, experiencias exitosas, gestiones y tareas de la organización. Se programa y ejecuta en coordinación con las Unidades de la Sede Central y de las Unidades Territoriales.

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN EXTERNA, EN COORDINACIÓN CON LAS UNIDADES DE LA SEDE CENTRAL Y UNIDADES TERRITORIALES
● Elaboración y difusión de material informativo y productos comunicacionales
● Cobertura periodística de actividades externas, para informar resultados de los proyectos y programas
● Gestión de la comunicación digital (Redes Sociales, portal web y otros)
● Actividades de relaciones públicas en general
● Elaborar y diseñar publicaciones del Programa por ejes temáticos y resultados de las intervenciones
● Servicio de orientación y atención al ciudadano a nivel nacional
● Evaluar los resultados de las actividades de comunicación externa a través de indicadores operativos y estratégicos para conocer los logros reales de la UCI
● Gestión del material informativo: memoria anual, libros folletos, trípticos, material gráfico, audiovisual y gestión de la web con enfoque intercultural y equidad de género
● Seguimiento del cumplimiento del Manual de Identidad Gráfica del Foncodes, alineado al Manual de Identidad Corporativa del Midis.
● Producción de materiales promocionales o de <i>merchandising</i> en los grupos objetivos.
● Ferias informativas y procesos de inducción a usuarios, ciudadanos y otros actores
● Diseño, desarrollo y distribución de <i>merchandising</i> (material de oficina, agendas, y otros)
● Presentación y entrega de resultados de la implementación de proyectos ante autoridades del Midis, del Poder Ejecutivo, del Poder Legislativo, medios de comunicación y otros grupos de interés.
● Gestión de interés e incidencia con <i>stakeholders</i> principales y secundarios, y medios de comunicación.
● Construir indicadores para medir y evaluar las actividades de comunicación corporativa

Comunicación Interna:

La comunicación interna se centra en el capital humano y en las actividades institucionales internas. Es un proceso que involucra e integra a la Alta Dirección, funcionarios y servidores de todos los niveles y su objetivo es promover la participación activa de todas en actividades y procesos para generar un clima organizacional de trabajo cordial y de confianza que acreciente el compromiso con la misión, visión, objetivos y valores institucionales, de modo que se fortalezcan las capacidades del Programa para que sus proyectos sean sostenibles.

Mejorar los procesos de comunicación interna es muy importante para Foncodes. Contribuye a elevar la productividad, eficiencia y eficacia de la institución, y, por ende,



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 15 de 30

alcanzar sus objetivos estratégicos y específicos. El Plan Operativo de Comunicación Interna define las acciones y tareas correspondientes, y se implementa en coordinación con la Unidad de Recursos Humanos, en el marco de la Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna aprobada por SERVIR.

ACTIVIDADES Y PRODUCTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA, EN COORDINACIÓN CON LA UNIDAD DE RECURSOS HUMANOS
● Diagnóstico de la cultura organizacional y de las necesidades de comunicación interna (URH y UCI).
● Evaluar los flujos de comunicación interna, las formas de dirigir y liderar, niveles de satisfacción, identificación y compromiso de los trabajadores (URH y UCI).
● Desarrollar estrategias orientadas a la reducción de los rumores y la comunicación informal (URH y UCI).
● Elaborar estrategias de difusión de políticas internas y transversales (Gestión de Calidad, Enfoques de Discapacidad y Género, Antisoborno, Control Interno, Interculturalidad, Neutralidad, Ética y otros dirigidos al personal del Programa (URH y UCI).
● Promover la comunicación interna a través de revistas, boletines, correo institucional, vitrinas e Intranet (URH y UCI), impulsando la identidad, sentido de pertenencia y compromiso institucional.
● Contribuir al fortalecimiento del sistema de información y gestión del conocimiento de contenidos institucionales (URH y UCI).
● Proponer un sistema de premios y reconocimientos que motiven al personal (URH y UCI).
● Alinear la cultura organizacional con la Misión y Visión, fortaleciendo aquellos rasgos que afirmen y reafirmen el compromiso con los objetivos institucionales (URH y UCI).
● Definir indicadores, medir y evaluar los resultados de las acciones aplicadas a la mejora de los procesos de comunicación interna (URH y UCI).
● Gestionar y organizar actividades conmemorativas, recreativas e informativas (URH y UCI).
● Cobertura de prensa de actividades institucionales internas (UCI).

7. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES

Las estrategias comunicacionales son el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico, que permiten definir tanto las tareas a realizar como el modo de cumplirlas, utilizando las herramientas de comunicación disponibles.

Las estrategias de comunicación son a la vez una decisión y una intención. Prioriza objetivos y valora la información disponible, tanto sobre el contenido como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación.

a) Estrategias de contenidos:

- Contenidos con géneros periodísticos y con formas discursivas (descriptivas, expositivas, argumentativas) diversificadas, según los grupos de público-objetivo interno y externo.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 16 de 30

- Contenidos competitivos (atractivos en el contexto de la información generada por las instituciones del Estado, y de interés periodístico) y oportunos entregados a los medios de comunicación, periodistas, líderes de opinión y autoridades gubernamentales y no gubernamentales.
- Contenidos de alta calidad, explícitos y amigables, elaborados de acuerdo a los grupos de público-objetivo, interno y externo, que reconozcan y respeten los enfoques de género, interculturalidad, y de desarrollo territorial local; desde una perspectiva que incorpore la política de inclusión social.
- Contenidos cuyos protagonistas sean principalmente usuarios y aliados de Foncodes, que relatan sus experiencias exitosas y los cambios en la vida de los hogares usuarios.
- Contenidos que fortalezcan conocimientos y promuevan actitudes favorables, habilidades y destrezas de los hogares en situación de pobreza y pobreza extrema para el desarrollo humano y familiar, el desarrollo local y la inclusión social.
- Contenidos que expresen el enfoque de género, enfoque intercultural y enfoque de desarrollo territorial rural en la perspectiva de construir ciudadanía, promover la igualdad de oportunidades, respeto y valoración de los pueblos y culturas originarias, y la promoción del desarrollo humano con participación y cogestión de los usuarios de los proyectos.

