



MUNICIPALIDAD PROVINCIAL
DE MOYOBAMBA

**PLAN DE ESTRATEGIA
PUBLICITARIA
2025**



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico de la MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE MOYOBAMBA generado en concordancia por lo dispuesto en la ley 27269. Autenticidad e integridad pueden ser contrastada a través de la siguiente dirección web <http://177.73.254.74/validad/c755c40d-84bc-49eb-8a0c-6537a539c50d.pdf>



ÍNDICE

- I. INTRODUCCIÓN
- II. OBJETIVO
- III. BASE LEGAL
- IV. ÁMBITO DE APLICACIÓN
- V. CONTENIDO
 - A. Plan Estratégico de Publicidad
 - B. Descripción, justificación y finalidad de las campañas
 - C. Propuesta y justificación técnica de medios
 - D. Presupuesto programado
- VI. EVALUACIÓN
- VII. RESPONSABILIDADES
- VIII. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA
- IX. LIMITACIONES
- X. REPOGRAMACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD



I. INTRODUCCIÓN

En el actual entorno de comunicación, dinámico y en constante evolución, la **Municipalidad Provincial de Moyobamba** reafirma su compromiso con una estrategia publicitaria sólida, efectiva e innovadora. Conscientes del rol fundamental que juega la comunicación en la gestión pública, presentamos el **Plan Estratégico de Publicidad (PEP) 2025**, una iniciativa diseñada para fortalecer el vínculo con la ciudadanía, optimizar la difusión de nuestras acciones institucionales y promover el desarrollo sostenible de nuestra provincia.

Este plan responde a la necesidad de garantizar una comunicación transparente, accesible y participativa, facilitando el acceso a información relevante y oportuna sobre los servicios, proyectos y programas municipales. Buscamos consolidar la confianza de la población mediante un enfoque estratégico que fomente la interacción ciudadana y refuerce la identidad local.

A través de un enfoque integral, el **PEP 2025** combina el uso de plataformas digitales, medios tradicionales como radio, televisión y prensa escrita, además de estrategias de comunicación presencial. De esta manera, aseguramos una cobertura amplia e inclusiva, llegando a todos los sectores de la comunidad, especialmente a aquellos que históricamente han tenido menor representación en el acceso a la información.

Este documento es el resultado de un proceso participativo que ha tomado en cuenta las expectativas y necesidades de nuestra población. Creemos firmemente que una comunicación efectiva no solo informa, sino que también empodera y moviliza a la ciudadanía hacia una Moyobamba más inclusiva, unida y próspera. Nuestro objetivo es claro: convertir la publicidad en una herramienta estratégica para el bienestar común, promoviendo la participación activa de la comunidad en el desarrollo y la toma de decisiones que impactan en el futuro de nuestra ciudad.

II. OBJETIVO

Objetivo General:

Fortalecer la comunicación y el vínculo con la ciudadanía, promoviendo la transparencia, participación activa y difusión efectiva de los servicios, proyectos y actividades municipales.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer la confianza ciudadana, mejorando la percepción sobre la gestión municipal a través de una comunicación clara y efectiva.
- Garantizar la transparencia, difundiendo de manera oportuna y accesible las acciones, proyectos y logros de la municipalidad.
- Impulsar la participación ciudadana, promoviendo el involucramiento activo en la toma de decisiones y la identificación de necesidades locales.
- Optimizar el uso de los recursos públicos, sensibilizando a la población sobre su gestión eficiente y su impacto en el bienestar comunitario.
- Promover la identidad y cohesión social, a través de la difusión de eventos culturales, deportivos, turísticos y sociales.



- Incrementar la asistencia y el compromiso ciudadano, fortaleciendo la convocatoria y la participación en eventos municipales.

II. BASE LEGAL

- El Decreto Supremo N.º 064-2023-PCM, el cual aprueba el reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N.º 28874, ley que regula la publicidad estatal modificada por la ley N.º 31515. Esta normativa es de gran relevancia para la Municipalidad Provincial de Moyobamba, ya que establece lineamientos claros para la contratación de la publicidad estatal.
- La Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N.º 31515, establece los mecanismos y criterios para el uso adecuado y eficiente de los recursos destinados a la publicidad estatal, la cual estableció los requisitos para la autorización de la misma.

III. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2025 será aplicado a nivel de la provincia de Moyobamba.

