

INFORME N° 006- 2021-DEIV

A : **ROSA ROJAS AGUILAR**
Directora General
Oficina General de Imagen Institucional y Transparencia

ASUNTO : Entrega de tercer producto de la Orden de Servicio 000823-2021 Informe final de acciones de comunicación desarrolladas para el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.

FECHA : Lima, 28 de diciembre de 2021

Es grato dirigirme a usted para saludarla cordialmente y presentar el tercer producto de la Orden de Servicio 000823-2021 según los Términos de Referencia que establecen como último producto la entrega de un “Informe final de acciones de comunicación desarrolladas para el Plan de fortalecimiento de acceso a la identidad y afiliación de la población de comunidades nativas amazónicas y altoandinas: deberá incluir reportes del seguimiento respectivo sobre los resultados de las estrategias implementadas para lograr los objetivos de comunicación según el Plan de Fortalecimiento de acceso a la identidad y afiliación de la población de comunidades nativas amazónicas y altoandinas”; así como la elaboración de un informe final sobre la campaña de identidad y afiliación.

I. ANTECEDENTES

- 1.1 El Seguro Integral de Salud (SIS) es un organismo del Estado Peruano creado el 29 de enero de 2002 por la Ley N° 276757 – Ley Ministerio de Salud, calificado como Organismo Público Ejecutor mediante Decreto Supremo N° 034-2008-PCM, cuya misión es administrar los fondos destinados al financiamiento de prestaciones de salud individual, de conformidad con la política nacional de salud y en el marco del Aseguramiento Universal de la Salud, asimismo es una Institución Administradora de Fondos de Aseguramiento en Salud (IAFAS), con la competencia para recibir y captar y/o gestionar fondos para la cobertura de las atenciones de salud o que oferten cobertura de riesgo de salud.
- 1.2 En el 2009 se promulga la Ley N° 29344 “Ley Marco del Aseguramiento Universal de Salud” que tiene por finalidad garantizar el derecho pleno y progresivo de toda persona a la seguridad social en salud marcando así un hito en la historia de la salud pública de las últimas décadas en el Perú.
- 1.3 La Oficina de Imagen Institucional y Transparencia (OGIIT) fue creada como un órgano de apoyo del SIS a través del Decreto Supremo N° 011-2011-SA, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Seguro Integral de Salud. Dicha norma establece que la OGIIT es responsable de planear, organizar, dirigir, controlar la imagen institucional del SIS, ante la opinión pública; así como la información Institucional en el marco de las normas de transparencia y acceso a la información pública vigentes.
- 1.4 Con el Decreto de Urgencia N° 017-2019 se establecen las medidas para la cobertura universal de salud. Con esta norma el gobierno dispone la afiliación al Seguro Integral de Salud (SIS) de toda persona residente en el territorio nacional que no cuente con seguro de salud, independientemente de su condición

socioeconómica. De esta manera, el Estado busca garantizar el acceso a la salud a todos los peruanos y peruanas.

