

Plan de Comunicaciones

2025



CONTENIDO

I. PRESENTACIÓN.....	3
II. DIAGNÓSTICO.....	4
III. BASE LEGAL.....	10
IV. FINALIDAD	12
V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA.....	12
VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.....	12
VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN.....	13
VIII. OBJETIVOS	15
IX. PÚBLICO OBJETIVO	15
X. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	18
XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES.....	22
XII. PROGRAMACIÓN DE INDICADORES Y METAS	24
XIII. RESULTADOS.....	25
XIV. ÓRGANO RESPONSABLE	26
XV. IMPLEMENTACIÓN	27
XVI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	27
XVII. VIGENCIA.....	27
XVIII. FINANCIAMIENTO	27
XIX. ANEXOS.....	28

PLAN DE COMUNICACIONES 2025

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

I. PRESENTACIÓN

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo tiene como misión promover la empleabilidad basada en el empleo decente y productivo con igualdad de oportunidades, garantizando los derechos laborales y fundamentales del capital humano; fortaleciendo la rectoría a nivel nacional y generando espacios de diálogo sociolaborales; con una gestión eficiente, transparente y orientada a resultados.

Para implementar su misión cuenta con diversas instancias entre las que destacan el Viceministerio de Trabajo, el Viceministerio de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral, Secretaría General, instancias de concertación como el Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo, Consejo Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo, la Dirección de Trabajo y Promoción del Empleo de Lima Metropolitana, entre otras.

Es así, que la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (en adelante, OCII) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (en adelante, MTPE) según el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del MTPE, actualizado mediante Resolución Ministerial Nº 194-2024-TR, es la unidad orgánica encargada de diseñar, proponer y ejecutar la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes. Asimismo, la OCII es la encargada de elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del Ministerio; y para ello, realiza un trabajo conjunto con los diferentes órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para desarrollar planes y actividades de comunicación.

En ese sentido, la OCII elabora el presente Plan de Comunicaciones 2025 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, el que considera estrategias y actividades comunicacionales con la finalidad de difundir los beneficios de los programas, servicios y temas relevantes que brinda el MTPE a la ciudadanía.

Cabe indicar que, al desarrollarse el presente Plan en el año 2025, que abarca el periodo electoral correspondiente a las Elecciones Generales 2026 a efectuarse en el mes de abril del año 2026 a nivel nacional, se tiene en cuenta en su implementación a cargo de la OCII, las disposiciones sobre publicidad estatal establecidas por el Jurado Nacional de Elecciones a través de la Resolución N° 0047-2024-JNE y demás normas aplicables.

II. DIAGNÓSTICO

La OCII, de acuerdo al Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, actualizado mediante Resolución Ministerial N° 194-2024-TR, tiene entre sus funciones: *“Diseñar y proponer la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes”; y, de “elaborar y proponer el plan anual de difusión de los servicios y programas del Ministerio”.*

Asimismo, la OCII cuenta con la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, aprobada por la Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG, que contempla las siguientes acciones:

- Elaboración de la estrategia de comunicación de la información y acciones a difundir.
- Desarrollo de acciones de prensa.
- Redes sociales y página web.
- Eventos institucionales, relaciones públicas y protocolo.
- Identidad Corporativa e Imagen Institucional.
- Elaboración y difusión de mensajes externos.
- Comunicación externa, marketing y publicidad estatal.
- Asesorar comunicacionalmente en la investigación e informes técnicos.

La programación de actividades operativas de la OCII contenidas en el Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2025 consistente con el PIA 2025 del Pliego 012: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)" aprobado mediante Resolución Ministerial N° 000207-2024-TR, considera actividades que son parte de las acciones propias y diarias de la oficina, las que están orientadas a comunicar los programas y servicios del MTPE a través de la OCII:

- AOI00015400066: Ejecución de actividades definidas en el Plan de Comunicaciones.
- AOI00015400067: Organización y soporte de eventos institucionales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas.
- AOI00015400070: Elaboración de informe de generación de información periodística y redes sociales, difusión de actividades del sector.

A continuación, se indican las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas identificadas en relación a las competencias de la OCII:

En relación a las fortalezas se indica:

- Capacidad de adaptación a las necesidades de la ciudadanía.
- Recursos humanos multidisciplinarios, capacitados y motivados con experiencia en temas laborales.
- Buen clima laboral para el trabajo en equipo.
- Capacidad de elaborar contenidos de interés de la ciudadanía relacionados a derechos laborales, capacitaciones gratuitas, asesorías laborales gratuitas, promoción del empleo y servicios gratuitos laborales.
- Buena relación con las diversas oficinas e instancias de la institución.

En relación a las oportunidades se indican:

- El MTPE es la única entidad nacional que es el ente rector en la promoción del empleo, protección de derechos laborales fundamentales y diálogo sociolaboral.
- La ciudadanía está interesada en información relacionada a búsqueda de empleo, capacitaciones gratuitas, certificado único laboral, orientación y asistencia técnica en temas laborales.
- Nuevos canales y tendencias digitales.
- Incremento de emprendedores con deseos de formalizar su negocio.
- Surgimiento de herramientas de inteligencia artificial que ayudarían a economizar tiempos de producción para redacción de prenotas de prensa, transcripción de audios y videos, herramientas audiovisuales y de diseño.
- Google analytics puede brindar métricas digitales.

En relación a las debilidades se indican:

- Equipos tecnológicos y audiovisuales que requieren ser actualizados.
- Alta rotación de directivos y personal lo que no permite la continuidad de las acciones.
- Capacidad de financiamiento de campañas con publicidad estatal.