IV. CONTENIDO

A. Plan Estratégico de Publicidad:

La ley La Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N.º 31515, establece los mecanismos y criterios para el uso adecuado y eficiente de los recursos destinados a la publicidad estatal, establece que para autorización para la difusión de publicidad estatal es responsabilidad del titular del Sector, por tal motivo el área de Relaciones Públicas presenta el Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2025, el mismo que contiene las campañas para difusión en medios masivos como son redes sociales, radio, televisión, prensa escrita y publicidad en exteriores.

Las campañas obedecen una necesidad de información de la población moyobambina con respecto a temas de servicios, proyectos y eventos municipales en aras de la transparencia y accesibilidad a la información.

Estrategias de Comunicación:

- **Campañas de Difusión en Medios Locales:** Elaborar anuncios, spots, entrevistas, notas de prensa, reportajes y otros para televisión, radios y periódicos locales para informar sobre proyectos, actividades, programas y servicios municipales.
- **Redes Sociales:** Mantener las páginas de redes sociales Facebook, Instagram y TikTok activas para difundir noticias, eventos y logros de la municipalidad. Fomentar la interacción con los ciudadanos en tiempo real y recibir comentarios y sugerencias.



- **Paneles y Señalización:** Instalar paneles informativos y señalización en lugares estratégicos de la ciudad para promover eventos culturales, deportivos, turísticos, inauguraciones de obras, eventos sociales y noticias de interés público.
- **Publicidad Exterior:** Utilizar vallas publicitarias en puntos estratégicos de la ciudad para promocionar eventos, actividades y programas de todas las gerencias de la municipalidad.
- **Presupuesto y Evaluación:** Asignar un presupuesto adecuado para la ejecución del Plan de Publicidad Estatal. Realizar evaluaciones periódicas para medir el impacto de las estrategias de comunicación y realizar ajustes según los resultados obtenidos.

B. Descripción, justificación y finalidad de las campañas

Cada campaña del Plan de Estrategia Publicitaria (**PEP**) 2025 de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, deberá ser difundida en los medios ya mencionados, para tener una información clara y precisa con la población.

1. CAMPAÑAS “ECOTRUEQUE”

Las campañas de “Ecotrueque”, son necesarias para generar una mejor práctica de reciclaje, donde se pueda educar a la población en realizar un reciclaje adecuado y amigable con el medio ambiente, esto nos permite poder dar un uso sostenible a ciertos productos, por lo que es necesario realizarlos durante todo el año en fechas previamente establecidas y organizadas por la Gerencia de Gestión Ambiental.

Justificación:

Estos ecotrueques, nos va a permitir eliminar algunos objetos de una manera responsable, con la única finalidad de mantener nuestro medio ambiente limpio y ver la posibilidad de darle un segundo uso sostenible a estos productos. Además de ello, educamos a la población en tener estas buenas costumbres, involucrando a niños, jóvenes y adultos, mediante un incentivo que son plantas, abonos, productos de limpieza y demás premios.

Finalidad de la campaña:

- Realizar campañas.
- Difundir los intercambios.
- Dar incentivos a la población.
- Coordinar con colegios para que participen niños y jóvenes.
- Realizar flyer, videos.

Buscamos por intermedio de estas actividades, que la población tenga mayor conciencia ambiental y puedan manejar mejor los productos que aún pueden ser utilizados.

2. **CAMPAÑA DE “VUELTA AL COLE 2025”**

Esta campaña tiene como objetivo lograr fortalecer la relación entre la Municipalidad Provincial de Moyobamba y los contribuyentes.



Justificación:

Cumplir con el compromiso 2 mejorar los niveles de recaudación del impuesto predial y el 2.1 porcentaje de efectividad de recaudación del impuesto predial corriente y con el convenio con la cooperación suiza.

Finalidad de la campaña:

- Incrementar los niveles de recaudación del impuesto predial 2025
- Generar interés en la población y educación.
- Llegar a la mayor cantidad de contribuyentes dentro de la provincia.
- Impulsar políticas y medidas que contribuyan a la educación de pago de los contribuyentes.

3. CAMPAÑA AMNISTÍA TRIBUTARIA 2025:

Es una actividad que pertenece a la Gerencia de administración tributaria. El pago de arbitrios municipales permite la continuidad de los servicios de seguridad ciudadana, limpieza pública, mantenimiento de áreas verdes, entre otros.

Con la finalidad de mantener el buen servicio a la ciudad, la Municipalidad Provincial de Moyobamba, lanza su estrategia comunicaciones “Campaña de Amnistía Tributaria 2025”.

