

**PLAN DE ESTRATEGIA  
PUBLICITARIA 2014**

**COMISIÓN NACIONAL PARA EL  
DESARROLLO Y VIDA SIN DROGAS -  
DEVIDA**

---

## ÍNDICE

1. Introducción.....	3
2. Justificación.....	4
3. Base legal.....	5
4. Objetivos.....	6
5. Población objetivo .....	6
6. Campañas.....	7
7. Medios de comunicación a utilizarse.....	10
8. Presupuesto estimado.....	11
9. Cronograma de ejecución .....	12
10. Bibliografía.....	12

I. INTRODUCCIÓN

La Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas (DEVIDA), ente rector en la Lucha Contra las Drogas (LCD), tiene como misión diseñar y conducir la política contra las drogas en el Perú, en forma eficiente y concertada, coordinando, promoviendo, orientando programas y proyectos dirigidos a lograr que la población peruana excluya acciones vinculadas a la producción y al consumo de drogas y privilegie estilos de vida saludables.

En este sentido, el Área de Relaciones Institucionales y Comunicación ha programado, en coordinación con los Direcciones Técnicas y Programas Presupuestales, la ejecución de campañas de comunicación con el objetivo de sensibilizar a la población sobre los riesgos y consecuencias del consumo, producción y tráfico de drogas, así como resaltar la importancia del Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible como eje del desarrollo económico y social en las zonas de intervención.

Para ello, implementará campañas comunicacionales que incluyan medios masivos como radio, televisión y prensa escrita de alcance nacional y regional, así como actividades informativas y educativas en espacios de socialización o de encuentro de nuestros públicos. Las acciones estarán en estrecha coordinación con otros sectores del Estado y con operadores privados de las agencias de cooperación.

La propuesta de comunicación 2014 contempla una intervención publicitaria importante en el ámbito nacional con el objetivo de sensibilizar a la población sobre los tres ejes de la ENLCD 21012-2016 (prevención del consumo de drogas, control de la oferta y desarrollo alternativo integral y sostenible) y generar corrientes de opinión favorable a la LCD. Asimismo busca mejorar las percepciones de la población en relación a la presencia del Estado en las zonas cocaleras.



## I. JUSTIFICACIÓN

Nuestro país vive una problemática constante en relación a las drogas que afecta a la población en general, siendo los jóvenes los más vulnerables como lo demuestran diversos estudios realizados sobre el tema.

El IV estudio Nacional: Prevención y consumo de drogas en estudiantes de secundaria (DEVIDA, 2012), estimó que cerca del 39.7% demanda orientación e información en el tema de drogas. Se estima que la edad media de inicio del consumo bordea los 13 años de edad. Cada año se inician cerca de 70 mil personas en el consumo de marihuana, droga de mayor consumo en el país.

Respecto al Control de la Oferta, los reportes de la DIRANDRO (2013) indican el decomiso de 13,123 kg de clorhidrato de cocaína, 10,565 kg de PBC y 3,650 kg de marihuana, así como 2'232,981 kg de insumos químicos que iban a ser usados en la elaboración de drogas. Asimismo, la DIRANDRO reporta que se ha intervenido un total de 209 burriers (169 hombres y 40 mujeres) que iban a sacar drogas fuera del país.

Sobre el Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible, el informe de evaluación del PIRDAIS (Programa de Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible) del año 2012, indica que tres de cada cuatro personas del nivel comunitario perciben que su comunidad ha mejorado en los últimos dos años. Además, perciben que la situación económica ha mejorado. Los resultados del informe también permiten determinar que más de la mitad de la población presenta un nivel de conciencia medio sobre medio ambiente.

En relación a esta problemática, *Arriagada y Hoppenhayn* (2000) manifiestan que los problemas asociados a la producción, el tráfico y el consumo de drogas afectan la calidad de vida de la población, ya que están ligados a formas de exclusión social y debilidad institucional, las cuales generan mayor inseguridad y violencia.

En la búsqueda para cambiar esta problemática, la comunicación se vuelve un componente indispensable para contribuir al proceso de sensibilización en todos los ámbitos priorizados. *Sánchez* (2004), resalta que la comunicación por sí sola no puede producir cambios en la conducta, sino a través de un programa integral que incluya una serie de estrategias que deben ser desarrolladas en diferentes niveles.

*Noar, Palmgreen, Chabo, Dobransky, y Zimmerman* (2009), sostienen además que se deben incorporar una serie de componentes individuales a nivel de comportamiento, las cuales deben estar acompañadas de grandes campañas que permitan visibilizar una propuesta integral.