En relación a las amenazas se indican:

- Coyuntura política.
- Conflictos gremiales.
- Informalidad laboral.

A continuación, se detallan los logros alcanzados en relación a la implementación del Plan de Comunicaciones 2024:

- Durante el 2024, la OCII desarrolló un Plan de Comunicaciones para el MTPE, que fue aprobado mediante Resolución del Secretario General N.º 000011-2024-TR/SG, con la finalidad de contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE a la ciudadanía.
- Se diseñaron 1974 materiales comunicacionales para difusión externa.
- Se realizaron 282 eventos virtuales que fueron difundidos en la web del MTPE y en redes sociales oficiales del MTPE.
- Se desarrollaron 5 campañas de difusión en temas laborales:
 1. **Unidos contra el trabajo forzoso**, campaña para informar y sensibilizar a la población general sobre la importancia de la lucha contra el trabajo forzoso.



2. **Trabaja Sin Acoso**, campaña que busca difundir los canales de atención del Servicio Trabaja Sin Acoso a los trabajadores y empleadores del sector privado como servicio gratuito de orientación, asistencia y acompañamiento legal y psicológico para los casos de hostigamiento sexual en el trabajo.

Trabaja Sin Acoso

3. **Cuida a quien te cuida**, campaña comunicacional para promover la valoración del aporte social y económico del trabajo del hogar y de las trabajadoras del hogar, fomentar el rol de agentes de cambio por parte de las empleadoras en la creación de una cultura del trabajo decente en el hogar, basada en el cumplimiento de los derechos laborales.



4. **Pequeñas acciones, grandes cambios** Construyamos un #PerúSinTrabajoInfantil, campaña para informar y sensibilizar a población general sobre las implicancias y riesgos del trabajo infantil en niñas, niños y adolescentes entre 5 y 17 años de edad.



5. **¡Sí se puede trabajar y dar de lactar!**, campaña que busca informar a las madres trabajadoras en periodo de lactancia sobre sus derechos laborales.



En relación a los logros alcanzados en redes sociales durante el 2024 se indica:

- Facebook: 1 551 724 seguidores. Se consiguieron 20 326 nuevos seguidores
- LinkedIn: 772 639 seguidores. Se consiguieron 190 411 nuevos seguidores
- X: 535 757 seguidores. Se consiguieron 29 598 nuevos seguidores
- YouTube: 70 103 seguidores. Se consiguieron 8 648 nuevos seguidores.
- Instagram: 375 007 seguidores. Se consiguieron 45 199 nuevos seguidores.
- Flickr: 333 seguidores. Se consiguieron 15 nuevos seguidores.
- TikTok: 256 177 seguidores. Se consiguieron 146 377 nuevos seguidores.

En relación a los logros alcanzados en gestión de prensa durante el 2024, se indica:

- Se gestionaron 143 entrevistas a los ministros de estado y funcionarios del MTPE en diversos medios de comunicación.
- Se elaboraron 275 notas de prensa, 55 conferencias o interacciones con medios y se obtuvo 11 341 impactos positivos en prensa durante el 2024.

Para el seguimiento de la implementación del plan, se reportó trimestralmente a la Secretaría General los avances en relación a las metas propuestas en el Plan de Comunicaciones 2024.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones 2025 se solicitó conocer las necesidades de comunicación de las diferentes instancias del Ministerio; y para ello, la OCII, a través de la Secretaría General, solicitó en octubre 2024 mediante Memorando Múltiple N° 000079-2024-MTPE/4, los requerimientos de comunicación y publicidad para el 2025, a los que se les brindará asesoramientos en temas de comunicación e imagen institucional durante el 2025.

Asimismo, la gestión ministerial actual impulsa las siguientes líneas estratégicas:

- **Fortalecer la empleabilidad del capital humano, principalmente de los jóvenes**
Se enfoca en la capacitación de los jóvenes mediante el Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”, que se realizará mediante modalidad dual, de la mano del sector privado.
- **Promover el empleo decente con énfasis en los grupos vulnerables**
Se busca ampliar y promocionar los servicios del Centro de Empleo. Para ello, se buscará promover Mesas de diálogo entre el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo y gremios empresariales para el fortalecimiento de los centros de empleo.
- **Proteger los derechos laborales fundamentales**
Se vela por el respeto irrestricto de los derechos fundamentales laborales de los trabajadores. Se garantizará el cumplimiento de la cuota de empleo de personas con discapacidad y defensa de sus derechos laborales, combatir el trabajo infantil, la igualdad salarial por género y las normas de protección contra el hostigamiento sexual en el trabajo. Asimismo, se buscará fortalecer la Superintendencia Nacional de Fiscalización Laboral.
- **Impulsar la generación de empleo temporal**
Se busca fortalecer el Programa de Empleo Temporal “Llamkasun Perú”. Programa que genera empleos temporales en beneficio de la población más vulnerable del país, a través del financiamiento de actividades de intervención inmediata o de proyectos de infraestructura básica, social y económica, intensivos en mano de obra no calificada, que son presentados y ejecutados por los gobiernos locales y regionales.

Asimismo, se indican los siguientes temas relevantes:

1. Diálogo sociolaboral.
2. Regulación y defensa de los derechos fundamentales laborales.

3. Promoción del empleo, centros de empleo.
4. Empleos Perú.
5. Servicios del Centro de Empleo.
6. Capacitación laboral.
7. Certificación de competencias laborales.
8. Seguridad y salud en el trabajo.
9. Formalización laboral.
10. Hostigamiento sexual laboral.
11. Inspección y fiscalización laboral.
12. Seguridad social.
13. Programa de Empleo Temporal “Llamkasun Perú”.
14. Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”.
15. Prevención y/o solución de conflictos laborales.
16. Priorización de grupos vulnerables: trabajo infantil, trabajo forzoso, personas con discapacidad y trabajadoras del hogar.
17. Libertad sindical.
18. Información laboral y del mercado de trabajo.