Justificación:

Mediante ordenanza municipalidad N-615 MPM ordenanza que otorga la amnistía tributaria de interés moratorios de los impuestos: predial, alcabala, vehicular, fraccionamiento tributario, deuda en cobranza coactiva (incluido costas y gastos procesales), arbitrios municipales y condonación del derecho de emisión de todos los periodos tributarios.

Finalidad de la campaña:

- Condonar multas, intereses y recargos
- Liberar del pago total o parcial de la deuda tributaria
- Facilitar el fraccionamiento de los impuestos
- Ayuda a reducir los niveles de morosidad
- Permite que los contribuyentes regularicen su situación
- Incentiva al pequeño industrial y comerciante
- Promueve una sana competencia local y regional

4. CAMPAÑA “PRESUPUESTO PARTICIPATIVO”

Esta campaña es un proceso de intervención directa, permanente y voluntaria, mediante el cual, la ciudadanía participa conjuntamente con sus autoridades, deliberan y deciden el uso de la asignación de recursos públicos para obras en la ciudad.

Justificación:

Esta campaña de información publicitaria es muy importante, puesto que dentro de las políticas de la gestión es llegar a todos los lugares para que pueden tener las mismas condiciones de accesibilidad a los recursos del



Estado, formular sus proyectos, que puedan ser presentados ante la autoridad municipal y posteriormente evaluarlos su viabilidad.

Finalidad de la campaña:

- Realizar spots informativos para radio, tv y redes sociales.
- Diseño de flyers.
- Generar la participación ciudadana.
- Generar el interés de la población en estos procesos.
- Desarrollar el debate y conocimientos en gestión pública y procesos municipales.

5. CAMPAÑA “DIA DEL MUNDIAL DEL AGUA”

La campaña tiene como objetivo concienciar sobre la importancia de este recurso esencial y promover su uso responsable. En un contexto de cambio climático y creciente escasez hídrica, es fundamental educar a la población sobre la conservación del agua y su papel en el desarrollo sostenible. A través de esta iniciativa, se impulsan acciones concretas para su cuidado en los hogares, comunidades y sectores productivos. Proteger el agua es una responsabilidad compartida que garantiza el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

Justificación:

Sensibilizar a la población sobre la importancia del agua y su uso responsable. Frente a la escasez y el cambio climático, es fundamental promover acciones concretas para su conservación. Esta iniciativa impulsa el compromiso ciudadano e institucional para garantizar un acceso sostenible a este recurso esencial.

Finalidad de la campaña:

- Concienciar a la población sobre la importancia del agua y la necesidad de su uso responsable.
- Fomentar buenas prácticas de conservación y reducción del desperdicio en hogares, comunidades e instituciones.
- Incentivar la participación ciudadana, promoviendo acciones concretas para la protección de fuentes hídricas.
- Educar sobre el impacto del cambio climático y cómo afecta la disponibilidad del agua.
- Fortalecer el compromiso institucional en la gestión sostenible de este recurso vital.
- Elaboración de flyers y spots.

El objetivo final es generar un cambio de actitud y hábitos que contribuyan a la preservación del agua para las futuras generaciones.

6. CAMPAÑA “LA HORA DEL PLANETA”

Esta iniciativa busca inspirar acciones concretas para enfrentar la crisis climática y promover un estilo de vida más responsable.



Justificación:

La Hora del Planeta se realiza para concienciar sobre el cambio climático y la necesidad de adoptar hábitos sostenibles. Al apagar las luces durante una hora, se simboliza el compromiso global con la protección del medio ambiente. Esta campaña busca inspirar acciones concretas para reducir el impacto ambiental y preservar los recursos naturales.

Finalidad de la campaña:

- Sensibilizar sobre el impacto del cambio climático y la importancia de actuar frente a él.
- Fomentar el ahorro de energía y el uso responsable de los recursos naturales.
- Inspirar acciones sostenibles en hogares, empresas e instituciones.
- Promover el compromiso ciudadano con la protección del medio ambiente.
- Impulsar políticas y medidas que contribuyan a la reducción de la huella ecológica.

7. CAMPAÑA “DÍA DE LA MADRE”

Esta campaña, es para conmemorar una fecha tan importante como es el día de la madre, una fecha donde se debe brindar un homenaje a todas esas valerosas mujeres que con su ternura y cuidados han formado mujeres y varones de bien, lo cual, como institución, débenos unirnos a un saludo y trabajo en conjunto. es por ello que es necesario expresar nuestros saludos y concientizar a las personas el valor que tiene una madre para nuestra sociedad y como pilar fundamental en una familia.