b) **Estrategias de gestión de medios y recursos:**

- Desarrollar el “enfoque de la comunicación 360°”, es decir, la integración coherente de la gestión comunicativa, con una perspectiva holística con mensajes que converjan en la fidelización de la población objetivo (usuarios, actores sociales, económicos y políticos) usando los recursos disponibles que contribuyan a la reputación institucional, lo que supone articular el frente interno y externo, para que se ayuden mutuamente en la socialización de los logros institucionales.
- Articular la gestión de medios con los recursos disponibles sobre la base de una selección apropiada de los canales de difusión; la elección de contenidos pertinentes respecto a las ventajas/desventajas de éstos; y el uso de los formatos/géneros, que puedan retribuir un impacto comunicacional mayor, incluyendo campañas informativas específicas.
- Evaluar el tiempo y la oportunidad de la intervención, y el monitoreo de las acciones a desarrollar, teniendo en cuenta la potencialidad y el alcance de los medios en las áreas rurales, y considerando, además:

Medios audiovisuales

Medios digitales

Medios de comunicación alternativos

Medios de apoyo

Medios de comunicación comunitaria

En este contexto, los canales de comunicación preferentes para las piezas de comunicación del Foncodes serán la radio, la televisión, las redes sociales e internet, y la prensa escrita, en ese orden, considerando los siguientes criterios en función de los grupos de público-objetivo:

1. La población objetivo mayoritaria de Foncodes habita en la zona rural de la sierra y la selva. Sus usuarios tienen mayor acceso a las radioemisoras como medio más directo y efectivo de información y comunicación.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 17 de 30

2. La televisión, hoy en día, es también un medio con una enorme capacidad de comunicación y aunque la colocación de los productos informativos es más restrictiva, se debe hacer incidencia para lograrlo, priorizando las estaciones de televisión local y regional.
3. Las redes sociales e internet, como parte de la comunicación digital, a la que se suma los aplicativos de telefonía móvil, principalmente WhatsApp, se han masificado. Por tanto, deben ser aprovechados como herramientas de comunicación.
4. La prensa escrita tiene la ventaja de que el mensaje comunicacional tenga mayor tiempo de exposición hacia el público objetivo y ahí radica su importancia. Tendrá también prioridad para los productos comunicacionales con contenidos más estructurados: notas de prensa, informes periódicos, crónicas, testimonios y reportajes.

c) **Estrategias de comunicación macro regional**

La UCI de Foncodes ha diseñado también una estrategia de comunicación macro regional, para gestionar el trabajo del área de manera descentralizada, fortaleciendo la relación con los trabajadores de las Unidades Territoriales, acercándonos mejor a los usuarios, aliados estratégicos y ciudadanos.

Esta estrategia articula acciones de la UCI con las tareas que desarrolla la institución a nivel nacional y eso supone actuar desde el territorio, en coherencia con el diseño descentralizado de la institución, coordinando acciones y tareas con las Unidades Territoriales:

Zona Norte: Tumbes, Piura, Chiclayo, Trujillo, Cajamarca, Chachapoyas, Iquitos y Tarapoto.

Zona Centro: La Merced, Ayacucho, Huánuco, Huaraz, Huancavelica, Cerro de Pasco, Lima, Ica, Chimbote, Huancayo.

Zona Sur: Abancay, Arequipa, Moquegua, Tacna, Puno, Puerto Maldonado, Pucallpa, Cusco.

d) **Estrategias de comunicación interpersonal**

En el marco del Servicio de Atención al Ciudadano a cargo de la UCI, los profesionales y técnicos que realizan esta tarea cumplen una labor importantísima de comunicación interpersonal con los ciudadanos y autoridades, usuarios y no usuarios de los proyectos y servicios de Foncodes.

Los canales de atención al ciudadano (plataformas consultivas, de quejas y reclamos, teléfono, correo y atención presencial) son herramientas y a la vez una estrategia valiosa para la comunicación interna y comunicación externa. De este modo, la labor de comunicación e imagen de manera sostenida y articulada en todo el país, contribuirá a la reputación institucional.

e) **Estrategias para la comunicación externa**

- Construcción y fortalecimiento de la identidad e imagen sobre la base de los logros de sus Unidades Territoriales, las orientaciones y lineamientos de la alta dirección de Foncodes y el buen desempeño de sus colaboradores.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social

Viceministerio de
Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación
para el Desarrollo Social
FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 18 de 30

- Socializar y difundir los productos comunicacionales que muestren los procesos de inclusión social y económica como resultado de los proyectos financiados y gestionados por Foncodes, articulando las intervenciones y gestiones con comunicadores de los gobiernos locales, líderes de opinión, líderes comunales y medios de comunicación.
- Consolidación de la relación Foncodes - medios de comunicación y periodistas mediante acciones de cabildeo y en base a los principios de transparencia, probidad, responsabilidad e independencia, respetando la libertad de prensa y de opinión, y cumpliendo las normas del Código de Ética de la Función Pública y el Código de Ética del Midis.
- Priorizar su intervención externa en medios televisivo y radial, especialmente en el ámbito de sus Unidades Territoriales, y construir una imagen positiva de la institución mediante las experiencias exitosas de sus usuarios y la gestión descentralizada de las tareas y acciones de comunicación, prensa e imagen.
- Los protagonistas principales de los productos de comunicación del Foncodes son los usuarios de sus proyectos. Darle voz a los usuarios para que cuenten sus historias y experiencias es una estrategia pertinente que ayuda a tener acceso a los medios de comunicación tradicionales y a las redes sociales.
- Satisfacer la demanda de información, consultas, pedidos, quejas y denuncias de los ciudadanos, líderes y autoridades a través del Servicio de Atención al Ciudadano gestionado por la UCI en concordancia con los lineamientos para la atención al ciudadano de la Dirección General de
- Calidad de Prestaciones Sociales del MIDIS.