En este sentido, la campaña en medios masivos (radio, televisión y prensa escrita) estarán sustentadas con otras intervenciones a nivel interpersonal y comunitario que permitan reforzar los mensajes para los diferentes públicos. El diseño de los productos estarán previamente consensuados con los públicos, a partir de la comprensión de los aspectos socioculturales (Honer, Romer y Vanable, 2008; Romer et al., 2009).



K. GUINDE



C. PILCO



L. SEVILLA



C. FIGUEROA

### III. BASE LEGAL

- Ley N° 28874 "Ley que regula la Publicidad Estatal" publicada el 15 de agosto de 2006.
- Decreto Legislativo N° 1017 "Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento".

### IV. OBJETIVOS

#### Objetivo General

Contribuir a que la población del ámbito de intervención de DEVIDA desarrolle actitudes favorables al Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible, y descarte acciones vinculadas al consumo y tráfico ilícito de drogas.

#### Objetivos Específicos:

- Promover el Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible y la protección del medio ambiente en las zonas cocaleras.
- Sensibilizar de manera sostenida a los adolescentes y jóvenes sobre las consecuencias legales y sociales del lavado de activos, el tráfico de drogas y el desvío de insumos químicos.
- Sensibilizar de manera sostenida y oportuna a los adolescentes y jóvenes sobre los beneficios individuales y sociales de evitar el consumo de drogas ilegales y abuso de las drogas legales y, difundir el servicio Habla Franco.



### V. POBLACIÓN OBJETIVO

#### Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible.

- Agricultores y agricultoras de valles cocaleros.
- Población general.
- Autoridades nacionales y líderes de opinión.

#### Prevención del tráfico de drogas, insumos químicos y lavado de activos

- Adolescentes y jóvenes.
- Transportistas y comerciantes.
- Fuerzas Armadas y Policiales.

#### Prevención del Consumo de Drogas / Servicio de Orientación y Consejería Habla Franco.

- Adolescentes y jóvenes.
- Padres de familia.

### VI. ALCANCE

- Nacional.



## VI. CAMPAÑAS

### PROMOCION DE DESARROLLO ALTERNATIVO INTEGRAL Y SOSTENIBLE

En relación al medio ambiente, el Perú cuenta con eco-regiones con gran biodiversidad, pero que se encuentran también frágiles y amenazadas. Existen diversos factores externos, como la migración debido a la búsqueda de mejores oportunidades que han alentado procesos de deforestación de tierras forestales y bosques desprotegidos, apreciándose procesos erosivos que a su vez propician la pérdida de la biodiversidad, la extinción de especies y la alteración de los patrones hidrológicos.

En las cuencas de influencia cocalera, el cultivo de la hoja coca es uno de los principales factores asociados a esta dramática situación. En el año 2002, el Centro de Datos para la Conservación de la Universidad Nacional Agraria La Molina (CDC-UNALM) estimó que el bosque perdido en las cuencas de los ríos Huallaga, Pachitea- Aguaytía y Apurímac, suma más de 1 millón 200 mil hectáreas, y en este último quinquenio, DEVIDA calcula unos 2'500,000.00 de hectáreas. Del total de superficie deforestada el 66% corresponde a tierras forestales y el 24% de tierras en áreas protegidas. (DEVIDA, 2009).

Asimismo, la producción de droga en estas zonas genera un impacto negativo al medio ambiente, debido al empleo de agroquímicos (pesticidas, herbicidas, etc.), fertilizantes químicos y al desecho de compuestos tóxicos que afectan la tierra y el agua. Todo ello genera niveles de toxicidad que afectan los sistemas ecológicos y la salud humana.

Según Cedro (2001), los campesinos cocaleros del Huallaga reconocen el impacto negativo a la tierra (estéril), debido a la deforestación y al uso de agroquímicos. Sin embargo, los agricultores del VRAE niegan esta relación. Respecto a la salud, los campesinos de VRAE, a diferencia a los del Huallaga, afirman que el cultivo de la coca no afecta su salud y que no saben si la producción de la droga lo hace.

Ante esta situación, DEVIDA busca promover, a través de la publicidad en medios masivos, productos bandera del Desarrollo Alternativo, Integral y Sostenible como el café, cacao, plátano u otros, así como sensibilizar a la población sobre la importancia del cuidado del medio ambiente u otros temas relevantes a los objetivos del programa.