III. BASE LEGAL

- Ley N° 26859, Ley Orgánica de Elecciones y modificatorias.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal y modificatoria.
- Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N° 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Decreto Supremo N° 013-2021-TR, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Empleo Decente.
- Decreto Supremo N° 018-2021-TR, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo al 2030.
- Decreto Supremo N° 042-2023-PCM, que aprueba la Política General de Gobierno para el presente mandato presidencial.
- Resolución Ministerial N° 000048-2024-TR, Aprueban el Plan Estratégico Sectorial

Multianual (PESEM) 2024-2030 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo.

- Resolución Ministerial N° 194-2024-TR, Actualizan el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N° 205-2024-TR, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- Resolución Ministerial N° 000207-2024-TR, Aprueban el Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2025 consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2025 del Pliego 012: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 09-2016-MTPE/4, "Directiva del Procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ", y su modificatoria.
- Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG, que aprueba la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, "Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo".
- Resolución del Secretario General N° 000003-2025-TR/SG, que aprueba el Manual de Identidad Corporativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N° 002-2022-PCM/SCS, denominada "Lineamientos aplicables al proceso de coordinación para el desarrollo y difusión de las campañas comunicacionales del Poder Ejecutivo".
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 02-2023-PCM/SCS, que aprueba la modificación de los Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2023-PCM/SCS, que modifica la Directiva N° 002-2023-PCM/SCS que establece los Lineamientos para la Formulación, Aprobación e Implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de las Entidades del Poder Ejecutivo.
- Resolución N° 00047-2024-JNE, Reglamento sobre Propiedad Electoral, Publicidad Estatal y neutralidad en periodo electoral.

IV. FINALIDAD

Contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE a la ciudadanía.

V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA

El MTPE es el ente rector en materia de desarrollo y evaluación de las políticas socio laborales de trabajo y promoción de la empleabilidad e inserción laboral, el autoempleo y el trabajo decente a nivel nacional, garantizando el cumplimiento de la normativa laboral vigente, la prevención y solución de conflictos, la mejora de las condiciones de trabajo y el respeto de los derechos fundamentales del trabajador para el progreso de nuestras empresas en beneficio del desarrollo socioeconómico del país, en un marco democrático y de diálogo social.

En ese sentido, la OCII propone el presente Plan de Comunicación 2025 para contribuir a promover la empleabilidad basada en el empleo decente y productivo con igualdad de oportunidades, garantizando los derechos laborales y fundamentales del capital humano; fortaleciendo la rectoría a nivel nacional y generando espacios de diálogo sociolaborales; con una gestión eficiente, transparente y orientada a resultados, tal como lo indica su misión.

El presente Plan de Comunicación 2025 se alinea con el Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 06 “Modernizar la gestión institucional, con énfasis en la transformación digital, orientada a resultados en favor de la población” del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobado mediante Resolución Ministerial N° 205-2024-TR. Asimismo, de esa forma contribuye a la implementación de la Acción Estratégica Sectorial 1.6: “Fortalecer la capacidad rectora del Sector Trabajo y Promoción del Empleo a nivel Nacional” del Objetivo Estratégico Sectorial (OES) N° 1 “Incrementar la formalización laboral de la fuerza de trabajo” del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2024-2030 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo aprobado mediante Resolución Ministerial N° 048-2024-TR.

VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

El ámbito de intervención es a nivel nacional.



VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

Para desarrollar una labor de comunicación integral para el MTPE, se requiere tener en cuenta los siguientes enfoques:

- **Enfoque de derechos**

Basado en el cumplimiento de los derechos laborales y fundamentales de la población, fortaleciendo la formalización laboral, el diálogo social y la empleabilidad y protección de los grupos vulnerables en especial a las personas con discapacidad, siempre desde una visión centrada a la ciudadanía.

- **Enfoque de igualdad de género**

Se propone entender el género como categoría transversal en todo el proceso comunicativo; es decir, que toda la información, la totalidad de los temas en las diferentes secciones, sean desarrollados con perspectiva de género.

- **Enfoque de participación social**

Involucramiento del público objetivo en las campañas y/o acciones de comunicación, respeto al cumplimiento de sus derechos y participación activa de la ciudadanía.

- **Enfoque territorial**

El enfoque territorial es multisectorial. Se aplica a un territorio socialmente construido donde se interrelacionan actores institucionales (públicos y privados), los que llegan a un consenso para resolver problemas comunes y solucionarlos de acuerdo a intereses y prioridades compartidas en un determinado espacio geográfico.

En relación a los escenarios claves, tenemos:

- **Comunicación corporativa / organizacional**

Orientación a crear y posicionar una marca propia y definida en la opinión pública:

Identidad corporativa: Misión, visión, valores. / Gráfico: Logo, colores, tipografía.

Imagen corporativa: Posicionamiento de la institución y la percepción que tiene la ciudadanía.

- **Comunicación pública**

Alineación a las políticas y/o lineamientos de comunicación pública indicadas por el Gobierno con el objetivo de crear mensajes, estrategias y actividades de comunicación que creen valor público para la ciudadanía.