Justificación:

La celebración por el día de la madre, es una fecha importante dentro de nuestro calendario anual, por lo que como institución debemos unirnos al saludo y homenaje a las madres moyobambinas, llevando una alegría y compartir a las que más lo necesitan, tanto en la zona urbana como rural. Estas actividades demostraran nuestro compromiso con la sociedad y sobre todo rendir ese agradecimiento con las madres de nuestra provincia.

Finalidad de la campaña:

- Realizar un saludo institucional por medio de un spot.
- Realizar un homenaje para las madres en distintos sectores.
- Compartir el valor y dedicación de las madres a través de los diferentes medios de comunicación y redes sociales de la institución.

8. CAMPAÑA “DÍA DEL PADRE”

Como institución, también nos debemos unir a estas celebraciones anuales, que conmemoran la dedición constante de los padres de familia, por lo que nuestra entidad, debe sumarse a un saludo afectuoso a los padres de nuestra provincia.



Justificación:

La celebración por el día del padre, es una actividad institucionalizada en nuestro calendario nacional, que, como fecha, conmemora el trabajo arduo y sacrificado que realizan muchos padres de familia, cabeza y sustento de sus hogares, por lo que, como institución, también debemos unirnos a rendir este homenaje y un saludo afectuoso para valorar todo el sacrificio que muchos de ellos han hecho por su familia en los mejores años de sus vidas.

Finalidad de la campaña:

- Realizar un saludo institucional por medio de un spot.
- Realizar un homenaje para los padres en distintos sectores.
- Compartir el valor y dedicación de los padres a través de los diferentes medios de comunicación y redes sociales de la institución.

9. CAMPAÑA “51 SEMANA TURÍSTICA DE MOYOBAMBA”

La semana turística, es una fiesta esperada por toda la población de Moyobamba, ya que abarca nuestras costumbres y tradiciones como provincia, acogiendo las celebraciones de las fiestas de San Juan, es una de las principales actividades que generan una gran fluidez económica, puesto que es muy turística y hace que en esas fechas se genere una gran entrada de visitantes nacionales y extranjeros que hacen que nuestra ciudad se convierta en uno de los destinos más visitados en esas fechas.

Justificación:

La Semana Turística de Moyobamba, es una fiesta con singular tradición entre su población, es una de las más esperadas durante el año, genera un dinamismo económico muy marcado y favorable a nuestra provincia, en esta se puede resaltar las costumbres y tradiciones de nuestra tierra.

La fiesta de San Juan, es una actividad singular que nos caracteriza como moyobambinos. Es necesario generar toda una logística de actividades que permita difundir estas festividades.

Finalidad de la campaña:

- Realizar reportajes alusivos a esta celebración.
- Comparar el crecimiento de la participación de la población a lo largo del tiempo.
- Generar actividades costumbristas.
- Realizar pasantías y activaciones en otras ciudades.
- Coordinar con instituciones públicas en materia a turismo.
- Realizar spots de las actividades.
- Invitar a la población a que participen de estas actividades.
- Mantener vivo nuestras costumbres y tradiciones al pasar del tiempo.
- Involucrar a los más pequeños para que al pasar el tiempo sigan con estas celebraciones.
- No perder la esencia de la semana turística.
- Motivar a un buen trato al turista y visitantes en general.



10. CAMPAÑA “ANIVERSARIO DE MOYOBAMBA”

El aniversario de Moyobamba, es una de las celebraciones del año más importante, porque celebramos la fundación de nuestra provincia, que nos permite dar a conocer las bondades de esta ciudad pujante. Como ciudadanos, debemos conocer los orígenes de este lugar, el cual, con un trabajo articulado, se puede posesionar nuestro aniversario y no hacer de este una fecha desapercibida, siendo la ciudad más antigua del oriente peruano.

Justificación:

El aniversario de Moyobamba, es un evento de singular trascendencia, detalla nuestras actividades a realizar por un cumplimiento más de vida institucional como ciudad, por lo que como capital que somos, necesitamos dar a conocer las actividades que se van a realizar, siendo una fecha que no puede pasar desapercibida y así, involucrar a la población en las actividades realizar, para que todo juntos como sociedad podamos participar.

Finalidad de la campaña:

- Realizar videos del crecimiento de Moyobamba.
- Dar a conocer sus costumbres y tradiciones
- Realizar publlirreportajes.
- Involucrar a la sociedad civil en una participación activa.
- Realizar actividades protocolares en aras de celebrarse el aniversario.
- Involucrar a las autoridades a ser parte d estas actividades.