f) **Estrategias para la comunicación interna**

- Construcción y fortalecimiento de la identidad institucional mediante un trabajo coordinado con la alta dirección de Foncodes, la Unidad de Recursos Humanos, Unidades de la Sede Central, Unidades Territoriales, agentes profesionales y técnicos y colaboradores.
- La institucionalización de espacios y canales de participación, consulta y comunicación de decisiones de trascendencia institucional de manera oportuna, para facilitar el acercamiento entre funcionarios y servidores, promover la cohesión interna e incentivar el espíritu colaborativo de los servidores del Programa, tarea que debe liderar la Unidad de Recursos Humanos con el apoyo de UCI.
- Las actividades conmemorativas oficiales, y las actividades de esparcimiento y socialización, estarán acompañadas cuando sea pertinente, de la participación de los colaboradores con habilidades creativas y/o artísticas para lo cual se coordinará con las Unidades involucradas.
- Establecer y promover la entrega de estímulos y reconocimientos para los trabajadores por la realización de acciones extraordinarias que impliquen beneficio para la institución.
- Sobre las plataformas del Servicio de Atención al Ciudadano que gestiona la UCI, intensificar los vínculos con las Unidades Territoriales y Unidades Técnicas coordinando y gestionando consultas informativas, con acciones que muestren el interés sobre su trabajo, canalizando los resultados de la gestión de estas áreas.

g) **Estrategias de la comunicación audiovisual**



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 19 de 30

Los recursos audiovisuales se han convertido en una práctica de uso permanente en los ciudadanos. La facilidad tecnológica y la inmediatez a la información hacen más asequible este recurso, ello permite tener una gran variedad de posibilidades y plataformas de difusión de videos para generar y publicar contenidos atractivos e interactivos con nuestro público objetivo. En este contexto la estrategia de comunicación audiovisual, en el Plan tiene el objetivo de contribuir en la difusión de los resultados, actividades y logros de las diversas intervenciones del Programa en sus dos componentes de la CE y CI, para fortalecer la identidad, imagen y buena reputación que tiene Foncodes.

- Cobertura audiovisual de las actividades institucionales recogiendo imágenes de calidad y testimonios de usuarios que sirvan como insumo para la elaboración de piezas audiovisuales.
- Productos audiovisuales (videos cortos, micro noticieros, testimonios, con mensajes claros y de calidad con tiempo duración en base a la tasa de retención (tiempo de visualización media) de acuerdo a la plataforma de difusión, con el fin de obtener los resultados comunicativos que buscamos.
- El estilo de cada pieza audiovisual dependerá del *target* (público objetivo) al que nos dirigimos, ya sea informativo, publicitario, *teasers*, de capacitación, tutoriales o piezas para medios televisivos.
- El formato dependerá de la plataforma de difusión. Es importante indicar que el consumo de nuestros contenidos ocurre vía multiplataforma; por ello, las piezas comunicacionales serán creadas en diversos formatos y resoluciones para que nuestro contenido pueda ser visto en cualquier dispositivo de comunicación (teléfonos celulares, *tablets*, laptop).
- Bajo la perspectiva de la mejora continua, la producción audiovisual siempre estará en proceso de evaluación tanto interna como externa, para ello el principal repositorio de los videos producidos será YouTube, debido a que esta red social permite conocer la cantidad de visualizaciones para medir el éxito de nuestros videos.
- La creación de productos audiovisuales se ha convertido en herramienta de comunicación corporativa garantizada, por ello, el video marketing se usará como un tipo de campaña en redes sociales (estrategia digital) con el fin de posicionar a la institución y lograr los objetivos que nos hemos propuesto.

8. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA

a) Productos comunicacionales

Los productos o piezas comunicacionales son los materiales de trabajo que producirá y utilizará la UCI del Foncodes para difundir los contenidos institucionales, contribuyendo a construir, mantener, desarrollar y ampliar la reputación institucional.

1. Síntesis informativa (reporte de noticias y mensajes de Foncodes y del Midis)
2. Notas de prensa
3. Reportajes escritos
4. Reportajes audiovisuales
5. Reportajes radiales
6. Entrevistas para voceros institucionales (sede central y unidades territoriales)
7. Entrevistas a jefes de unidades territoriales a cargo de equipo UCI
8. Micro noticiero audiovisual
9. Entrevistas audiovisuales