La comunicación pública busca la participación de la ciudadanía, así como difundir las acciones promovidas por el MTPE. El fin primordial es el involucramiento de la ciudadanía en asuntos donde su intervención y conocimiento es trascendental.

Utiliza el marketing social, publicidad estatal, relaciones públicas y protocolo, redes sociales y relación con los medios para posicionar mensajes de relevancia según público objetivo y temas relevantes a difundir.

- **Comunicación para el cambio social**

El concepto que define a la Comunicación para el Cambio Social ha sido definido de la siguiente manera: *“Es un proceso de diálogo y debate, basado en la tolerancia, el respeto, la equidad, la justicia social y la participación activa de todos” (Communication for Social Change Consortium, 2003)*. Al igual que la comunicación alternativa, el proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes y productos (un programa de radio, un vídeo, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de estos no son sino un elemento complementario en el proceso de comunicación.” (Gumucio, 2011, p.12).

Esto se hace evidente cuando las poblaciones adquieren el conocimiento y dominio sobre las técnicas (manejo de los medios de comunicación, estrategias de comunicación, etc.) entonces se pueden establecer mecanismos de participación y acción que les permite la toma de decisiones, es decir, del ejercicio del poder¹.

¹ El papel de la comunicación para el cambio social: empoderamiento y participación en contextos de violencia. En: Encuentros No. 1, junio 2015, pág. 11-23.
Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v13n1/v13n1a01.pdf>

VIII. OBJETIVOS

Objetivo General

Fortalecer el posicionamiento y una imagen positiva del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través de la difusión de los servicios y programas gratuitos del MTPE con énfasis en la promoción del empleo decente, la formalización laboral, la inserción juvenil al mercado laboral, la empleabilidad, capacitación laboral, el diálogo social, la protección de los derechos laborales de los grupos vulnerables, así como brindar atención cercana y oportuna a la ciudadanía.

Objetivos Específicos

1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.
2. Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.
3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.
4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

IX. PÚBLICO OBJETIVO

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo de acuerdo a los ejes temáticos y programas tiene como público objetivo:

Público Objetivo Externo

Temas relevantes	Público objetivo	Publico secundario
1. Diálogo sociolaboral.	Sector empleador Sector gremial	Funcionarios de entidades públicas Empleadores Dirigentes sindicales
2. Regulación y defensa de los derechos fundamentales laborales.	Ciudadanía.	Empleadores.
3. Promoción del empleo. Centros de Empleo	Ciudadanía.	Empleadores.
4. Empleos Perú.	Población en búsqueda de empleo, capacitación y certificado único laboral.	Trabajadores y trabajadoras
5. Servicios del Centro de Empleo.	Ciudadanos y ciudadanas que requieren asesoría laboral gratuita.	Empleadores.
6. Capacitación laboral.	Población interesada en actualizar sus conocimientos para mejorar su empleabilidad.	Empleadores.

Temas relevantes	Público objetivo	Publico secundario
7. Certificación de competencias laborales.	Personas que buscan certificar sus competencias laborales.	Ministerios de los diferentes sectores económicos. Centros de Certificación de Competencias Laborales
8. Seguridad y salud en el trabajo.	Empleadores del sector público.	Ciudadanía.
9. Formalización laboral.	Empleadores de micro y pequeñas empresas, trabajadores y gremios de trabajadores a los cuales afecta directamente el problema de la informalidad laboral.	Población que tiende hacer emprendimientos.
10. Hostigamiento sexual laboral.	Empleadores del sector privado.	Ciudadanía.
11. Inspección y fiscalización laboral.	Empleadores del sector privado.	Trabajadores y trabajadoras.
12. Seguridad social.	Empleadores del sector público y privado.	Trabajadores y trabajadoras.
13. Programa de Empleo Temporal Llamkasun Perú.	Gobierno Nacional Gobiernos regionales Gobiernos locales (provincial y distrital)	Hombres y mujeres entre los 18 y 64 años de edad, de las zonas urbanas, peri urbanas y rurales del Perú, con énfasis en los distritos focalizados por el programa.
14. Programa Nacional para el Empleo Jóvenes Productivos.	Personas mayores de 15 años, que se encuentran en situación de pobreza extrema, pobreza o vulnerabilidad sociolaboral.	Empresarios privados de todos los sectores de la producción nacional que requieran personal en diferentes ocupaciones básicas.
15. Prevención y/o solución de conflictos laborales.	Gremios de trabajadores Sindicatos Empleadores	Funcionarios de entidades públicas Empleadores Dirigentes sindicales
16.1 Priorización de grupos vulnerables: a) Lucha contra la explotación laboral infantil y de adolescentes.	Empleadores/as del sector privado, productores/as, familias productivas.	Niños, niñas y adolescentes, padres y madres de familia, y público en general.
16.2 Priorización de grupos vulnerables: b) Trabajo forzoso.	Población en riesgo de trabajo forzoso (menores, jóvenes y adultos)	Entidades públicas y privadas relacionadas a la lucha contra el trabajo forzoso.
16.3 Priorización de grupos vulnerables: c) Personas con discapacidad.	Población con discapacidad en búsqueda de empleo.	Empleadores del sector privado.
16.4 Priorización de grupos vulnerables: d) Trabajadoras del hogar.	Empleadores/as. Trabajadores y trabajadoras del hogar	Personas que están en búsqueda de trabajadores y trabajadoras del hogar.
17. Libertad sindical.	Sector empleador Sector gremial	Funcionarios de entidades públicas Empleadores Dirigentes sindicales
18. Información laboral y del mercado de trabajo.	Investigadores Academia Estudiantes	Ciudadanía

En relación a los aliados estratégicos son:

- Tomadores de decisiones.
 - Gobierno central.