- 1.5 La Ley 29344 – Ley Marco del Aseguramiento Universal refiere en el artículo 3 que “el Aseguramiento Universal en Salud es un proceso orientado a lograr que toda la población residente en el territorio nacional disponga de un seguro de salud que le permita acceder a un conjunto de prestaciones de salud de carácter preventivo, promocional, recuperativo y de rehabilitación en condiciones adecuadas de eficiencia, equidad, oportunidad, calidad y dignidad, sobre la base del Plan Esencial de Aseguramiento en Salud (PEAS)”.
- 1.6 En el artículo 4, el principio de Equidad establece que “el sistema de salud provee servicios de salud de calidad a toda la población peruana, priorizando a la población más vulnerable y de menos recursos. Para evitar la discriminación por capacidad de pago o riesgo, el sistema ofrece financiamiento subsidiado para la población más pobre y vulnerable”. Por ello, el SIS tiene por finalidad proteger la salud de los peruanos que no cuentan con un seguro de salud, priorizando a las poblaciones vulnerables en situación de pobreza. La institución trabaja para lograr que el acceso al cuidado y la atención integral en salud individual y colectiva de las personas sean universales, independientemente de su condición socioeconómica y de su ubicación geográfica, con enfoques de género, de derecho en salud y de interculturalidad.
- 1.7 Con fecha 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS), declara el brote de la COVID-19, como una pandemia que se ha extendido en más de cien países del mundo de manera simultánea. En ese sentido, el Estado Peruano promulga el Decreto de Urgencia 025-2020, que dicta medidas excepcionales destinadas a reforzar el Sistema de Vigilancia y Respuesta Sanitaria frente a la COVID – 19 en el territorio nacional; y en el marco de la Ley 26842, Ley General de Salud, establece que la protección de la salud es de interés público, y que es responsabilidad del Estado peruano, regularla, vigilarla y promover las condiciones que garanticen una adecuada cobertura de prestaciones de salud a la población, en términos socialmente aceptables de seguridad, oportuna y calidad, siendo irrenunciable responsabilidad del Estado en la provisión de servicios de salud pública.
- 1.8 Con el Decreto de Urgencia N° 046-2021, se dicta medidas extraordinarias y urgentes en materia económica y financiera para fortalecer el aseguramiento universal en salud en el marco de la Emergencia Sanitaria por la COVID-19 que permitan en el presente año fiscal, ampliar la cobertura universal en salud, de manera inmediata, con el objetivo de asegurar la protección de toda la población que enfrente algún evento negativo y no cuente con un seguro de salud. De esta manera se autoriza a la IAFAS SIS a financiar la afiliación y así como la prestación de salud a toda población indocumentada de las comunidades nativas amazónicas y altoandinas que, durante el año fiscal 2021, no cuente con ningún seguro de salud, independientemente de la clasificación socioeconómica, con la finalidad de garantizar la protección del derecho a la salud.
- 1.9 En el marco del Decreto de Urgencia N°046- 2021, el RENIEC y el SIS suscribieron el 04 de junio de 2021, el Convenio Específico de Cooperación entre el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil - RENIEC y el Seguro Integral de Salud - SIS En el marco del Decreto de Urgencia N°046- 2021.

- 1.10 Con la Resolución Jefatural N° 074-2021/SIS se aprueba el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Alto Andinas, en el marco de lo dispuesto en el Decreto de Urgencia N° 046-2021.
- 1.11 El 09 de agosto de 2021, se firmó el Convenio Específico de Cooperación entre el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil – RENIEC y el Seguro Integral de Salud – SIS, en el marco del Decreto de Urgencia N° 078-2021, comprometiéndose a trabajar conjuntamente para visibilizar la ejecución de los compromisos asumidos y formular las definiciones que se precisen en el presente convenio.
- 1.12 El Memorando N° 531 -2021-SIS/GA establece las actividades de información, abogacía y comunicación que desarrollará la Oficina de Imagen Institucional y Transparencia (OGIIT), según el Plan de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de las Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas. El documento señala que la OGIIT desarrollará la difusión a través de redes sociales y cuña radial en medios locales por pauta publicitaria.
- 1.13 El Memorando N° 531 -2021-SIS/GA establece las actividades de información, abogacía y comunicación que desarrollará la Oficina de Imagen Institucional y Transparencia (OGIIT), según el Plan de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de las Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas. El documento señala que la OGIIT desarrollará la difusión a través de redes sociales y cuña radial en medios locales por pauta publicitaria.
- 1.13.1 La Resolución Jefatural 127-2021/SIS aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria para la implementación del Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.

II. BASE LEGAL

- 2.1 Ley N° 26842, Ley General de Salud y modificatorias.
- 2.2 Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado y modificatorias.
- 2.3 Decreto Legislativo N° 1163, que aprueba disposiciones para el fortalecimiento del Seguro Integral de Salud.
- 2.4 Decreto Legislativo N° 1466, que aprueba disposiciones para fortalecer y facilitar la afiliación de toda persona que se encuentre en el territorio nacional que les permita la adecuada y plena prestación de los servicios de prevención y atención de salud para las personas contagiadas y con riesgo de contagio por la COVID-19; asimismo implementa el intercambio prestacional en salud.
- 2.5 Decreto Supremo N° 020-2014-SA, que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 29344, Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud.
- 2.6 Decreto Supremo N° 008-2010-SA, que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29344, Ley Marco de Aseguramiento Universal en Salud.
- 2.7 Decreto de Urgencia N° 046-2021, que dicta medidas extraordinarias y urgentes para fortalecer el aseguramiento universal en salud en el marco de la Emergencia Sanitaria por la COVID.
- 2.8 Decreto de Urgencia N° 017-2019, que estableció medidas urgentes para garantizar la protección del derecho a la salud de toda persona residente en el territorio nacional y dispuso la afiliación al régimen subsidiado del SIS independientemente de la clasificación socioeconómica, garantizándose la cobertura gratuita del PEAS. 3.5 Decreto Legislativo N° 1163.