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 20 de 30

10. Notas Informativas de comunicación interna
11. Spots radiales de contenidos institucionales
12. Textos y audios para el micro noticiero radial
13. Video institucional
14. Videos de actividades institucionales para medios de comunicación
15. Videos instructivos e informativos de los proyectos de Foncodes
16. Videos testimoniales y promocionales de usuarios y emprendedores
17. Boletines digitales de comunicación interna y externa
18. Diseño del panel de obra y placa recordatoria
19. Trípticos institucionales de Foncodes y sus proyectos
20. Memoria de Gestión Institucional
21. Libro de historias de éxito
22. Banners informativos
23. Vitrinas Informativas en Sede Central y Unidades Territoriales
24. Backing (soporte)
25. Afiches informativos en formato A3
26. Gestión y administración del portal Gob.pe, página Web y Portal de Transparencia Estándar
27. Contenidos de Redes Sociales: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y YouTube

b) Actividades comunicacionales

1. Difusión de notas de prensa a medios de comunicación y portales digitales
2. Reuniones informativas con grupos de público-objetivo descentralizadas
3. Enlaces con medios de comunicación en actividades institucionales externas
4. Visitas guiadas de campo con periodistas
5. Gestión de entrevistas con medios para voceros del Programa
6. Participación en las ferias informativas y de servicios de los programas del MIDIS.
7. Charlas Informativas con jefes de Unidades Técnicas y colaboradores.
8. Conferencias de Prensa
9. Cobertura periodística, registro audiovisual y fotográfico
10. Reuniones de UCI con Unidades Técnicas
11. Reuniones de Dirección Ejecutiva con servidores
12. Jornadas de inducción sobre comunicación a jefes de Unidades Territoriales.
13. Talleres de *Media Training* a los voceros principales y voceros alternos
14. Servicio de Atención al Ciudadano, Gestión de Reclamos y Denuncias
15. Difusión de testimonios de usuarios, NEC, alcaldes y autoridades comunales
16. Visita a hogares usuarios de los proyectos Haku Wiñay/Noa Jayatai
17. Viajes para recopilación de testimonios de usuarios.

9. INDICADORES DE PRODUCTOS E INDICADORES EMBLEMÁTICOS

PRINCIPALES INDICADORES DE PRODUCTOS

a) Indicadores de Comunicación Externa:

- Número de notas de prensa, reportajes escritos y reportajes audiovisuales producidos por trimestre, semestre y por año.
- Número de noticias positivas y negativas publicadas por medios de comunicación
- Número de ediciones de micro noticiero audiovisual "Foncodes Noticias"
- Número de ediciones de programa de entrevistas "Foncodes La Entrevista"
- Número de seguidores en redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, TikTok
- Número de visualizaciones del Canal YouTube de Foncodes
- Número de ediciones del boletín externo "Evidencias".



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 21 de 30

b) **Indicadores de Comunicación Interna:**

- Número ediciones del producto Síntesis Informativa
- Número de ediciones del boletín interno "Foncodes te informa"
- Número de servidores que conocen la misión, visión y objetivos del Programa
- Numero de mensajes (gráficas ilustrativas) sobre políticas y normas en la gestión

INDICADORES EMBLEMÁTICOS DE REPORTE TRIMESTRAL DE LA UCI

Nº	PRODUCTOS / ACTIVIDADES	OBJETIVO / DESCRIPCIÓN	INDICADOR META
1	Reportajes y notas especiales en periódicos impresos y digitales sobre los logros de proyectos financiados por Foncodes	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre los usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos, y sociedad civil.	Número de reportajes escritos publicados en medios impresos y digitales
2	Reportajes e informes audiovisuales sobre los logros de los proyectos financiados por Foncodes en medios audiovisuales	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de reportajes e informes audiovisuales publicados en medios
3	Micro noticiero audiovisual "Foncodes informa"	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de micro noticieros producidos y difundidos
4	Compilación y publicación de testimonios e historias de éxito de usuarios de los proyectos	Comunicar y difundir los logros de Foncodes y las experiencias exitosas de los usuarios de los proyectos	Número de videos testimoniales producidos, editados y difundidos Número de publicaciones impresas
5	Notas de Prensa producidas	Comunicar y difundir las actividades de Foncodes y de sus proyectos	Número de notas prensa producidas
6	Noticias difundidas por medios (impresos y digitales)	Comunicar y difundir las actividades de Foncodes y de sus proyectos	Número de noticias positivas publicadas en los medios
7	Entrega de información del Programa y sus proyectos a través de las plataformas de Atención al Ciudadano	Atención y entrega de información de Foncodes sus proyectos	Número de consultas informativas atendidas
8	Gestión de Redes Sociales y sus seguidores de acuerdo a plataformas digitales	Fortalecer y mejorar la imagen y reputación institucional entre usuarios, ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos, políticos y sociedad civil.	Número de seguidores de las cuentas de Foncodes: Facebook, Instagram y Twitter



PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social

Viceministerio de
Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación
para el Desarrollo Social
FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 22 de 30

9	Gestión de Redes Sociales con información de actividades y resultados del Foncodes	Comunicar y difundir las actividades internas y externas de Foncodes	Reporte estadístico mensual
10	Productos audiovisuales con enfoque intercultural	Videos y audios en idiomas nativos de la sierra y selva	Número de productos comunicacionales con enfoque intercultural

10. PRESUPUESTO DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN E IMAGEN

Para el cumplimiento de los Planes Operativos de Comunicación Externa y Comunicación Externa del Plan de Comunicaciones 2024, incluyendo remuneraciones del personal el presupuesto asignado para UCI asciende a setecientos treintiumil noventa y ocho soles (s/ 731,098.00)

Dirección General de Presupuesto Público - DGPP
Versión: 240404

Fecha: 12/06/2024
Hora: 11:17:03
Página: 1 de 1

PROCESO PRESUPUESTARIO DEL AÑO 2024 RESUMEN DEL MARCO PRESUPUESTAL Y LA EJECUCIÓN DEL GASTO DEL MES DE ENERO A JUNIO (EN SOLES)

SECTOR: 40 - DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL
PLIEGO: 040 - MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL
UNIDAD EJECUTORA: 004 - MIDIS- FONDO DE COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO SOCIAL - FONCODES (001427)