### PREVENCIÓN DEL TRÁFICO DE DROGAS, INSUMOS QUÍMICOS Y LAVADO DE ACTIVOS

En el Perú, la DIRANDRO (2013) reportó el decomiso de 13,123 kg de clorhidrato de cocaína, 10,565 kg de PBC y 3,650 kg de marihuana, así como 2'232,981 kg de insumos químicos que iban a ser usados en la elaboración de drogas. Asimismo, la DIRANDRO reportó que se ha intervenido un total de 209 burriers (169 hombres y 40 mujeres) que iban a sacar drogas fuera del país. Por su parte, la Superintendencia de Banca y Seguros en cumplimiento de la Ley N° 27765 contra el Lavado de Activos, y en coordinación con la Policía Nacional del Perú, monitorea los fondos que puedan tener un origen ilícito como el narcotráfico.

En este contexto, DEVIDA busca contribuir a la prevención del tráfico ilícito de drogas e insumos químicos, así como sensibilizar a la población sobre el delito del lavado de activos a través de estrategias de comunicación sostenidas.

Para ello, la propuesta comunicacional busca sensibilizar a las poblaciones beneficiarias sobre las consecuencias legales del tráfico ilícito de drogas, desvío de insumos químicos y lavado de activos, a través de una información oportuna y sostenida.



## PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS

El IV estudio Nacional: Prevención y consumo de drogas en estudiantes de secundaria (DEVIDA, 2012), estimó que cerca del 39.7% demanda orientación e información en el tema de drogas. En tanto, más de la mitad de estudiantes (55.4%) ha tenido acceso a servicios de orientación en el uso de drogas; a comparación del estudio realizado en el 2009 donde el (53.7%) declaró no haber contado con acceso a servicios de información en dicha temática.

Según la III Encuesta Nacional sobre prevención y consumo de drogas (2006) y el II Estudio Nacional: Prevención y consumo de drogas en estudiantes de secundaria (DEVIDA, 2007), el Perú registra un alto porcentaje de consumo de drogas legales (alcohol y tabaco), en relación al consumo de drogas ilegales como la marihuana y la cocaína. La edad promedio de inicio de consumo bordea los 13 años de edad, siendo una de las principales causas, el bajo nivel de involucramiento de los padres en la crianza de sus hijos.

De otro lado, el UNODC (2002) resalta que los programas de prevención de uso indebido de drogas deben tener una base comunitaria que incluya a los involucrados y no centrarse a una sola sustancia, ya que todas las sustancias guardan relación en cuanto a sus causas. También recomienda centrarse en los jóvenes porque están más expuestos a factores de riesgo para el consumo de drogas, pero se requiere incluir a otros grupos prioritarios que pueden influir en las condiciones de vida y en el entorno social del grupo destinatario principal.

En este sentido, DEVIDA busca diseñar estrategias comunicacionales de acuerdo a las necesidades y prioridades de la población, con énfasis en la promoción de habilidades para la vida y estilo de vida saludable. La campaña pretende promover referentes positivos a los adolescentes y jóvenes con la finalidad de alejarlos del consumo de drogas ilegales y del abuso de las drogas legales. Además, informar sobre los tipos de drogas, los beneficios de no consumirlas, así como las consecuencias negativas individuales y sociales de su consumo.

Asimismo, el servicio de información, orientación y consejería psicológica Habla Franco se difundirá como un servicio amigable, gratuito y confidencial al cual pueden recurrir para realizar consultas sobre el consumo de drogas, el cual es atendido por un grupo de psicólogos especialistas en el tema, resaltando el número telefónico, la página web y los beneficios de este servicio.



## VI. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La implementación de las campañas de comunicación se desarrollará a partir de un plan de medios sustentado en una evaluación cuantitativa (medirá la rentabilidad a partir del costo por punto de rating y costo por mil) y una evaluación cualitativa (basada en la programación, credibilidad, horario, conductor y otras condiciones), que garanticen una mayor audiencia del público y calidad del programa y del medio. La evaluación tendrá como base los estudios realizados por *Ibope Time* para televisión, *CPI* para emisoras y *Kantar Media Research (KMR)* para medios impresos.



Los spots de radio y televisión serán difundidos en medios de comunicación nacional y programas que cuenten con una alta audiencia, según nuestros públicos objetivos. Asimismo, las publicaciones se realizarán en diarios de alta lectoría.

La intervención prevista utilizará las siguientes piezas de comunicación:

- Spot de radio y spot de televisión.
- Publicación en diarios.

**PROMOCION DE DESARROLLO ALTERNATIVO INTEGRAL Y SOSTENIBLE**

Los spots de radio y televisión buscarán que los públicos priorizados reconozcan los beneficios de los productos alternativos como el café, cacao o plátano como un medio lícito para lograr un desarrollo económico sostenido. Además, se impulsarán temas de protección y conservación del medio ambiente. Las publicaciones de los avisos en diarios contribuirán a posicional los lemas de la campaña.