- 2.9 Resolución Jefatural N° 074-2021/SIS se aprueba el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Alto Andinas, en el marco de lo dispuesto en el Decreto de Urgencia N° 046-2021.
- 2.10 La Resolución Jefatural 127-2021/SIS aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria para la implementación del Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.

III. ANÁLISIS

- 3.1 La Resolución Jefatural N° 074-2021/SIS aprueba el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Alto Andinas, desarrollado para contribuir al cierre de brechas del aseguramiento universal en salud en las poblaciones vulnerables, ubicadas en 507 comunidades de 15 regiones del país.

El Plan es ejecutado para implementar las medidas extraordinarias y urgentes en materia económica y financiera establecidas en el Decreto de Urgencia N° 046-2021, para fortalecer el aseguramiento universal en salud, en el marco de la Emergencia Sanitaria por la COVID-19 para ampliar este año la cobertura universal en salud, de manera inmediata, con el objetivo de asegurar la protección de toda la población.

- 3.2 En el punto 8, del Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Alto Andinas, se establecen las estrategias y acciones a ejecutar para cumplir con los objetivos trazados en el presente plan, siendo la Oficina General de Imagen Institucional y Transparencia (OGIIT) la encargada de difundir las intervenciones realizadas por el equipo del SIS y el Reniec a favor de la población vulnerable.
- 3.3 Para promover el desarrollo del plan a través de estrategias de comunicación, la OGIIT desarrolló el Plan de Estrategia Publicitaria aprobada con Resolución Jefatural 127-2021/SIS en cuyo anexo se presenta la Estrategia de Comunicación para el Plan de Estrategia Publicitaria que establece los siguientes objetivos:

Objetivo General:

- Contribuir a través de estrategias de comunicación focalizadas a cerrar las brechas de identidad de las personas indocumentadas y de aseguramiento en salud de la población de comunidades nativas amazónicas y altoandinas, a través de la afiliación al Régimen Subsidiado SIS.

Objetivos Específicos:

- Informar a la población sobre la importancia de contar con el DNI y con un seguro de salud para promover su afiliación al SIS, enfatizando en aquellas personas indocumentadas y de aseguramiento en salud de la población de las comunidades nativas amazónicas y altoandinas.
- Informar a la población (público objetivo) sobre los derechos y deberes de los asegurados SIS y sobre los canales de atención SIS.

- Generar alianzas estratégicas con medios de comunicación regionales, locales y comunitarios para la difusión de la campaña y promover una cultura de aseguramiento en salud.
- Concientizar a las autoridades locales de la importancia de la identificación y el aseguramiento en salud para la población de las comunidades nativas amazónicas y altoandinas.

A fin de cumplir con los objetivos establecidos en la Estrategia de Comunicación del Plan de Estrategia Publicitaria, se ejecutó la campaña de identidad y afiliación “Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS” desde el 15 de julio pasado para lograr que las personas indocumentadas de 507 comunidades nativas amazónicas y altoandinas tramiten su DNI y sean afiliados a los Planes de Seguro SIS Gratuito y SIS Para Todos. La campana se realizó en Cajamarca, Ayacucho, Huancavelica, Lima Región, Huánuco, Junín, Pasco, La Libertad, Cusco, Moquegua, Ucayali, Loreto, Amazonas y San Martín.

Desde el mes de junio a la fecha, la OGIIT ejecutó diversas acciones para cumplir con los objetivos y las estrategias de comunicación, como se detalla en el siguiente punto.