RUBRO DE FINANCIAMIENTO	(PIA)	PIM (a)	CERTIFICACIÓN (b)	COMPROMISO ANUAL (c)	DEVENGADO (d)	SALDO P.M. - CERTIFICACIÓN (e = a - b)	SALDO P.M. - COMPROMISO (f = a - c)	SALDO P.M. - DEVENGADO (g = a - d)	% Avance (h = d / a)
00 RECURSOS ORDINARIOS									
0126 9001 3999999 5000003 GESTION ADMINISTRATIVA 23 006 0008									
Meta: 00003 - 0072183 ACCIONES DE PRENSA, IMAGEN Y PROTOCOLO; ACCION: 12.000; LIMA, LIMA, SAN ISIDRO									
5 GASTOS CORRIENTES	588,098	731,098	655,628.30	643,125.40	307,652.82	75,469.70	87,972.60	423,445.18	42.08 %
2.1.1 1.1 4 PERSONAL CON CONTRATO A PLAZO INDETERMINADO (REGIMEN)	43,843	43,843	43,843.00	43,843.00	14,265.11			29,577.89	32.54 %
2.1.1 9.1 1 GRATIFICACIONES	7,965	7,965	7,965.00	7,965.00				7,965.00	0.00 %
2.1.1 9.1 3 BONIFICACION POR ESCOLARIDAD	400	400	400.00	400.00	400.00				100.00 %
2.1.1 9.1 4 AGUINALDOS DE CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS	3,000	3,000	3,000.00	3,000.00				3,000.00	0.00 %
2.1.1 13.1 2 CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS - TRANSITORIO	411,852	411,852	411,852.00	411,852.00	172,900.64			239,351.36	41.88 %
2.1.3 1.1 13 CONTRIBUCIONES A ESSALUD DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO	3,946	3,946	3,946.00	3,946.00	960.16			2,985.84	24.33 %
2.1.3 1.1 15 CONTRIBUCIONES A ESSALUD DE CONTRATO ADMINISTRATIVO DE	12,029	12,029	12,029.00	12,029.00	5,214.45			6,814.55	43.35 %
2.1.4 1.1 1 COMPENSACION POR TIEMPO DE SERVICIOS DEL REGIMEN	4,263	4,263	4,263.00	4,263.00	1,785.06			2,477.94	41.87 %
2.3.1 1.1 1 ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO HUMANO	500	500				500.00	500.00		0.00 %
2.3.1 5.1 2 PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	2,000	2,000				2,000.00	2,000.00		0.00 %
2.3.2 1.2 1 PASAJES Y GASTOS DE TRANSPORTE	28,000	28,000	16,430.30	16,340.30	14,660.30	11,569.70	11,659.70	13,339.70	52.36 %
2.3.2 1.2 2 VIATICOS Y ASIGNACIONES POR COMISION DE SERVICIO	30,000	30,000	24,000.00	23,587.10	12,267.10	6,000.00	6,412.90	17,732.90	40.89 %
2.3.2 1.2 99 OTROS GASTOS	300	300	300.00	300.00				300.00	0.00 %
2.3.2 7.11 6 SERVICIO DE IMPRESIONES, ENCUADERNACION Y EMPASTADO	20,000	20,000	13,600.00	13,600.00	13,600.00	6,400.00	6,400.00	6,400.00	68.00 %
2.3.2 7.11 99 SERVICIOS DIVERSOS	20,000	20,000	102,000.00	102,000.00	72,000.00			30,000.00	70.59 %
2.3.2 9.1 1 LOCACION DE SERVICIOS REALIZADOS POR PERSONA NATURAL	61,000	61,000	12,000.00			49,000.00	61,000.00	61,000.00	0.00 %
TOTAL META 0126	588,098	731,098	655,628.30	643,125.40	307,652.82	75,469.70	87,972.60	423,445.18	42.08 %
TOTAL RUBRO DE FINANCIAMIENTO 00	588,098	731,098	655,628.30	643,125.40	307,652.82	75,469.70	87,972.60	423,445.18	42.08 %
TOTAL UNIDAD EJECUTORA 004:									
	588,098	731,098	655,628.30	643,125.40	307,652.82	75,469.70	87,972.60	423,445.18	42.08 %

Fuente: Consulta amigable MEF

11. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y evaluación del Plan de Comunicaciones 2024 se realiza trimestral y semestralmente bajo indicadores de verificación del cumplimiento de las metas, reportando sus avances y logros a la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización como evaluación del Plan Operativo Institucional de Foncodes, realizando los ajustes necesarios en la cadena de actividades. Adicionalmente se realiza una evaluación semestral y una evaluación anual bajo indicadores de productos y efectos. En esta línea de consideraciones, la evaluación sobre la base de los mismos indicadores, también contribuirá a mejorar el manejo de crisis, así como elevar sugerencias y recomendaciones a la Alta Dirección de Foncodes o a los voceros que se designen para lograr el posicionamiento y la mejora de la reputación institucional, en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social.

ANEXO 1 : MENSAJES CLAVES DE FONCODES Y MIDIS

Los mensajes claves resumen el propósito de Foncodes en relación con el cumplimiento de su mandato misional, y son insumos intrínsecos de sus productos comunicacionales.

El proyecto Haku Wiñay/Noa Jayatai con su propósito de inclusión económica y desarrollo productivo es clave, especialmente cuando hoy afrontamos mayores niveles de pobreza y pobreza extrema como consecuencia de la pandemia del coronavirus y los retrocesos de la economía mundial, la crisis de gobernabilidad reciente, la coyuntura política y su impacto en los indicadores socioeconómicos. Los productos comunicacionales con mensajes claves llegarán mejor a nuestras audiencias (el público interno y externo, entre ellos los *stakeholders* que se desempeñan como aliados estratégicos) a través de las diversas plataformas comunicacionales: medios digitales y las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y TikTok) y también los medios tradicionales de alcance nacional como la televisión, radio y los periódicos impresos.