- Gobiernos regionales, provinciales y locales.
- Otros sectores intergubernamentales.
- Poder Legislativo.

- Medios de comunicación.
 - Periodistas y comunicadores sociales.
 - Líderes de opinión (columnistas, editores, comentaristas, influencers, entre otros).

- Entidades vinculadas al Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Sunafil.
 - EsSalud.
 - Direcciones Regionales de Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Servir.
 - Organización Internacional del Trabajo.

- Sociedad civil organizada.
 - Gremios.
 - Sector empleador.
 - Colegios profesionales.
 - Organismos No Gubernamentales.
 - Cooperación internacional.
 - Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas - CONFIEP
 - Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
 - Sociedad Nacional de Industrias - S.N.I.
 - Cámara Peruana de la Construcción – CAPECO
 - Asociación de Bancos del Perú – ASBANC
 - Cámara de Comercio de Lima - CCL
 - Coordinadora de Empresas de Gamarra
 - Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía – SNMPE
 - Sociedad Nacional de Pesquería - SNP
 - Asociación de Exportadores - ADEX

- Ejecutivo de Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE
- Conglomerados de Pequeña Empresa en el Perú – CPEP
- Especialistas.
 - Especialistas y técnicos en temas laborales.
 - Exministros y exfuncionarios.

X. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

El presente plan contempla cuatro estrategias con un enfoque de 360°:

- 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.
- 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.
- 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

En relación a las estrategias de intervención, el presente Plan de Comunicaciones Anual de la OCII del MTPE pretende una intervención integral, de allí que apuesta por la combinación de opciones de diferentes formas de comunicación.

Estrategia 1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación

Se propone desarrollar acciones para promover los servicios y programas del MTPE enmarcados en los 6 Objetivos Estratégicos Institucionales del MTPE.

Con el uso de esta estrategia queremos difundir nuestras acciones sin tener que invertir y no generar costo al Estado. La gestión de medios (Publicity) es un recurso que permite a las instituciones obtener un espacio gratuito en los medios de comunicación a través de la incidencia y/o abogacía con medios de comunicación. Para ello, la pieza fundamental es la información que debe ser de tipo noticiosa a fin de interesar al medio de comunicación para su difusión porque resulta de interés para la población.

Esta estrategia se sustenta en la incidencia que realiza el equipo de prensa con los periodistas de medios de comunicación. Ello, incluye diseñar un plan de medios para difundir los múltiples servicios y programas que ofrece el MTPE a favor de la ciudadanía, que puede contener productos de comunicación tales como notas de prensa, entrevistas, reportajes, microondas, conferencias de prensa, entre otros.

Asimismo, se propone desarrollar acciones de selección de medios de comunicación; entre los que se denominan medios de comunicación masivos a nivel nacional, regional, local y medios especializados y regionales. De esta manera, se tiene la posibilidad de abordar diferentes temas que genera el propio MTPE, así como los vinculados con organismos nacionales y extranjeros.

El desarrollo de acciones que constituyan publicidad estatal se realiza de conformidad con el marco normativo vigente.

Estrategia 2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

Se desarrollarán planes de comunicación relacionados a los ejes temáticos y los temas relevantes del MTPE, que tendrán en cuenta acciones de comunicación directa, masiva y alternativa.

Dentro de esta estrategia se encuentra la publicidad estatal, la cual es usada por las instituciones cuando se busca difusión masiva de alto impacto con la finalidad de llegar al mayor porcentaje del público objetivo primario y secundario con un presupuesto asignado por la institución.

Sin embargo, hay que tener claro algunas cuestiones previas cuando hablamos de publicidad estatal. En el caso de las instituciones públicas, este tema está normado por la Ley N° 31515 que modifica la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, donde se establecen los criterios para el uso de recursos públicos en el rubro de publicidad, ya sea en prensa escrita, radio y televisión.

Asimismo, en la Resolución N° 00047-2024-JNE, Reglamento sobre Propiedad Electoral, Publicidad Estatal y neutralidad en periodo electoral, se define a la publicidad estatal como la información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos, destinada a divulgar la programación, el inicio o la consecución de sus actividades, obras y políticas públicas, cuyo objeto sea posicionarlas frente a los ciudadanos que perciben los servicios que estas prestan.

En este orden, siendo el 2025 un año que abarca al periodo electoral correspondiente a las Elecciones Generales 2026, es importante tener en consideración las disposiciones sobre publicidad estatal establecidas por el Jurado Nacional de Elecciones y demás normas que resulten aplicables.

El MTPE, a través de la OCII y en coordinación con la Secretaría General del MTPE, desarrollará el Plan de Estrategia Publicitaria Anual, documento de gestión que contendrá la propuesta de publicidad estatal a ser difundida en medios de comunicación masivos y alternativos. Para ello, todos los Órganos, Unidades Orgánicas y Programas del MTPE que lo conforman, tienen la obligación de remitir el año fiscal previo sus propuestas de difusión en medios de comunicación (prensa, radio, TV y digital), a fin de que sean incluidas en el Plan de Estrategia Publicitaria del siguiente año.

Mediante Resolución Ministerial se aprueba el Plan de Estrategia Publicitaria que corresponde al año de ejecución.

Los criterios que se utilizarán para la selección de medios son los siguientes: cobertura, alcance, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros que se considere.

Cabe indicar que, se cuenta con una Directiva del procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que ha sido aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, Directiva General N° 09-2016-MTPE/4, y su modificatoria. Este documento tiene como objetivo, establecer y delimitar los lineamientos para

la formulación, elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE.