3.4 Estrategias de comunicación:

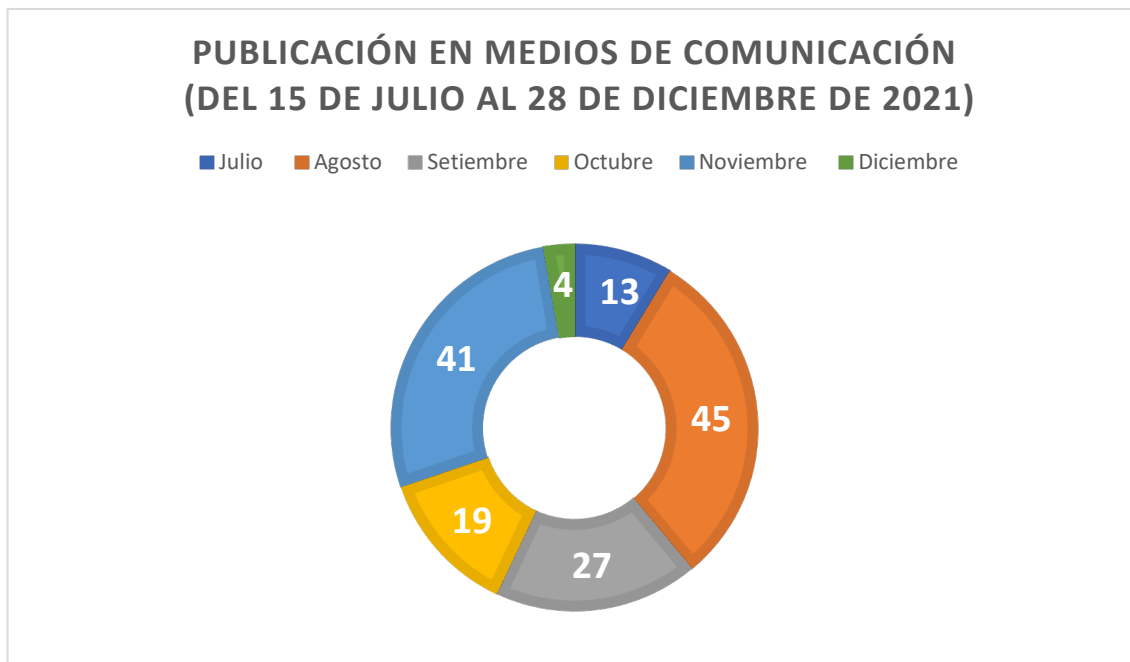
Estrategia 1: Promoción y difusión focalizada en medios de comunicación (tradicionales, digitales y alternativos) a través de la gestión de vocería en medios y pauta publicitaria en radio locales para comunicar sobre las campañas de intervención para indocumentados que permitirá a las personas de las comunidades altoandinas y amazónicas tramitar el Documento Nacional de Identidad (DNI) y afiliarse a los planes de seguros SIS Gratuito o SIS para Todos.

Prensa:

Desde el 15 de julio pasado a la fecha, la Oficina General de Imagen Institucional y Transparencia (OGIIT) del SIS logró 149 publicaciones en medios de comunicación tradicionales y digitales (prensa, radio, televisión y plataformas en línea) de 20 notas de prensa y entrevistas con datos sobre el inicio de las intervenciones de las campañas y las acciones realizadas por los equipos itinerantes del SIS en las regiones de intervención. Anexo 1.

La gestión consistió en lo siguiente:

- Elección de los medios a comunicar.
- Elaboración de informe especial sobre la campaña.
- Elaboración de nota de prensa para las regiones en los lugares de intervención.
- Coordinación con los medios elegidos para lograr la publicación de las notas y/o entrevistas con los medios aliados.
- Envío de la nota de prensa.
- Publicación y/o difusión de la información a través de entrevistas en vivo.
- Monitoreo de las notas y entrevistas difundidas

Gráfico 1: Porcentaje de publicaciones por mes

Desde el 15 de julio al 28 de diciembre de 2021, la difusión de la campaña de identidad y afiliación se llevó a cabo permanentemente durante cuatro meses como se desagrega a continuación:

- Julio: 13 publicaciones (nota de prensa y entrevistas en vivo)
- Agosto: 45 publicaciones (nota de prensa y entrevistas en vivo)
- Setiembre: 27 publicaciones (nota de prensa y entrevistas en vivo)
- Octubre: 19 publicaciones (nota de prensa y entrevistas en vivo)
- Noviembre: 41 publicaciones (nota de prensa)
- Diciembre: 04 publicaciones

Las entrevistas realizadas fueron en Radio Nacional (Lima), Radio Estación Wari (Ayacucho), Radio Metropolitana (Cusco), Radio Huancavelica y Radio Cultura (Huancavelica), Radio Espinar (Cusco); Radio Agricultura (Cajamarca), Radio Reina de la Selva y Radio Loreto (Loreto), Radio Marañón (Amazonas), Radio Satipo, Radio Selva Central y Radio Milenio (Junín); Diario El Peruano (Lima), Radio TV Primavera y Radio Incamach (Moquegua); Radio Kampagkis (Amazonas), Radio Continente (Cajamarca); Radio Fuego, Radio Gigante Latina, Radio Atalaya (Ucayali); Radio Pachamama y Radio Onda Azul (Puno), Radio Satélite (Huancavelica), Tocache TV, Radio y TV Alto Huallaga y Radio Milenium (San Martín), Radio Loreto y Radio La Voz de la Selva (Loreto), y Radio Huánuco (Huánuco), Radio Sicuani (Cusco); entre otras.

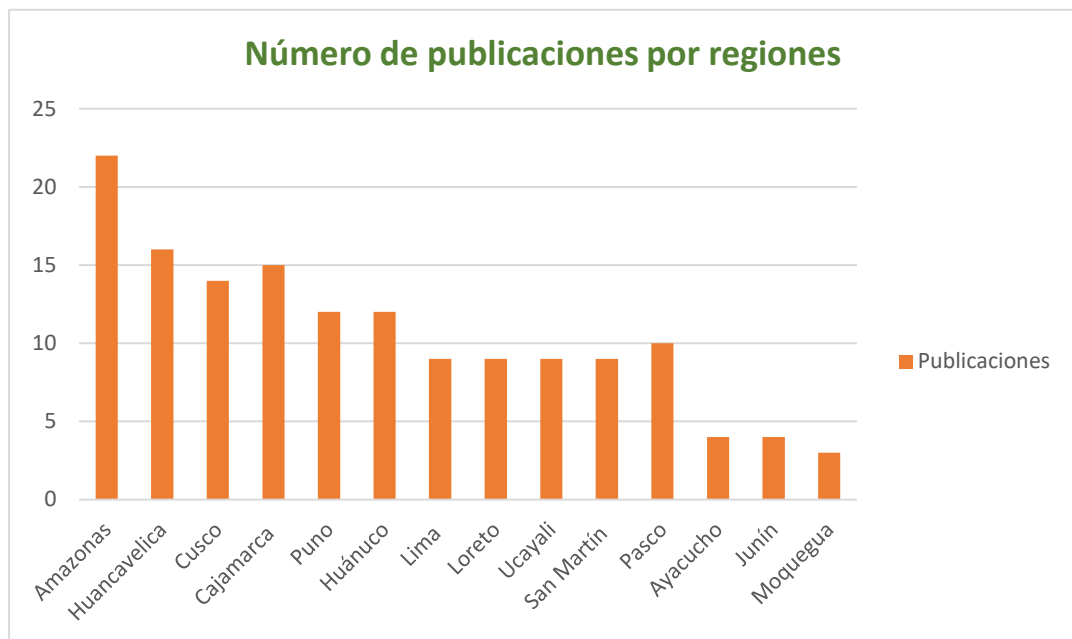
Entre los diarios y páginas web que publicaron las notas informativas sobre las campañas de identidad y afiliación son: Diario El Peruano; Diario El Siglo, Tu Nuevo Diario, Diario Pasco, Diario Primicia; Diario El

Clarín, Web Reina de la Selva, Web Radio Onda Azul; Web Pro y Contra; Web Ímpetu; Gaceta Ucayalina; entre otros.

Las regiones que más publicaron en los últimos seis meses fue Amazonas con 22 publicaciones; seguida de Huancavelica 16 y Cusco con 14 rebotes; Cajamarca 15 y Puno 12 notas de prensa y entrevistas difundidas.

A través del canal del Jurado Nacional de Elecciones fueron difundidas 4 notas audiovisuales informativas sobre los resultados de las intervenciones.

Gráfico 2: Publicaciones por regiones según el ámbito de intervención



Difusión

Desde el inicio de la Estrategia de Comunicación del Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas, se realizó la gestión de medios a nivel nacional sin representar ningún costo para la institución.

Adicionalmente, se contemplaba un Plan de Estrategia de Publicidad elaborada por la OGIIT, para difundir spots radiales en las 15 regiones, según el cronograma de intervención establecido por la Gerencia del Asegurado, teniendo como presupuesto 150,000 soles.

Del monto inicial destinado para la pauta publicitaria solo se ejecutaron 32,782.52 soles para la difusión de spot radiales en nueve radios regionales de Cajamarca y Huancavelica, según el cronograma antes mencionado.

Es necesario indicar que, Producciones Génesis, empresa contratada para la supervisión y monitoreo de medios, concluye en su informe final que las radios en ambas regiones cumplieron con la cantidad de avisos contratados, incluso se otorgó 108 avisos bonificados, representando un ahorro para la institución de 9,721.32 soles.

En el siguiente cuadro se detalla las radios donde se difundieron los spots, la cantidad, los días; así como el costo por cada radioemisora.

Tabla 1: Pauta Publicitaria de la Campaña de Identidad y Afiliación “Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS”.

EMISORA	RAZÓN SOCIAL	RUC	FRECUENCIA	HORARIOS	IDIOMA	DIAS	SEG	PAUTA NOVIEMBRE - DICIEMBRE 2021												Cant. Avisos	COSTO POR SEGUNDO	SUB TOTAL	I.G.V.	TOTAL			
								L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V						S	D	
								29	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10						11	12	
TURBO MIX	GRUPO TURBO MIX S.R.L.	20529465069	710 AM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36				6	6											12	0.59	254.88	45.88	300.76
								Quechua				6	6														
LIDER	GR. DE RADIO Y TV LIDER LIDER S.A.C.	20453677118	970 AM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36				6	6											12	1.18	509.76	91.76	601.52
								Quechua				6	6														
AGRICULTURA	FRANCISCO CORTEZ MORALES	10267020120	1400 AM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36				6	6											12	0.90	388.80	69.98	458.78
								Quechua				6	6														
CONTINENTE	RADIO NUEVO CONTINENTE SRLTDA.	20113856212	820 AM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36				6	6											12	4.00	1,728.00	311.04	2,039.04
								Quechua				6	6														
TAKI	CORTEZ CAJONOS YULIANA CHERIL	10412694886	103.5 FM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36			6	6	6			6	6	6						36	1.80	2,332.80	419.90	2,752.70
								Quechua			6	6	6			6	6	6									
LA UNIKA	CHINO MONTES RYDER APOLINAR	10232740596	104.3 FM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36			6	6	6			6	6	6						36	1.80	2,332.80	419.90	2,752.70
								Quechua			6	6	6			6	6	6									
MASTER MIX	LAZO CARBAJAL TECOORO	10198260644	90.3 FM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36			6	6	6			6	6	6						36	1.40	1,814.40	326.59	2,140.99
								Quechua			6	6	6			6	6	6									
ACORIA	TAIPE SOTO HECTOR SQUIS	10232563791	92.7 FM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36			6	6	6											18	0.30	194.40	34.99	229.39
								Quechua			6	6	6														
IMPACTO	RTV GALI EIRL	20602463614	96.3 FM	06:00A 00:00	Castellano	LUNES A VIERNES	36								6	6	6						18	1.50	972.00	174.96	1,146.96
								Quechua													6	6	6				
								0	0	48	96	96	0	0	48	48	48	0	0	0	0	0	384	TOTAL INC. IGV X MES			32,782.52

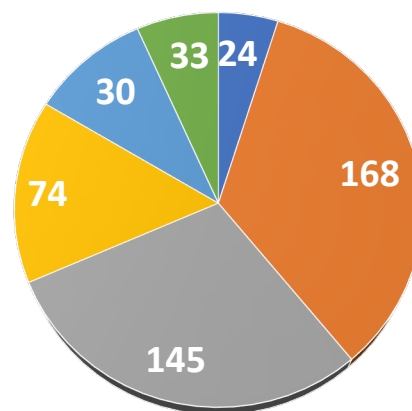
Redes Sociales

Los anuncios de las fechas de las campañas, acciones de los equipos itinerantes y las historias encontradas por los profesionales de afiliación en los lugares de intervención fueron publicados en los canales digitales del Seguro Integral de Salud logrando 492 post en Facebook, Twitter, Instagram, You Tube y Spotify. Anexo 2.

En las publicaciones fueron incluidas historias resaltantes logradas en las campañas como la afiliación de niños y adolescentes en diversas comunidades nativas, el acceso a la identidad y afiliación de personas adultas mayores, grupos que integran pueblos originarios de la Amazonía; así como personas con discapacidad severa.

Cabe resaltar que a través de Facebook también se difundieron 5 notas audiovisuales informativas.

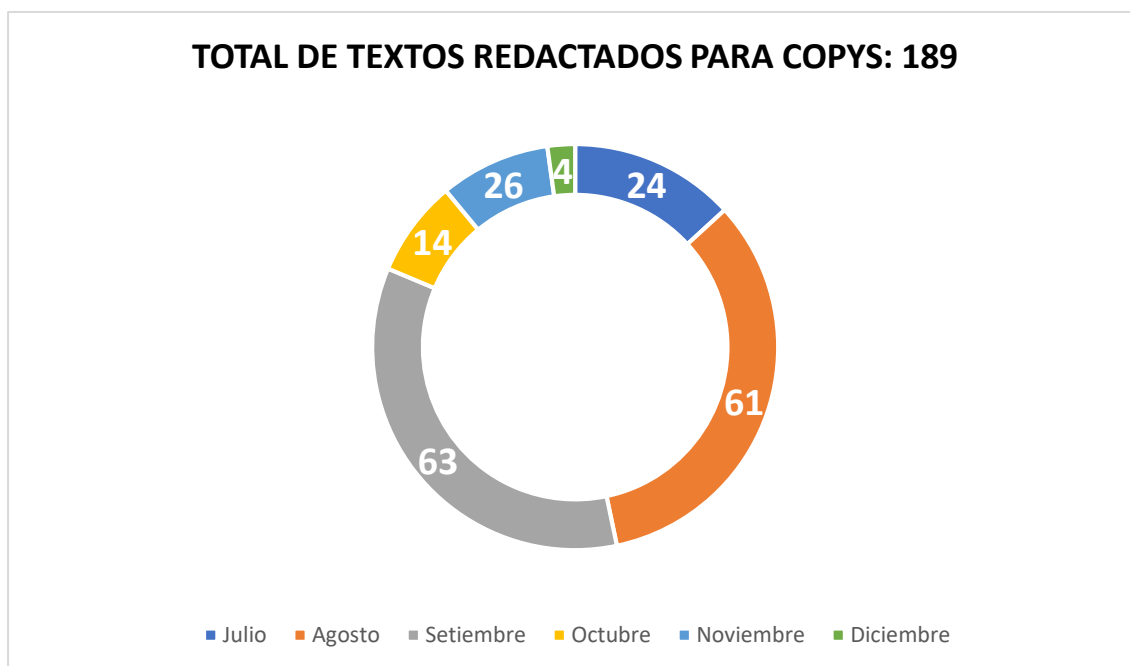
Gráfico 3: Publicaciones realizadas por el SIS sobre la campaña de identidad y afiliación “Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS”.

PUBLICACIONES DESDE 15 DE JULIO A 28 DE DICIEMBRE DE 2021**Redacción de textos (copy) sobre las intervenciones realizadas por el SIS en las comunidades amazónicas y altoandinas, según el cronograma de intervenciones.**

Desde el 15 de julio a la fecha hasta el 28 de diciembre de 2021, fueron redactados 189 textos (copys) sobre las acciones realizadas por la IAFAS SIS y el Reniec en las comunidades nativas amazónicas y altoandinas donde se realiza la campaña de identidad y afiliación.

Entre los contenidos elaborados se resaltaron las historias de casos emblemáticos como personas adultas mayores de 70 años que por primera vez tramitaban su DNI y eran afiliados al SIS; pobladores indocumentados en situación de pobreza integrantes de pueblos originarios que fueron afiliados al SIS; niños y adolescentes; así como personas con discapacidad severa que lograron ejercer su derecho a contar con una identidad y un seguro de salud luego de recibir la atención de los especialistas que participan en la campaña de identidad y afiliación.

Gráfico 4: Elaboración de textos para la publicación en las redes sociales del SIS



Según el cuadro “Total de textos (copys)” se muestra la siguiente:

- 24 copys elaborados en julio.
- 61 copys elaborados en agosto.
- 63 copys elaborados en setiembre
- 14 copys elaborados en octubre.
- 26 copys en noviembre
- 7 copys en diciembre

Cabe resaltar que, los copys fueron difundidos durante los meses de julio, agosto, setiembre, octubre, noviembre y diciembre en las plataformas digitales del SIS.

Estrategia 2: Relacionamiento intersectorial e interinstitucional SIS y RENIEC para comunicar el inicio de las campañas de afiliación que ejecuta el SIS a fin de lograr el aseguramiento universal.

La coordinación entre las áreas de comunicación del SIS y el Reniec permitió la elaboración de los textos y diseño de la campaña de identidad y afiliación “Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS”, logrando cumplir con la acción de Información como se detalla a continuación:

Información

La Oficina General de Comunicación e Imagen y Transparencia (OGIIT) desarrolló los contenidos del SIS así como los diseños del material de promoción que se requirió para brindar información a los pobladores que viven en las zonas de intervención de las campañas.

Material de Promoción:

- Dípticos
- Trípticos

- Afiches
- Volantes
- Rotafolios

Cabe resaltar que la OGIIT realizó el seguimiento al proceso de contratación del servicio para la impresión del material, que en total suman 122, 112 piezas.

Cuñas Radiales:

También elaboró 4 guiones sobre la campaña de identidad y afiliación y otros temas informativos asociados al SIS que fueron traducidos e interpretados en las lenguas originarias: quechua, awajún, shawi, kichwa amazónico y aimara. La OGIIT supervisó el trabajo realizado por los intérpretes, desde que se entregaron los guiones en español hasta la entrega final de sus productos con la traducción e interpretación realizada por los especialistas.

Las locuciones y los guiones entregados sirvieron de insumo para elaborar spot radiales (una en español y cinco en lenguas originarias).

Flyer

En atención a la solicitud de la Gerencia del Asegurado se coordinó con el especialista en diseño gráfico de la OGIIT, la elaboración de 76 flyers que fueron enviados a los comisionados y directores de las UDR a nivel nacional.

Estrategia 3: Impulsar una red de aliados estratégicos (municipalidades, actores locales y comunitarios, ONG's, medios de comunicación) que permitan fortalecer la campaña de comunicación desde sus espacios de intervención para fortalecer la transmisión de mensajes en la población objetivo del SIS.

Abogacía

La OGIIT logró que personajes públicos como Sonaly Tuesta, Rita Choquecahua, el grupo musical String Karma y la intérprete Violeta Sisay se sumen a la campaña de identidad y afiliación, logrando que graben en los idiomas español, quechua y aimara mensajes informativos, de invitación para que los pobladores participen en las intervenciones realizadas en las 15 regiones.

El material se encuentra publicado en la página web del SIS, sección Campañas: Campaña "Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS".

Municipalidades:

A las municipalidades, que son los aliados estratégicos en el territorio y promueven la participación de los pobladores en las campañas de identidad y afiliación, se enviaron los contenidos de comunicación (notas de prensa, fotos, videos informativos de las campañas, videos de promoción de artistas, spot radiales y flyers con las fechas y los lugares de intervención).

A través de llamadas telefónicas, mensajes por WhtasApp y correo electrónico se coordinó y envió la información; logrando que 51 publicaciones en sus plataformas digitales.

MINEDU

También se realizaron coordinaciones con los responsables del área de Bienestar Social de los Programas Rurales del MINEDU logrando difundir el spot radial en su red de radios regionales y rurales.

Además los flyers con las fechas de las campañas fueron enviados a la Dirección de Servicios Educativos en el Ámbito Rural (Diser) que comparte los recursos de comunicación con 75 especialistas de UGEL de 18 regiones donde se implementan modelos de servicio educativo para ámbito rural. Asimismo se ha socializado con 191 responsables de bienestar y coordinadores de secundaria tutorial. Estas coordinaciones se realizaron por correo y por WhatsApp. Finalmente, se han socializado con 12 especialistas de otras direcciones de la Dirección General de Educación Básica Alternativa, Intercultural Bilingüe y de Servicios Educativos en el Ámbito Rural (Digeibira).

MINSA

Los contenidos de comunicación de la campaña de identidad y afiliación también fueron enviados a la Dirección de Pueblos Indígenas del Minsa, que compartió el material con sus equipos a nivel nacional; así como aliados en el territorio.

La segunda parte del tercer producto de la Orden de Servicio 000823-2021 contempla la entrega de un informe final periodístico sobre los resultados de la campaña de identidad y afiliación “Ven, saca tu DNI y asegúrate al SIS”; cuya evidencia se encuentra en el Anexo 3.

Todos los anexos se encuentran en el siguiente enlace de drive:

https://drive.google.com/drive/folders/1chF1wyywH1vD4PH2Ulc0kxjYqbqeu_nG

IV. CONCLUSIONES

- 4.1 En atención al tercer producto de la Orden de Servicio 000823-2021 se cumple con presentar el Informe final de acciones de comunicación desarrolladas para el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.
- 4.2 La OGIIT cumplió con las acciones establecidas en la Estrategia de Comunicación del Plan de Publicidad del Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.

V. RECOMENDACIONES

- 5.1 Fortalecer el equipo de comunicación que participa en el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.
- 5.1 Promover la participación del especialista en periodismo y/o comunicaciones en las acciones desarrolladas al interior del país para ejecutar el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.
- 5.3 Enriquecer el registro fotográfico y audiovisual con imágenes en alta calidad y según parámetros profesionales para lograr una correcta difusión de la campaña de identidad y afiliación.

5.4 Recomendar a las diversas gerencias y direcciones del SIS, la agilización en los procesos de aprobación de documentos oficiales y la contratación de servicios para cumplir con el total de los requerimientos solicitados en el Plan de Fortalecimiento de Acceso a la Identidad y Afiliación de la Población de Comunidades Nativas Amazónicas y Altoandinas.

Atentamente,



Dora Elizabeth Inga Villalva
DNI: 40219775