Estos mensajes claves vinculados a Foncodes fueron validados en consulta con la Unidad de Gestión de Proyectos Productivos, Unidad de Gestión de Proyectos de Infraestructura, Unidad de Gestión de Proyectos Especiales y la Unidad de Planeamiento, Presupuesto y Modernización:

Mensajes claves de comunicación general de Foncodes

- ✓ *Foncodes, programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, trabaja para la inclusión económica y social de los hogares rurales, en el marco de la estrategia nacional "Incluir para Crecer" del Midis.*
- ✓ *Foncodes, programa del Midis, contribuye a la generación de oportunidades económicas sostenibles y al desarrollo social de los hogares en situación de pobreza y pobreza extrema de las zonas rurales y urbanas en alianza con los actores locales.*
- ✓ *El Núcleo Ejecutor es un modelo de gestión comunitaria de Foncodes que promueve la participación ciudadana y la transparencia en el uso de los recursos del Estado, contribuyendo al desarrollo y sostenibilidad de los proyectos.*
- ✓ *Foncodes contribuye al desarrollo territorial rural, financiando proyectos de desarrollo de capacidades productivas y emprendimientos rurales, proyectos de infraestructura social y económica, y proyectos especiales por encargo del Estado.*
- ✓ *Foncodes promueve la inclusión económica, social y productiva para el bienestar y desarrollo de las familias rurales en condición de pobreza y vulnerabilidad, promoviendo la igualdad de oportunidades, el respeto a las culturas y comunidades nativas, y el desarrollo rural territorial.*
- ✓ *Foncodes es un programa social del Midis y de todos los peruanos. Mantiene y promueve la neutralidad y transparencia en procesos electorales y en periodos no electorales.*

Mensajes claves de comunicación para líneas de intervención de Foncodes

- ✓ *Haku Wiñay y Noa Jayatai (Vamos a Crecer) de Foncodes, programa nacional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, promueve la seguridad alimentaria y el incremento y diversificación de los ingresos autónomos a través del desarrollo de capacidades productivas y de emprendimientos de los hogares rurales en la sierra y selva.*
- ✓ *Los yachachiq, maestros campesinos que saben y enseñan lo que saben, implementan los componentes del proyecto Haku Wiñay/ Noa Jayatai, brindando asistencia técnica y capacitación en tecnologías productivas, acompañando a las familias en los procesos de instalación uso y mantenimiento de las innovaciones tecnológicas.*

	PERÚ	Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social	Viceministerio de Prestaciones Sociales	Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES	
Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.					Fecha de aprobación: / 02 / 2024
					Página 25 de 30

- ✓ *Foncodes articula su intervención con otros sectores para facilitar de manera complementaria el acceso a servicios públicos de calidad.*
- ✓ *Foncodes gestiona la adquisición de bienes para el Estado, mediante el programa Compras a MYPERú en alianza con el Ministerio de la Producción y otros sectores para impulsar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, y fomentar el dinamismo económico y el empleo temporal.*
- ✓ *Foncodes gestiona la ejecución del proyecto Residencias Estudiantiles para instituciones educativas públicas en intervención articulada con el Ministerio de Educación, con el propósito de asegurar la continuidad de los estudios secundarios en zonas alejadas de la sierra y selva.*
- ✓ *Foncodes implementa el proyecto Mi Emprendimiento Mujer para generar oportunidades económicas en hogares usuarios de comedores populares y ollas comunes orientado a para incrementar y diversificar los ingresos monetarios para enfrentar la pobreza urbana en Lima metropolitana.*
- ✓ *El Proyecto “Mi Emprendimiento Mujer” busca mejorar la situación económica de las mujeres socias de las Organizaciones Sociales de Base (Comedores Populares y Ollas Comunes), en cuatro distritos de Lima Metropolitana, a través del desarrollo de sus capacidades, la dotación de activos que les permita desarrollar emprendimientos y la realización de actividades vinculadas a la articulación al mercado.*
- ✓ *El proyecto “Mi Emprendimiento Mujer” mejorará las capacidades de mujeres (conocimientos y habilidades), entregando pequeños activos en cada emprendimiento y realizando actividades que mejoren la articulación al mercado, para que dichos emprendimientos sean sostenibles y se posicionen adecuadamente en el mercado, generando ingresos monetarios autónomos.*

Mensajes claves de comunicación del sector Midis

- ✓ *El Midis es el ente rector de las políticas sociales del Estado y tiene la tarea de garantizar que las políticas y programas sociales de los diferentes sectores y niveles de gobierno actúen de manera coordinada y articulada para cerrar las brechas de acceso a servicios públicos universales de calidad y de acceso a las oportunidades que permite el crecimiento económico.*
- ✓ *El Midis trabaja en el marco de la Política Nacional de Desarrollo e Inclusión Social al 2030 con el enfoque del ciclo de vida de las personas para reducir la pobreza, la vulnerabilidad y las brechas de la desigualdad, ampliando las oportunidades económicas y sociales.*
- ✓ *El Midis trabaja para mejorar la calidad de vida de la población en situación de vulnerabilidad y pobreza, promoviendo el ejercicio de sus derechos, el acceso a oportunidades y al desarrollo de sus propias capacidades.*

ANEXO 02: DOCUMENTOS DE GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA E INTERNA DE FONCODES

- **PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN EXTERNA (MATRIZ DE PRODUCTOS Y ACTIVIDADES, Y SUS INDICADORES)**

El Plan Operativo de Comunicación Externa, contempla actividades y tareas previstas a implementarse a lo largo del año 2024, alineado a las estrategias, objetivos y mensajes clave para comunicar e informar a los medios de comunicación, ciudadanos, instituciones, funcionarios y autoridades, públicos y privados sobre las experiencias exitosas, los logros y avances del Programa en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, metas y compromisos, todo ello en el marco de los lineamientos del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social. (Ver Anexo 1).