Estrategia 3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial

En la Estrategia 3, se propone la gestión efectiva de la comunicación digital basada en el respeto de la ética profesional y periodística.

Se propone gestionar las cuentas oficiales del MTPE en las redes sociales tales como: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Flickr, YouTube, TikTok, canal WhatsApp; así como, la generación de contenido informativo y utilitario en beneficio de los ciudadanos. Ya sea para promocionar, entender o conectarse a las necesidades de los usuarios en estos nuevos espacios de socialización, las redes sociales son necesarias e importantes como herramientas que facilitan el contacto con los internautas, para difundir los servicios y programas del MTPE.

En tanto las disposiciones establecidas por el Jurado Nacional de Elecciones en el marco del periodo electoral correspondiente a las Elecciones Generales 2026 comprenden la difusión de publicidad estatal en redes sociales y/o plataformas digitales, el presente Plan toma en cuenta aquellas en su implementación, así como demás normativa que resulte aplicable.

Se debe destacar que el MTPE cuenta con gran cantidad de seguidores, en Facebook se cuenta con 1 551 724 seguidores y 535 757 seguidores en X. Se pretende incrementar y fidelizar la audiencia del MTPE en redes sociales oficiales del Ministerio, implementando acciones innovadoras para la recordación de los mensajes de los temas relevantes del MTPE.

Estrategia 4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE

En la Estrategia 4, se propone organizar actividades presenciales y virtuales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para difundir las actividades y logros del MTPE a nivel nacional. Se busca promover la articulación de diversos actores y la comunidad para generar diálogo público en torno a un tema.

En resumen, se busca generar empatía en la comunicación con acciones alternativas y generalmente interpersonales que pueden incluir la organización de ferias, Semanas del Empleo, seminarios, pasacalles, conversatorios, entre otros.

XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES

A continuación, detallamos las actividades de acuerdo a las estrategias del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

ESTRATEGIA 1.1

Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.

ACTIVIDADES

- 1.1.1 Elaboración y difusión de publicaciones (notas de prensa y comunicados) de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.
- 1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.
- 1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio.
- 1.1.4 Soporte audiovisual de actividades institucionales del MTPE.
- 1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.
- 1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.

ESTRATEGIA 2.1

Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

ACTIVIDADES

- 2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.
- 2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según temas relevantes del MTPE.
- 2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

ESTRATEGIA 3.1

Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.

ACTIVIDADES

- 3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.
- 3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.
- 3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

ESTRATEGIA 4.1

Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.

ACTIVIDADES

- 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.
- 4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.

4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.

XII. PROGRAMACIÓN DE INDICADORES Y METAS*

A nivel de resultado:

- Nivel de conocimiento sobre la labor y los temas relevantes del Ministerio.
- Nivel de satisfacción de la ciudadanía sobre los servicios y programas que brinda el MTPE.
- Incremento del uso de los servicios y programas del MTPE por la ciudadanía.

A nivel operativo:

Líneas estratégicas	Actividad	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2025
1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Elaboración y difusión de publicaciones (notas de prensa y comunicados) de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	Nº de publicaciones difundidas	Publicaciones	150
	1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.	Nº de conferencias de prensa organizadas	Conferencia de prensa	15
	1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio.	Nº de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas	Entrevista	60
	1.1.4 Soporte audiovisual de actividades institucionales del MTPE.	Nº de álbumes publicados en Flickr	Álbum Flickr	70
		Nº de Registro Fílmico (corte para medios)	Registro Fílmico	45
	1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.	Nº de videos editados y difundidos	Video	60
	1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.	Nº de impactos positivos en prensa	Impacto positivo	4500
Nº de informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.		Informe	4	
2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.	Nº planes de estrategia publicitaria aprobados.	Plan de Estrategia Publicitaria	1
	2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.	Nº de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	Plan de comunicación	8
	2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	Nº de diseños de materiales comunicacionales elaborados.	Diseño de material comunicacional	1800
3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.	3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.	Nº de publicaciones únicas difundidas en redes sociales	Publicación	1200
		Nº de diseños publicados para redes sociales	Diseño	500
		Nº de videos publicados para redes sociales	Video	150
		Nº de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.	Transmisiones en vivo	35
		Nº de reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio	Video vertical	350

Líneas estratégicas	Actividad	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2025
	3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.	N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general	Campaña digital	6
	3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.	N° de informes de todas las redes sociales institucionales	Informe	4
4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.	N° de eventos institucionales realizados	Evento	70
	4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.	N° de diseños de eventos de capacitación del MTPE difundidos.	Web banner	200
	4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.	N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas.	Carpeta	70

(*) La temporalidad es anual y el detalle de las metas físicas se encuentra en el Anexo 1.

XIII. RESULTADOS

A nivel de resultado:

- La ciudadanía conoce la labor y los temas relevantes del MTPE.
- La ciudadanía está informada sobre los servicios y programas que brinda el MTPE.
- Incremento del uso de los servicios y programas del MTPE por la ciudadanía.

Los indicadores de resultado serán coordinados con la Dirección Regional de Trabajo y Promoción del Empleo de Lima Metropolitana y la Dirección General del Servicio Nacional del Empleo.

A nivel operativo:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

- 150 publicaciones
- 15 conferencias de prensa organizadas.
- 60 entrevistas difundidas.
- 70 álbumes publicados en Flickr.
- 45 registros fílmicos (corte para medios).
- 60 videos editados y difundidos.
- 4500 impactos positivos en prensa.