11. CAMPAÑA “ANIVERSARIO DE MAYNAS”

El aniversario de la independencia de Maynas, marca un hito importante en su identidad y autonomía, por lo que es necesario realizar una sesión solemne y toda una ceremonia cívica conmemorando esta fecha tan importante para nuestra independencia.

Justificación:

Como entidad pública, debemos marcar la pauta en los eventos que tienen que ver con nuestra historia como provincia, por lo que la Independencia de Maynas es un acontecimiento importante en nuestra historia. Para ello, es necesario realizar actividades que conmemoren esta fecha especial, que albergue a la mayor cantidad de personas y estas puedan conocer al respecto de estas actividades.

Finalidad de la campaña:

- Realizar una Sesión Solemne.
- Elaborar un saludo institucional como Municipalidad.
- Elaborar un video informativo de la historia de este importante suceso.
- Compartir el material en los diversos medios de comunicación para que las personas conozcas de este hecho.
- Promocionar las actividades que se van a realizar por este nuevo aniversario de independencia.
- Elaborar flyer y todo tipo de material publicitario audio visual para informar a la población sobre este acontecimiento.



12. CAMPAÑA “FIESTAS PATRIAS”

Como parte de nuestra independencia, estamos en la era del bicentenario, donde las actividades al celebrarse las Fiesta Patrias, deben tener singular relevancia, ya que se trata del patriotismo como peruanos que somos. Para ello, es necesario implementar el cumplimiento de las ordenanzas, el abanderamiento de nuestra ciudad y el respeto a nuestros símbolos patrios.

Justificación:

Las celebraciones por fiestas patrias, es un homenaje a nuestro amado país, que nos permite mantener nuestro fiel compromiso de ser responsables con nuestra patria, generar espacios que permitan desenvolver nuestro civismo e integrar a las futuras generaciones para que se tenga siempre presente el respeto por nuestra tierra y símbolos patrios, es dar un merecido valor y homenaje a todos aquellos héroes que han sido parte de nuestra historia republicana.

Finalidad de la campaña:

- Generar un respeto a nuestra historia.
- Generar el valor y reconocimientos a nuestros símbolos patrios.
- Generar más civismo entre la población.
- Saludar a todos los peruanos al celebrarse un año más de independencia.
- Crear hermandad y confraternidad entre peruanos.
- Valorar nuestras costumbres y tradiciones peruanas.
- Realizar un saludo institucional como entidad del Estado y difundirlo ante los medios de comunicación.

13. CAMPAÑA “AUDIENCIAS PÚBLICAS”

Las audiencias públicas son muy importantes para transparentar la gestión de una autoridad municipal, por lo que es necesario que se cuente con dos audiencias al año una en el mes de mayo y otra en setiembre, para que se dé a conocer todos los detalles de lo realizado en ambos periodos y lo que se tiene encaminado para el siguiente, esto se debe realizar en aras de la transparencia ya acceso a la información que tienen como derecho los gremios, sindicatos y toda la población moyobambina en su conjunto.

Justificación:

Estas audiencias permitirán que la autoridad municipal pueda informar con total transparencia todo lo que viene ejecutando, de esa manera mantendrá informada a la población, además de generar espacios de participación de los diversos gremios, colegios, sindicatos y puedan involucrarse de manera positiva y vigilante del buen uso de los recursos del Estado. Son dos audiencias al año, las que debemos difundir en los meses que a cada una corresponda y brindar el soporte técnico durante su desarrollo.



Finalidad de la campaña:

- Elaborar los spots publicitarios para conocimiento de la población de Moyobamba sobre las audiencias públicas que se realizarán en el transcurso del año.
- Invitar a la población, gremios, sindicatos, asociaciones, frentes y más a participar de estos espacios.
- Transparentar con estas actividades el correcto uso de los recursos públicos.

14. CAMPAÑA “EXPO MOYO 2025”

Una actividad desarrollada por la Gerencia de Desarrollo Económico, que integra las principales cadenas productivas de nuestra provincia, como el café, miel, cacao y chocolate.

La actividad Expo Moyo 2025 reúne al “Festival del Café”, “Festival Apícola Miel de la Región San Martín” y al “Festival de Cacao y Chocolate”, con miras a generar mayor espacio para la promoción de los productos propios de esta zona, promover su posicionamiento a nivel nacional y lograr un dinamismo comercial más sólido.

Estas actividades productivas-agroindustrial abarcan gran parte de la economía, lo que hace que exista fluidez en nuestra sociedad, además de ser el sustento de cientos de familias que se dedican a su cultivo, cosecha y producción.

Al respecto, la Gerencia de Desarrollo Económico de la Municipalidad Provincial de Moyobamba, brinda asistencia técnica a los productores, promoviendo prácticas sostenibles y asistencias técnicas.

Justificación:

El consumo y la producción de café, miel, cacao y chocolate cada año va en aumento, por lo que es necesario generar estos espacios para que se pueda conocer las diversas marcas de emprendimientos, en diferentes rubros, que cuenta la provincia y la región San Martín.

Finalidad de la campaña:

- Realizar videos para promocionar el consumo del café, miel, cacao y chocolate.
- Buscar espacios para rueda de negocios.
- Incentivar el consumo del café, miel, cacao y chocolate mediante productos locales.
- Generar un dinamismo económico en la zona.
- Permitir que las marcas se posesionen en el mercado.
- Realizar spot y videos promocionales del festival.
- Realizar un reportaje de todo el trabajo que conlleva sacar los productos agroindustriales finales con base de café, miel, cacao y chocolate.
- Homenajear a los productores más antiguos por rubro.
- Generar capacitaciones en el proceso del cultivo, producción y cosecha del café, miel, cacao y chocolate.



- Informar sobre las plagas y cómo esta puede afectar a la economía interna.

15. CAMPAÑA “30 FESTIVAL DE LA ORQUÍDEA”.

Es una actividad que pertenece a la Gerencia de Desarrollo Económico, en la que se desarrolla una serie de actividades y se exhiben y comercializan orquídeas naturales e híbridas. A través de los espacios, se da a conocer sobre la variedad de especies de orquídeas que crecen y se pueden cultivar en nuestra zona.

Justificación:

Es por ello, que es necesario seguir manteniendo a futuro estas actividades, para dar realce a nuestra ciudad y posesionarla como una zona turística y que pueda atraer a los visitantes e interesados en el cultivo de orquídeas a nuestra ciudad, como sabemos, existen miles de especies de orquídeas y una gran parte de estas variedades se encuentran en nuestra provincia, por lo que es necesario generar espacios como este para brindar una especie de tributo a estas bellas flores.

Finalidad de la campaña:

- Realizar videos de promoción.
- Realizar festivales en honor a estas flores.
- Generar asistencias técnicas a los viveristas y cultivadores de orquídeas.
- Generar videos de sensibilización sobre el cuidado e importancia de las orquídeas en la población.
- Generar que exista mayor cruce de información sobre las cantidades, especies y formas de orquídeas que tenemos en la provincia.
- Generar espacios de negocios entre los viveristas y el público en general.
- Difundir por las redes sociales de la Institución y medios tradicionales de información para llegar a más público objetivo a nivel local, nacional e internacional.

16. CAMPAÑA “DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER”.

Esta campaña es realizada por la Gerencia de Desarrollo Social mediante la cual se desarrolla actividades de concientización en sobre la no violencia contra la mujer.

Asimismo, se implementan charlas y talleres que refuercen el empoderamiento y el crecimiento de la autoestima de las mujeres víctimas de alguno de los tipos de violencia que existen en el entorno.

Justificación:

Esta fecha conmemorativa, sirve para dar un valor agregado y reconocer a todas las mujeres que han pasado por situaciones como esta, su capacidad de resiliencia y de sobre salir a pesar de las circunstancias, las hace dignas de un saludo fraterno y trazarnos metas que puedan ayudarlas en su crecimiento personal como mujeres, madres, hijas y esposas.



Finalidad de la campaña:

- Generar charlas de motivación y empoderamiento.
- Reconocer la labor de mujeres que marquen la pauta local por su capacidad de emprendedoras y resiliencia.
- Realizar un video institucional para educar a la población en no cometer este tipo de actos.
- Realizar un video sobre el respeto hacia las mujeres y concientizar a todos en esta fecha importante.
- Realizar capacitaciones dirigidas para ambos sexos.
- Involucrar a toda la población sobre el respeto a la integridad física del otro, partiendo por anuncios, flyer en redes sociales, radio, televisión y periódico.
- Reconocer a mujeres que marcan un hito en nuestra provincia.

17. CAMPAÑA “10º FERIA DEL LIBRO”

La Campaña "Feria del Libro" es desarrollada por la Gerencia de Desarrollo Social, la cual tiene como objetivo principal promover la lectura, fortalecer la difusión del libro, distribuir el conocimiento, fomentar la cultura y generar identidad amazónica.

Esta campaña se manifiesta a través de ferias del libro de diversos tipos, incluyendo las escolares, regionales e internacionales, que sirven como espacios de encuentro entre lectores y escritores, así como de descubrimiento y oportunidades para todos aquellos interesados en la lectura y el conocimiento.

Justificación:

Las ferias del libro, independientemente de su alcance, son fundamentales como espacios culturales y educativos. Permiten la interacción entre lectores, escritores y libros, facilitan el intercambio de ideas y contribuyen a la promoción de la lectura y la industria editorial. Además, estas ferias generan movimiento cultural y económico en las comunidades donde se realizan.

Finalidad de la campaña:

- Promover la lectura en todas las edades, con especial énfasis en niños y jóvenes.
- Involucrar a la comunidad local, regional y nacional en la Feria del Libro.
- Ofrecer actividades culturales como música, danza, teatro y pintura para enriquecer la experiencia de la feria.
- Organizar charlas, conferencias magistrales y talleres que fomenten la relación entre escritores y lectores.
- Facilitar la visita de estudiantes de instituciones educativas para su formación.
- Invitar a casas editoriales a participar en la feria.
- Reconocer a personas vinculadas al arte, educación y la cultura.
- Atraer a escritores reconocidos para aumentar la convocatoria.
- Rescatar, valorar y difundir el patrimonio literario de la amazonia peruana.



18. CAMPAÑA NAVIDAD 2024

Como todos los años, la Gerencia de Desarrollo Social realiza una serie de actividades por las celebraciones de Navidad. Entre ellas destacan las chocolatadas, tanto en la zona urbana como rural, con el único objetivo de llevar alegría y compartir un momento agradable con los niños y familia que más lo necesitan.

Justificación:

Es necesario generar espacios para confraternizar y compartir con la población moyobambina, para poder llevar un momento de alegría a los niños que con mucha esperanza esperan estos acontecimientos para obtener algún regalo y/o obsequio por parte de la municipalidad.

Finalidad de la campaña:

- Realizar chocolatadas.
- Generar estos espacios tanto en la zona urbana como rural.
- Llegar a la mayor cantidad posible de población.
- Difundir un saludo navideño institucional.
- Difundir por todos los medios de comunicación las chocolatadas que se realizaran en los diversos caseríos, centros poblados y zonas de nuestra provincia de Moyobamba.

C. Propuesta y justificación técnica de medios

Para asegurar la difusión efectiva de los mensajes más relevantes de nuestras campañas, hemos optado por medios de comunicación con mayor alcance en la población, priorizando radios, televisión y periódicos como plataformas clave para llegar a la mayor cobertura de público objetivo. Adicionalmente a ello, la globalización hace que tengo que adoptar otros canales de difusión como son las redes sociales y las diversas plataformas.

Reconocemos la importancia de garantizar una amplia y óptima llegada de los mensajes, y estos medios nos brindan esa oportunidad de conectar con diversos sectores de la comunidad de manera efectiva.

Cabe destacar que, además de la radio, televisión y periódico complementaremos nuestra estrategia con acciones de relaciones públicas con activaciones y redes sociales, con el objetivo de mantener la continuidad y el impacto de las campañas. Se trabajará arduamente para optimizar cada oportunidad que nos brinden y, al mismo tiempo, nos esforzaremos por desarrollar acciones creativas y de interacción directa con la población. De esta manera, buscamos fortalecer nuestra presencia en la población, estableciendo un vínculo cercano y significativo que impulse la participación y el compromiso con las iniciativas de la Municipalidad Provincial de Moyobamba.

Nuestra visión es llegar a cada rincón de la ciudad, informando y concientizando sobre los temas más importantes para el desarrollo y bienestar de todos. Con una estrategia inteligente y enriquecedora, estamos seguros de que lograremos trascender las barreras y llevar nuestros mensajes de manera efectiva a cada hogar de la población moyobambina.



Estamos comprometidos con el éxito de nuestras campañas y con la construcción de una Moyobamba más informada, empoderada y participativa, en aras de seguir manteniendo la transparencia y efectividad comunicacional con nuestra población.

D. Presupuesto programado

Se adjunta el cuadro presupuestal que corresponde a las campañas de publicidad programadas para todo el año, contando los meses de enero a diciembre del presente año 2025, que ejecutará el área de Relaciones Públicas y Comunicaciones de la Municipalidad Provincial de Moyobamba. El monto corresponde a **S/: 85.000.00**, según se detalla:

Meses	Actividad	Gerencia	Presupuesto
Enero	Bajada de reyes	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
	Día Mundial de la Educación Ambiental	Gerencia de Gestión ambiental	S/. 3,000.00
	Vacaciones útiles	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 4,000.00
Febrero	Ruta carnaval amazónico	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 5,000.00
Marzo	Ecotrueque	Gerencia de Gestión Ambiental	S/. 3,000.00
	Día Internacional de la Mujer	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
	Presupuesto participativo	Gerencia de Presupuesto y Planeamiento	S/. 3,000.00
Mayo	Día de la Madre	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
	1era Audiencia Pública de Rendición de cuentas	Gerencia de Presupuesto y Planeamiento	S/. 4,000.00
Junio	Día del Padre	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
	50 Semana Turística de Moyobamba	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 10,000.00
Julio	Aniversario de Moyobamba	Gerencia de Desarrollo Social	S/ 4,000.00
	Fiestas Patrias	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
Agosto	Independencia de Maynas	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.0
Setiembre	2da audiencia Pública de Rendición de Cuentas	Gerencia de Presupuesto y Planeamiento	S/. 4,000.00
	Festival apícola "Mieles de la región"	Gerencia de Desarrollo	S/. 5,000.00



	San Martín"	Económico	
Octubre	29º Festival de la Orquídea de Moyobamba	Gerencia de Desarrollo Económico	S/. 5,000.00
Noviembre	Día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer.	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 4,000.00
	Expo Moyo2025	Gerencia de Desarrollo Económico	S/. 5,000.00
Diciembre	Feria del Libro	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 5,000.00
	Navidad	Gerencia de Desarrollo Social	S/. 3,000.00
Monto total			S/. 85,000.00

V. EVALUACIÓN

El área de Relaciones Públicas y Comunicaciones realizará un informe que contenga los avances de las actividades programadas en el presente Plan, que incluirá la evaluación de los resultados de la publicidad difundida, vía indicadores de desempeño y los objetivos alcanzados. En este caso, el indicador de desempeño en el ALCANCE, que es el equivalente a la audiencia total de un anuncio o campaña en medios de comunicación masiva. Asimismo, es importante tener en cuenta el IMPACTO de la publicidad, que es la cantidad de veces que el anuncio o aviso ha sido escuchado por el público objetivo.

El área de Relaciones Públicas y Comunicaciones, con copia a la Oficina General de Atención al Ciudadano y Gestión Documentaria, informará al Órgano de Control Institucional, dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre, según lo dispuesto en el Artículo 6* de la Ley 28874, que regula la publicidad estatal.

El referido informe deberá detallar la evaluación de los resultados de publicidad estatal. Asimismo, para el otorgamiento de la conformidad del servicio verificará el cumplimiento de las pautas y horarios por parte de los medios de comunicación contratados por nuestra entidad.

VI. RESPONSABILIDADES

El área de Relaciones Públicas y Comunicaciones es responsable de supervisar y evaluar el cumplimiento de los objetivos establecidos en el Plan Estratégico de Publicidad 2025.

La coordinación de las campañas se llevará a cabo en colaboración con las gerencias involucradas de acuerdo a las actividades programadas.

El área de Relaciones Públicas será el encargado de diseñar el material gráfico y visual para la difusión de cada campaña, incluyendo publicaciones en redes sociales, folletos, pósteres, respaldos, artículos promocionales, mensajes de periferoneo, videos publicitarios y otros elementos necesarios.



Cada una de estas gerencias dispondrá del presupuesto necesario para la ejecución de las respectivas campañas. Además, proporcionarán al área de Relaciones Públicas y Comunicaciones las fechas de difusión y la información requerida para la creación de los mensajes finales, así como de los materiales gráficos y audiovisuales para cada campaña.

Es importante destacar que el área de Relaciones Públicas se encargará del presupuesto destinado a los medios de difusión, pero no será responsable de la impresión de materiales necesarios para las campañas, ya que esa responsabilidad recae en cada gerencia correspondiente.

VII. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

La oficina de Logística efectuará la publicación de los contratos de publicidad, así como las tarifas que están sujetos, los criterios de selección y demás elementos complementarios según el Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, el cual aprueba el reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874, modificada por N° 31515.

VIII. LIMITACIONES

Las dependencias deberán limitarse al desarrollo de las actividades de difusión, información y promoción comprendidas en las campañas, así como sujetarse a las disposiciones que en materia de austeridad y racionalidad del gasto público se emitan.

Las dependencias se abstendrán de realizar erogaciones de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la difusión de la imagen institucional y la comunicación de sus planes y/o programas.

IX. REPROGRAMACIÓN DE PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD.

Durante el ejercicio presupuestal es posible una nueva reprogramación Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2025, en función a las acciones y políticas del sector dispuestas por la Alta Dirección.