- **PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA (MATRIZ DE PRODUCTOS Y ACTIVIDADES, Y SUS INDICADORES)**

El Plan Operativo de Comunicación Interna, está orientado a los servidores de todos los niveles de la institución, de la Sede Central y Unidades Territoriales y tiene el propósito de lograr que estos se sientan protagonistas de la misión y visión del Programa, participando desde sus posiciones, en los procesos que suponen el cumplimiento de sus actividades, compromisos y metas para el año 2024. Se implementa en coordinación con la Unidad de Recursos Humanos. (Ver Anexo 2).

- **MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA DE FONCODES**

Unidad y coherencia son dos aspectos fundamentales en los procesos de comunicación que ayudan a construir la identidad de la organización. Esta identidad, está asociada a los fines y objetivos del programa. La Unidad de Comunicación e Imagen ha elaborado un Manual de Identidad Gráfica para desarrollar su imagen visual en sus productos y actividades internas y externas, en coherencia con el Manual de Identidad Gráfica Institucional del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y el Manual de Uso de Logo del Gobierno del Perú.

- **DIRECTIVA DE COMUNICACIÓN DE CRISIS Y VOCERIA**

La Directiva de Comunicación de Crisis y Voceros de Foncodes, establece los procedimientos para enfrentar eventualidades que afectan o pueden afectar la reputación institucional, las acciones a tomar para la prevención y atención de la crisis, así como las actividades orientadas a restaurar los daños ocasionados a la imagen y posicionamiento del Programa. Así como a mejorar las relaciones con los periodistas y medios de comunicación, preservar la buena imagen y mejorar la reputación de la entidad. Comprende un conjunto de principios básicos y recomendaciones que deben tomarse en cuenta desde la Alta Dirección hasta los funcionarios de las Unidades Territoriales en el marco de sus niveles de responsabilidad y de las tareas de informar y comunicar los resultados del Sector y el Programa.

- **DIRECTIVA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO**

La Unidad de Comunicación e Imagen, tiene a su cargo como uno de sus procesos operativos, el Servicio de Atención al Ciudadano en el marco de los lineamientos de la política de gestión de la calidad de Foncodes y de las orientaciones de la Dirección General de Calidad de Prestaciones Sociales del MIDIS. La UCI para mejorar este servicio, formula una Directiva específica para este proceso operativo en el que presenta el Protocolo de Atención al ciudadano, considerando los casos preferenciales, consideraciones y prohibiciones.



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 27 de 30

ANEXO 3. Cronograma de productos y actividades del Plan Operativo de Comunicación Externa 2024

PRODUCTOS COMUNICACIONALES		META ANUAL PROGRAMADA	PROGRAMADO																TOTAL ABSOLUTO PROGRAMADO			TOTAL PORCENTUAL			
			I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	META ANUAL PROGRAMADA	% DE CUMPLIMIENTO PROGRAMADO			
			ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL							
Notas de Prensa, producidas y difundidas		125				20					30					40					35	50	75	125	
Noticias	Noticias: Medios impresos y digitales	800				140					220					260					180	360	440	800	
	Noticias: Televisión y canales digitales	50				10					10					15					15	20	30	50	
	Noticias: Radio	15				2					4					6					3	6	9	15	
TOTAL NOTICIAS																									
Entrevistas	Entrevista a voceros: Medios impresos y digitales	8				1					2					4					1	3	5	8	
	Entrevista a voceros: Televisión y canales digitales	10				2					3					4					1	5	5	10	
	Entrevista a voceros: Radio	10				2					2					4					2	4	6	10	
Reportajes	Reportajes: Medios impresos y digitales	15				2					4					6					3	6	9	15	
	Reportajes: Televisión	18				2					4					8					4	6	12	20	
	Reportajes: Radio	5				1					1					2					1	2	3	5	
TOTAL ENTREVISTAS Y REPORTAJES																									
Programa informativo audiovisual		18				0					6					6					6	6	12	18	
Programa de entrevistas audiovisuales		18				0					6					6					6	6	12	18	
Videos promocionales de usuarios y de actividades del proyecto Haku Wifaq/Noa Jagatai y producidos y difundidos por UCI		20				3					6					6					5	9	11	20	
Videos testimoniales producidos y difundidos por UCI		40	5	3		10					10					12					8	20	20	40	
Videos informativos de actividades realizadas por Foncodes		60	12	12		16					16					18					10	32	28	60	
Material de capacitación audiovisual y/o videos instructivos		10	0	1		2					2					4					2	4	6	10	
Material audiovisual editado de actividades para difusión: reel para medios		30	2	0		6					8					8					8	14	16	30	