**PREVENCIÓN DEL TRÁFICO ILÍCITO DE DROGAS, INSUMOS QUÍMICOS Y LAVADO DE ACTIVOS**

Los spots de radio, televisión y publicación de prensa escrita informarán sobre las consecuencias legales del tráfico ilícito de drogas, desvío de insumos químicos, y lavado de activos, así como las consecuencias sociales de estar inmerso en esta situación.

**PREVENCIÓN DEL CONSUMO DE DROGAS.**

Los spots de radio, televisión y publicaciones en prensa, dirigido principalmente a la población adolescente y joven, estarán referidos a los beneficios de vivir alejado de las drogas, así como a incentivar el diálogo entre padre e hijo.

**VII. PRESUPUESTO ESTIMADO**

Los montos indicados se han estimado para la difusión en medios de comunicación de alcance nacional.



K. QUINDE



C. PILCO

TEMA	PRESUPUESTO	FUENTE DE FINANCIAMIENTO
Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible.	1'700,000.00	RO
Control de Oferta: Prevención del Tráfico de Drogas, Insumos Químicos y Lavado de Activos	1'012,000.00	RO
Prevención del consumo de drogas y promoción del servicio de orientación y consejería Habla Franco	550,000.00	RO
<b>TOTAL</b>	<b>3'262,000.00</b>	<b>Nuevos Soles</b>



L. SEVILLA

**VIII. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN**

Las campañas están programadas para ejecutarse a partir del segundo trimestre del año 2014.

TEMA	MES
Desarrollo Alternativo Integral y Sostenible.	ABRIL
Control de Oferta: Prevención del Tráfico de Drogas, Insumos Químicos y Lavado de Activos	MAYO
Prevención del consumo de drogas y promoción del servicio de orientación y consejería Habla Franco	JUNIO



C. FIGUEROA

## IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arriagada, Irma, y Hoppenhayn, M. (2000). Producción, tráfico y consumo de drogas en América Latina. Serie Políticas Sociales, N° 41, Octubre 2000, Santiago de Chile. División de Desarrollo Social de la CEPAL. Naciones Unidas. Recuperado de <http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/5/19465/P19465.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>

Comunidad Andina. (2009). Proyecto DROSICAN con el apoyo de la Comisión Interamericana para el Control y Abuso de Drogas (CICAD) de la OEA. Estudio Epidemiológico Andino sobre Consumo de Drogas Sintéticas en Población Universitaria. Informe comparativo: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Lima, Perú.

CEDRO (2001) Los campesinos cocaleros peruanos y el problema de las drogas. Lima, Perú.

CEDRO (2010) El problema de las Drogas en el Perú. Lima, Perú.

Horner J., Romer D., Vanable P. (2008) Using Culture-Centered Qualitative Formative Research to Design Broadcast Messages for HIV Prevention for African American Adolescents. *Journal of Health Communication*. 13: 309–325.

Noar S., Palmgreen P., Chabo M., Dobransky N., Zimmerman R. (2009) A 10-Year Systematic Review of HIV/AIDS Mass Communication Campaigns: Have We Made Progress? *Journal of Health Communication*. 11(1), 21–42

Noar, S. M. (2008). Behavioral interventions to reduce HIV-related sexual risk behavior: Review and synthesis of meta-analytic evidence. *AIDS & Behavior*, 12: 335–353.

Organización Panamericana de la Salud. (2001). Don Nutbeam. Pág. 15. Manual de comunicación social para programas de promoción de la salud en adolescentes. Recuperado de <http://www2.paho.org/hq/dmdocuments/2010/Manual-comunicacion-social-promocion-salud-adolescentes.pdf>

Policía Nacional del Perú. Dirección Antidroga. Observatorio Peruano de drogas. Recuperado de [http://www.opd.gob.pe/\\_mTree.asp?div=II](http://www.opd.gob.pe/_mTree.asp?div=II)

Romer, D. Sznitman, S. DiClemente R., Salazar, L., Vanable, P., Carey, M., Hennessey, M., Brown, L., Valois, R., Stanton B., Fortune y Juzang, I. (2009) Mass Media as an HIV-prevention strategy: using culturally-sensitive messages to reduce HIV-associated sexual behavior of at-risk african-american youth. *American Journal of Public Health*. Vol. 99 (12):2150-2159

UNODC (2002). Manual sobre programas de prevención del uso indebido de drogas con participación de los jóvenes. New York.