- 4 informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.

- 1 plan de estrategia publicitaria aprobado.
- 8 planes de comunicación según actividades del MTPE.
- 1800 diseños de materiales comunicacionales elaborados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.

- 1200 publicaciones únicas difundidas en redes sociales.
- 500 diseños publicados para redes sociales.
- 150 videos publicados en redes sociales.
- 35 transmisiones en vivo.
- 350 videos verticales informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio.
- 6 campañas digitales.
- 4 informes de redes sociales oficiales del Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.

- 70 eventos institucionales realizados.
- 200 diseños difundidos de eventos de capacitación del MTPE.
- 70 carpetas protocolares elaboradas.

XIV. ÓRGANO RESPONSABLE

La OCII es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE; y de la asistencia al proceso de implementación, en lo referente a difusión y comunicación. Los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE son los responsables de brindar la información técnica para la difusión correspondiente.

XV. IMPLEMENTACIÓN

La implementación se realizará durante el 2025 por parte de la OCII de acuerdo a la matriz del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE (Anexo 1) y en cumplimiento de la normativa vigente.

XVI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es responsable del seguimiento y evaluación del cumplimiento del Plan de Comunicaciones 2025 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que se efectuará mediante informes de manera semestral y anual ante la Secretaría General del MTPE.

XVII. VIGENCIA

El presente Plan de Comunicaciones 2025 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo estará vigente durante el 2025.

XVIII. FINANCIAMIENTO

Las acciones propuestas se financiarán con recursos presupuestales de la OCII, a través de la meta presupuestal 0000016 (Correlativo 0038) Acciones de Imagen Institucional de la Unidad Ejecutora 001. Asimismo, los requerimientos de acciones de difusión solicitados por los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE deberán ser coordinados con la OCII, de acuerdo a la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG.

A continuación, se indica, en resumen, el presupuesto estimado para la ejecución del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE, alineado al Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2025 consistente con el PIA 2025 del Pliego 012: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) aprobado mediante Resolución Ministerial N° 000207-2024-TR.:

CATEGORIA PRESUPUESTARIA/ACTIVIDAD/META/GENÉRICA DEL GASTO	PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIONES
9001 ACCIONES CENTRALES	
5000002 CONDUCCION Y ORIENTACION SUPERIOR	
META 0000016 ACCIONES DE IMAGEN INSTITUCIONAL	S/ 2,251,669.00
FF RECURSOS ORDINARIOS	
2.1 PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES	
2.3 BIENES Y SERVICIOS	
FF RECURSOS DIRECTAMENTE RECAUDADOS	
2.3 BIENES Y SERVICIOS	
TOTAL UE 001:MT-OGA	S/ 2,251,669.00
TOTAL PLAN DE COMUNICACIONES 2025	S/ 2,251,669.00

XIX. ANEXOS

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE.
2. Efemérides del MTPE 2025.

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2025 del MTPE

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
PESEM 2024-2030 del sector Trabajo y Promoción del Empleo aprobado con Resolución Ministerial N° 00048-2024-TR: - OES.01 "Incrementar la formalización laboral de la fuerza de trabajo" - AES.01.06 "Fortalecer la capacidad rectora del Sector Trabajo y Promoción del Empleo a nivel Nacional". PEI 2025-2030 del MTPE aprobado con Resolución Ministerial N° 205-2024-TR:	Fortalecer el posicionamiento y una imagen positiva del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo a través de la difusión de los servicios y programas gratuitos del MTPE con énfasis en la promoción del empleo decente, la formalización laboral, la inserción juvenil al mercado laboral, la empleabilidad, capacitación laboral, el diálogo social, la protección de los derechos laborales de los grupos vulnerables, así como brindar	1. Promover la comunicación de las acciones, servicios y programas del MTPE de manera oportuna, transparente y eficaz a la ciudadanía y a los diferentes públicos objetivos.	1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Elaboración y difusión publicaciones (notas de prensa y comunicados) de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	N° de publicaciones difundidas	Publicaciones	37	38	37	38	150	S/ 1 113 669
				1.1.2 Organización de conferencias de prensa en temas relevantes del MTPE.	N° de conferencias de prensa organizadas	Conferencia de prensa	4	4	4	3	15	
				1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del ministerio.	N° de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas	Entrevista	15	15	15	15	60	
				1.1.4 Soporte audiovisual de actividades del MTPE.	N° de álbumes publicados en Flickr	Álbum Flickr	15	15	15	15	60	
					N° de Registro Fílmico (corte para medios)	Registro Fílmico	10	15	10	10	45	
				1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.	N° de videos editados y difundidos	Video	15	15	15	15	60	

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto	
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre			
- OEI.06 "Modernizar la gestión institucional, con énfasis en la transformación digital, orientada a resultados en favor de la población".	atención cercana y oportuna a la ciudadanía.			1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.	N° de impactos positivos en prensa	Impacto positivo	1125	1125	1125	1125	4500		
					N° informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.	Informe	1	1	1	1	4		
		2. Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE mediante acciones de sensibilización, promoción y difusión.	2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.1 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE para su aprobación.	N° planes de estrategia publicitaria aprobados.	Plan de Estrategia Publicitaria	1	-	-	-	1	S/ 350,000.00 UE 001: MT-OGA	
					2.1.2 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.	N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	Plan de comunicación	2	2	2	2	8	S/ 150,000.00
					2.1.3 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados	Diseño de material comunicacional	450	450	450	450	1800	
		3. Promover la comunicación digital de las acciones, servicios y programas que desarrolla el MTPE a la ciudadanía y a los diferentes	3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del	3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.	N° de publicaciones únicas difundidas en redes sociales	Publicación	300	300	300	300	1200	S/ 384,000.00	
					N° de diseños publicados para redes sociales	Diseño	125	125	125	125	500		
					N° de videos publicados para redes sociales	Video	38	37	38	37	150		

