



Resolución Jefatural N° 220-2024-INEI

Lima, 16 de setiembre de 2024

Vistos el Informe N° 000001-2024-INEI/OTD de la Oficina Técnica de Difusión, el Oficio N° 004075-2024-INEI/DNCE de la Dirección Nacional de Censos y Encuestas; el Oficio N° 004198-2024-INEI/OTPP de la Oficina Técnica de Planificación, Presupuesto y Cooperación Técnica; el Informe N° 000116-2024-INEI/OTAJ de la Oficina Técnica de Asesoría Jurídica y la Resolución de Secretaría General N° 031-2024-INEI.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el Decreto Legislativo N°604, el Instituto Nacional de Estadística e Informática, es el organismo rector del Sistema Nacional de Estadística, tiene personería jurídica de derecho público interno con autonomía técnica y de gestión; y de acuerdo al Decreto Supremo N° 058-2011-PCM es un Organismo técnico Especializado, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros;

Que, los Censos Nacionales de Población, Vivienda y Comunidades Indígenas constituyen la fuente primaria más importante de información estadística de un país para conocer la estructura, crecimiento y distribución de la población, viviendas y comunidades indígenas, y su distribución espacial dentro del territorio nacional; además, sirven de insumo para la adecuada formulación y evaluación de los planes nacionales de desarrollo;

Que, mediante Decreto Supremo N° 063-2024-PCM, se han declarado de interés y prioridad nacional la ejecución de los Censos Nacionales XIII de Población, VIII de Vivienda y IV de Comunidades Indígenas, a realizarse en el año 2025;

Que, conforme a lo establecido en el artículo 3, inciso m) del Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515, la publicidad estatal es "la información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos en medios de comunicación (prensa escrita, radio y televisión) a través de mensajes orientados a promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del ambiente, el pago de impuestos, entre otros, así como la difusión de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias";

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515, conforme a lo establecido en el artículo 1, tiene como objetivo establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local destinen al rubro de publicidad en prensa escrita, radio y televisión, así como fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión;



Que, el artículo 2 de la Ley en mención, dispone que ésta se aplicará a los rubros de publicidad institucional de las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Central, regional o local, estableciendo que la publicidad institucional es aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, el artículo 3 de la Ley establece los requisitos para la autorización de la realización de publicidad estatal. En el inciso a), se hace referencia a contar con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, en el literal j) del artículo 3 del Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, en concordancia con el numeral 5.5.10 del artículo 5, correspondiente a las Disposiciones Generales, de la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS "Lineamientos para la formulación, aprobación e implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de las entidades del Poder Ejecutivo", aprobada mediante Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 003-2023-PCM/SCS, se establece que el Plan de Estrategia Publicitaria "es un instrumento de gestión pública destinado a la planificación de la publicidad estatal, que identifica un interés y/o finalidad pública que se debe atender con una o varias campañas publicitarias y, a partir de ello, expone sus objetivos comunicacionales, mensajes y piezas de difusión con las cuales prevé posicionar sus mensajes. En caso de que una entidad del Estado cuente con presupuesto, las oficinas de Comunicaciones, o la que haga sus veces, deben formular el Plan de Estrategia Publicitaria que sustente la campaña publicitaria";

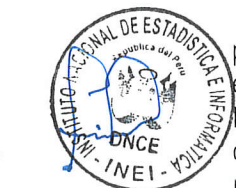
Que, el numeral 5.4 del artículo 5 de la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS, dispone que "las campañas contempladas en el Plan de Estrategia Publicitaria deben contar con disponibilidad presupuestaria de recursos financieros a fin de que se garantice la certificación de crédito presupuestario en el respectivo año fiscal, si dicho Plan se aprueba el año previo a sus ejecución, deberá contar con la previsión presupuestaria correspondiente, en ambos casos debe contar con el presupuesto asignado en la específica de gasto de servicios de publicidad de la unidad ejecutora que corresponde a la entidad";

Que, el numeral 6.1.1 del artículo 6 de las Disposiciones Específicas de la mencionada Directiva, señala que "la Oficina de Comunicaciones de la entidad o la que haga sus veces que cuenta con presupuesto asignado para publicidad estatal, formula, implementa y monitorea la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria de su institución";

Que, asimismo, el numeral 6.1.6 del artículo 6 de la Directiva dispone que "en el marco del proceso de coordinación con la SCS, la Oficina de Comunicaciones o la que haga sus veces en cada entidad remite antes de su aprobación, vía correo electrónico, el proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria del sector al Secretario de Comunicación Social, con copias a la Coordinación General"; así como el numeral 6.1.8 precisa que, "aprobado el Plan de Estrategia Publicitaria, el documento se publica mediante resolución de la entidad, en el portal institucional y en el boletín de normas legales del Diario Oficial El Peruano";

Que, mediante Oficio N° 004075-2024-INEI/DNCE, el Director Nacional de Censos y Encuestas del INEI remite a la Directora Técnica de la Oficina Técnica de Difusión una solicitud de "elaboración y ejecución de Campaña Publicitaria para las actividades precensales 2024". Adjunta el Informe N° 059-2024-INEI/DNCE-CPV, de fecha 13 de junio de 2024, elaborado por la Responsable del Proyecto- Censos Nacionales XIII de Población, VIII de Vivienda y IV de Comunidades Indígenas, en el cual se realiza un análisis en relación al tema, indicando que los resultados esperados son los de "lograr que la población esté informada de la Actualización Cartográfica y del Directorio de Viviendas y Establecimientos, como actividad preparatoria para los Censos Nacionales 2025, así como de las innovaciones que se realizarán: cambio de metodología (Censo de Derecho) e implementación del Censo Digital";

Que, al respecto, mediante Informe N° 000001-2024-INEI/OTD, la Directora de la Oficina Técnica de Difusión ha remitido una "propuesta de proyecto de resolución jefatural para la aprobación



del Plan Estratégico de Publicidad- PEP de la campaña de publicidad de las actividades precensales 2024". Como conclusión del análisis efectuado en relación a lo indicado, se establece la importancia y necesidad de contar con una Resolución Jefatural, para dar cumplimiento a la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS y se recomienda la emisión de la misma;

Que, mediante Resolución de Secretaría General N° 031-2024-INEI, de fecha 09 de setiembre, se ha actualizado el Plan Operativo Institucional 2024 del Instituto Nacional de Estadística e Informática, incorporando la tarea "Campaña de publicidad para las actividades preparatorias de los Censos Nacionales 2025", en la Actividad Operativa Censos Nacionales XIII de Población, VIII de Vivienda y IV de Comunidades Indígenas, según los anexos que forman parte integrante de dicha Resolución;

Que, a través del Oficio N° 004198-2024-INEI/OTPP, de fecha 11 de setiembre, la Oficina Técnica de Planificación, Presupuesto y Cooperación Técnica ha informado que "...ha analizado la disponibilidad presupuestaria de los recursos asignados a meta 0053 Censos Nacionales XIII de Población, VIII de Vivienda y IV de Comunidades Indígenas, determinando que, cuenta con la viabilidad de recursos en el presente ejercicio fiscal, para la atención de las campañas publicitarias contenidas en el Proyecto de PEP, en la específica de gastos 2.3.22.4.1 servicio de publicidad, hasta por el monto de S/ 3 530 000.00, en la Fuente de Financiamiento Donaciones y Transferencias...";

Que, la propuesta de Plan de Estrategia Publicitaria remitida cumple con los requisitos establecidos por las normas legales aplicables, de forma particular, en lo concerniente a la estructura e información que debe contener el mismo, consideradas en el numeral 6.3.2. del artículo 6 de la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS, siendo que, conforme a lo informado por la Oficina Técnica de Difusión, la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia del Consejo de Ministros ha remitido a dicho órgano las sugerencias a este documento, en la parte técnica y legal, las cuales fueron actualizadas en el plazo correspondiente y remitidas nuevamente a la PCM;

Que, mediante el Informe N° 000116-2024-INEI/OTAJ, la Oficina Técnica de Asesoría Jurídica concluye que resulta legalmente viable la emisión del acto administrativo de aprobación del Plan en mención, el cual debe ser publicada en el Diario Oficial "El Peruano" y comunicado a la Oficina Técnica de Difusión y a la Dirección Nacional de Censos y Encuestas, para los fines que correspondan;

Con las visaciones de Secretaría General; Oficina Técnica de Difusión; Dirección Nacional de Censos y Encuestas; de las Oficinas Técnicas de Planificación, Presupuesto y Cooperación Técnica y de Asesoría Jurídica;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal; el Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874; la Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 003-2023-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS "Lineamientos para la formulación, aprobación e implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de las entidades del Poder Ejecutivo"; y,

En uso de las atribuciones conferidas por el artículo 8 del decreto Legislativo N° 604, Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2024 (PEP) para las actividades precensales del Instituto Nacional de Estadística e Informática, el mismo que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución Jefatural.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina Técnica de Difusión implemente, monitoree, supervise y evalúe el cumplimiento de lo establecido en el Plan de Estrategia Publicitaria 2024 (PEP) para las actividades precensales del Instituto Nacional de Estadística e Informática, debiendo considerar el estricto cumplimiento de la normatividad aplicable.



Artículo 3.- Notificar la presente Resolución a la Oficina Técnica de Difusión, a la Dirección Nacional de Censos y Encuestas y a la Oficina Técnica de Planificación, Presupuesto y Cooperación Técnica, para los fines pertinentes.

Artículo 4.- Disponer la publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial "El Peruano" y en el portal del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (<https://www.gob.pe/inei/>).

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.




PETER ABAD ALTAMIRANO
Jefe (e)
Instituto Nacional de
Estadística e Informática