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 28 de 30

TOTAL VIDEOS Y PRODUCTOS AUDIOVISUALES																				
Productos comunicacionales con enfoque intercultural (todos los formatos)		6			1			2			2			1	3	3	6			
Productos comunicacionales con enfoque de género (todos los formatos)		6			1			2			2			1	3	3	6			
Productos comunicacionales con enfoque de discapacidad (todos los formatos)		6			1			2			2			1	3	3	6			
Mensajes en Redes Sociales de Foncodes (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) publicados		2,800	401	521	700			700			700			700	1,400	1,400	2,800			
Gestión de Redes Sociales (Indicadores de nuevos seguidores)	Seguidores de Facebook Foncodes	10,500	1,134	1,284	2,625			2,625			2,625			2,625	5,250	5,250	10,500			
	Seguidores de Twitter Foncodes	2,000	161	139	400			500			600			500	900	1,100	2,000			
	Seguidores de Instagram Foncodes	3,000	196	185	650			750			850			750	1,400	1,600	3,000			
	Seguidores Tik Tok Foncodes	500	21	43	110			125			140			125	235	265	500			
	Visualizaciones de videos de canal de Foncodes en YouTube	150,000			35,500			37,500			39,500			37,500	73,000	77,000	150,000			
Producción, diseño, y difusión de Boletín Digital de Comunicación Externa "EVIDENCIAS"		40			8			10			12			10	18	22	40			
Diseño gráfico: gráficas para productos comunicacionales con contenidos para difusión de mensajes externos, y para Redes Sociales de Foncodes (Facebook, twitter e historias)	GRÁFICAS PARA BANNERS informativos digitales para intranet, página web institucional, portal Gob.pe, mensajes Pop Up y otros.	10			2			2			4			2	4	6	10			
	GRÁFICAS PARA MENSAJES de contenidos (mensajes) y para productos informativos, y por efemérides	30			6			8			12			4	14	16	30			
	GRÁFICAS PARA REPORTES DE NOTICIAS "FONCODES en los medios" (recortes de noticias de medios a nivel nacional).	300			60			75			90			75	135	165	300			
	GRÁFICAS PARA NOTAS DE PRENSA: titulares y fotografía ilustrativa para linkear notas de prensa del portal web en Redes Sociales	125			20			30			40			35	50	135	125			



PERÚ

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

Viceministerio de Prestaciones Sociales

Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social FONCODES



Plan de Comunicaciones 2024, versión 1.

Fecha de aprobación: / 02 / 2024

Página 29 de 30

TOTAL DE PIEZAS GRÁFICAS DISEÑADAS																					
Edición, diseño, diagramación y publicación de memoria, libros, revistas y folletos digitales e impresos: 1. Memoria de Gestión Institucional 2023 2. Revista Institucional "EVIDENCIAS" 33 Años de FONCODES 3. Libro: Diez años de Haku Wiñay/Noa Jayatai como Programa Presupuestal 4. Evaluación de ERIS de Cusco y Puno- Foncodes/Proyecto Andes Resilientes 5. Evaluación Externa a Programa Haku Wiñay/Noa Jayatai	5				0				2									1	2	3	5
ACTIVIDADES COMUNICACIONALES	META ANUAL PROGRAMADA	I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	Total 2do SEMESTRE	META ANUAL PROGRAMADA	TOTAL PORCENTUAL
		ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL				
Visitas guiadas con periodistas a proyectos y hogares usuarios para reportajes e informes especiales	8				0				2				4				2	2	6	8	
Organización de Conferencia de Prensa (Dirección Ejecutiva y Jefes de UUTT).	10				2				2				4				2	4	6	10	
Cobertura periodística de UCI de actividades externas del Programa (directas y gestionadas con aliados)	De acuerdo a coyuntura				x				x				x				x	x	x	x	

ANEXO 4
Cronograma de productos y actividades del Plan Operativo de Comunicación Interna 2024

Cuadro N° 2																							
PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIÓN INTERNA 2024																							
	PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	UNIDAD DE MEDIDA	META PROGRAMADA	PROGRAMADO																TOTAL ABSOLUTO PROGRAMADO			TOTAL PORCENTUAL
				I TRIMESTRE				II TRIMESTRE				III TRIMESTRE				IV TRIMESTRE				TOTAL 1er. SEMESTRE	TOTAL 2do. SEMESTRE	TOTAL META PROGRAMADA	% DE CUMPLIMIENTO
				ENE	FEB	MAR	TOTAL	ABR	MAY	JUN	TOTAL	JUL	AGO	SET	TOTAL	OCT	NOV	DIC	TOTAL				
I N F O R M A R	SÍNTESIS INFORMATIVA (UCI)	Número de ediciones	246				61				63				62				62	124	122	246	
	DIFUSIÓN DE NORMAS LEGALES, CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DEL MIDIS, CONTROL INTERNO, POLÍTICA ANTISOBORNO, PLATAFORMA DIGITAL DE DENUNCIAS DEL CIUDADANO, NEUTRALIDAD Y TRANSPARENCIA Y OTROS MENSAJES	Número de ediciones	246				61				63				62				62	124	122	246	
	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS DE FONCODES, Y DE SUS PROYECTOS Y PROGRAMAS; LOGROS DE UNIDADES TERRITORIALES, UNIDADES TÉCNICAS Y DIRECCIÓN EJECUTIVA MEDIANTE MENSAJES ESPECIALES Y/O PIEZAS GRÁFICAS	Número de mensajes / piezas gráficas	10				2				2				4				2	4	6	10	
	BOLETÍN DIGITAL INTERNO "FONCODES TE INFORMA"	Número de ediciones	18				2				6				6				4	8	10	18	
	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE GRÁFICAS DE SENSIBILIZACIÓN: Sistema de Gestión de Calidad, Gestión Antisoborno, Control Interno, Gestión por Procesos, Gestión de Riesgos promovido por el área de UPPM para Sede Central y UUTT.	Número de diseños	4				1				1				1				1	2	2	4	
	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE GRÁFICAS DE CONTENIDO DE ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA: de la URH para Sede Central y UUTT.	Número de diseños	40				8				12				12				8	20	20	40	
	DISEÑOS DE GRÁFICAS para mensajes de enfoque de género, discapacidad, intercultural y de desarrollo territorial rural.	Número de diseños	8				2				2				2				2	4	4	8	
	SERVICIO DE ATENCIÓN AL CIUDADANO (CONSULTAS INFORMATIVAS)	Reporte	De acuerdo a demanda del servicio				X				X				X				X	X	X	X	
GESTIÓN DE PLATAFORMA DE RECLAMOS (LIBRO DE RECLAMOS)	Reporte	De acuerdo a demanda del servicio				X				X				X				X	X	X	X		