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
		públicos objetivos.	MTPE con enfoque multisectorial.		N° de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.	Transmisiones en vivo	9	10	8	8	35	S/ 254,000.00
					N° reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio	Video vertical	88	87	88	87	350	
				3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.	N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general	Campaña digital	2	2	1	1	6	
				3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.	N° de informes de todas las redes sociales institucionales	Informe	1	1	1	1	4	
		4. Posicionar la imagen institucional del MTPE a través del desarrollo de actividades, eventos y alianzas estratégicas.	4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.	N° de eventos institucionales realizados	Evento	18	17	18	17	70	
				4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.	N° de diseños de eventos de capacitación del MTPE difundidos.	Web banner	50	50	50	50	200	

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
				4.1.3 Asistencia en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.	N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas.	Carpeta	18	17	18	17	70	
Total											S/ 2,251,669.00	

2. Efemérides del MTPE 2025

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
Enero	1	Año Nuevo	OCII
	4	24 Aniversario CNTPE	CNTPE
	4	Día Mundial del Braille	DGDFSST
	24	Día Internacional de la Educación	DGNFECCL
Febrero	1	Día de la Lucha contra el Trabajo Forzoso	DGDFSST
	11	Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia	DGNFECCL
	20	Día Mundial de la Justicia Social	DGDFSST
	27	Día de la Lucha contra el hostigamiento sexual en el ámbito laboral	DGDFSST
Marzo	8	Día Internacional de la Mujer	OCII
	22	La Hora del Planeta	Comité de Ecoeficiencia OGA
	30	Día Internacional de los Trabajadores y Trabajadoras del Hogar	DGDFSST
Abril	2	Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo	OCII
	2.º domingo	Día del Niño Peruano	OCII
	21	Día Mundial de la Creatividad y la Innovación	OCII
	28	Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo	DGDFSST
	30	76 aniversario del MTPE	SG OGRH
Mayo	1	Día Internacional de los Trabajadores	OCII
	1	106.º Aniversario de la Jornada Laboral de 8 horas	OCII
	1	Ceremonia de Condecoración de la Orden del Trabajo	CNTPE Alta Dirección
	2do domingo	Día de la Madre	OGRH
	15	Día Nacional de la Micro y Pequeña Empresa	OCII
	29	Día del Servidor Público	OGRH
Junio	3	Día Mundial de la Bicicleta	OCII
	7	145.º Aniversario de la batalla de Arica y de Renovación del Juramento de Fidelidad a la Bandera	OCII
	12	Día Mundial contra el Trabajo Infantil	DGDFSST
	3er domingo	Día del Padre	OGRH
	24	Día del Campesino	OCII
	27	Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas	DGPPFLIT
	27	Día Internacional de la Sordoceguera	OCII

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
Julio	6	Día del Maestro	OCII
	2da semana	Semana Corazón Azul contra la trata de personas - Trabajo forzoso	DGDFSST
	28-29	Fiestas Patrias	OGRH
Agosto	10	2.º Aniversario Programa Empleo Temporal Llamkasun	Llamkasun
	12	Día Internacional de la Juventud	Programa Nacional del Empleo Jóvenes Productivos DGNFECCL
	3.º domingo	Día del Niño	OCII
	26	Día del Abuelo y Abuela Peruanos	OGRH
	27	Día de la Defensa Nacional	OSDNA
	4ta Semana 23 al 27	Semana de la Lactancia Materna Lactarios institucionales	DGDFSST
Septiembre	2.º domingo	Día de la Familia Peruana	OCII
	18	Día Internacional de la Igualdad Salarial	DGDFSST
	Tercera semana	Conciliación de la vida laboral y familiar	DGDFSST
	23	Día Nacional Contra la Trata de Personas	OCII
	24 al 30	Semana Nacional de los Derechos del Niño	OCII
Octubre	1	Día Internacional de las Personas de Edad	DRTPELM
	8	Día del Héroe Miguel Grau Seminario – Combate de Angamos	OCII
	10	Día Mundial de la Salud Mental	DGDFSST
	11	Día Internacional de la Niña	OCII
	16	Día Nacional de las Personas con Discapacidad	VMPECL
	18	Aniversario Programa Jóvenes Productivos	Programa Nacional del Empleo Jóvenes Productivos
	Tercera semana	Semana de la Lucha contra el Cáncer	OCII DSST SG
	25	Día de los Trabajadores en Construcción Civil	OCII
	25	Día Nacional de la Persona de Talla Baja	DGPE
Noviembre	19	Día de la Mujer Emprendedora	DRTPELM OCII
	20	Día Internacional de los Derechos del Niño y la Niña	DGDFSST DRTPELM OCII
	25	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer	DGDFSST

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
Diciembre	2	Día Internacional para la Abolición de la Esclavitud	DGDFSST OCII
	3	Día Internacional de las Personas con Discapacidad	OCII
	6 al 10	Semana de Integridad	OGRH OCII
	10	Día de los Derechos Humanos	OCII
	18	Día Internacional del Migrante	Dirección de Migración Laboral
	25	Navidad	SG OGRH



MTPE

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

www.gob.pe/mtpe



Av. Salaverry 655, Jesús María
Teléfono: 630 60 00

Síguenos en:

