



Resolución Jefatural

N° 062-2022-MINAM-VMGA-GICA

Lima, 19 de octubre del 2022

VISTOS:

El Informe N° 42-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT1/SLMC del 10 de octubre del 2022, emitido por la Especialista en Comunicaciones y Buenas Prácticas Ambientales de la Coordinación Técnica del Programa de Desarrollo de Sistemas de Gestión Integral de Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias de Puno, Piura, Ancash, Tumbes, Apurímac, Ica, Huánuco, Puerto Maldonado, San Martín, Junín, Lambayeque, Loreto, Ayacucho, Amazonas, Lima y Pasco (Programa 1); el Proveído N° 076-2022-MINAM/VMGA/GICA/CT del 14 de octubre del 2022, expedido por el Coordinador Técnico del Programa 1; el Informe N° 127-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT2/LRMP del 10 de octubre del 2022, emitido por la Especialista en Comunicaciones e Imagen Institucional de la Coordinación Técnica del Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias (Programa 2); y, el Proveído N° 127-2022-MINAM-VMGA-GICA/CT2 del 14 de octubre del 2022, elaborado por el Coordinador Técnico del Programa 2;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución Ministerial N° 013-2013-MINAM del 15 de enero del 2013, se formalizó la creación de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental en el Pliego 005: Ministerio del Ambiente, a cargo de los Programas 1 y 2;

Que, con Resolución Ministerial N° 105-2019-MINAM, se aprobó el Manual de Operaciones de los Programas 1 y 2, en cuyo numeral 2.7 se establece que, la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, cuenta con autonomía presupuestal y financiera a fin de llevar a cabo las funciones técnicas, administrativas, económicas y financieras, así como de planificación, ejecución, y de monitoreo y evaluación de cada Programa;

Que, asimismo, en su numeral 2.7.1 se prevé que, el Coordinador General ejerce funciones ejecutivas, administrativas y de representación de los Programas. En los literales a), b) y n) del numeral 1.1.1 del Acápite 1.1 de su Anexo 1, se establece que, el Coordinador General planea, organiza, dirige y monitorea la ejecución de los Programas, además de ejercer su representación legal, institucional y titularidad, encontrándose, facultado para expedir resoluciones administrativas y directivas;

Que, mediante Resolución Jefatural N° 010-2022-MINAM-VMGA-GICA del 28 de enero del 2022, modificada con Resolución Jefatural N° 021-2022-MINAM-VMGA-GICA del 18 de marzo del 2022, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria correspondiente al año 2022 de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, que en calidad de Anexo forma parte integrante de dicha resolución;

Que, mediante Informe N° 42-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT1/SLMC del 10 de octubre del 2022, la Especialista en Comunicaciones y Buenas Prácticas Ambientales de la Coordinación Técnica del Programa 1, dio cuenta al Coordinador Técnico de dicho Programa de la necesidad de modificar el Plan de la Estrategia Publicitaria 2022 de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, a efectos de incluir las actividades descritas en el informe en referencia, con la finalidad de continuar difundiendo los componentes y beneficios de los proyectos desarrollados por el Programa 1 en las ciudades de Ilave, Abancay y Azángaro, a fin de complementar las acciones sociales y de comunicación en esas ciudades, con el objeto de evitar conflictos sociales que pudieran poner en riesgo la ejecución de los proyectos;

Que, con Proveído N° 276-2022-MINAM/VMGA/GICA/CT del 14 de octubre del 2022, el Coordinador Técnico del Programa 1, expresó su conformidad con el Informe N° 42-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT1/SLMC, trasladándolo al Coordinador General, a fin que se continúe con el trámite correspondiente;

Que, mediante Informe N° 127-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT2/LRMP del 10 de octubre del 2022, la Especialista en Comunicaciones e Imagen Institucional de la Coordinación Técnica del Programa 2, manifestó al Coordinador Técnico de dicho Programa la necesidad de modificar el Plan de la Estrategia Publicitaria 2022 de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, con la finalidad de incluir el Plan de Comunicaciones, con el objeto de fortalecer el plan social de acompañamiento en la ciudad de Chíncha, así como, actualizar las actividades de difusión con medios de comunicación;

Que, con Proveído N° 127-2022-MINAM-VMGA-GICA/CT2 del 14 de octubre del 2022, el Coordinador Técnico del Programa 2, expresó su conformidad con el Informe N° 127-2022/MINAM/VMGA/GICA/CT2/LRMP, trasladándolo al Coordinador General, a fin que se continúe con el trámite correspondiente;

Que, mediante Correo Electrónico N° 696-2022-MINAM-VMGA-GICA del 14 de octubre del 2022, el Coordinador General manifestó su conformidad con lo expresado en los Proveídos N° 276-2022-MINAM/VMGA/GICA/CT y N° 127-2022-MINAM-VMGA-GICA/CT2, así como, con sus respectivos informes, solicitando a la Asesora Legal se continúe con el trámite correspondiente;

De conformidad con lo previsto en la Resolución Ministerial N° 105-2019-MINAM, que aprobó el Manual de Operaciones de los Programas 1 y 2; y, con los vistos de la Especialista en Comunicaciones y Buenas Prácticas Ambientales de la Coordinación Técnica del Programa 1, de la Especialista en Comunicaciones e Imagen Institucional de la Coordinación Técnica del Programa 2, del Coordinador Técnico del Programa 1, del Coordinador Técnico del Programa 2 y de la Asesora Legal;

SE RESUELVE:

Artículo Único.- MODIFICAR el Plan de Estrategia Publicitaria correspondiente al año 2022 de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, cuyo texto actualizado forma parte de la presente resolución, en calidad de ANEXO.

Regístrese y comuníquese.

ANEXO



PERÚ

Ministerio
del Ambiente

Vice-Ministerio de
Gestión Ambiental

UE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2022

UNIDAD EJECUTORA 003: GESTIÓN INTEGRAL DE LA CALIDAD AMBIENTAL
(UE003: GICA)





PERÚ

Ministerio
del Ambiente

Vice-Ministerio de
Gestión Ambiental

UE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

CONTENIDO

- I. INTRODUCCIÓN
- II. FINALIDAD
- III. OBJETIVOS
- IV. BASE LEGAL
- V. AMBITO DE APLICACIÓN
- VI. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PROGRAMADAS
- VII. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN
- VIII. JUSTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS
- IX. PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA
- X. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR
- XI. FINANCIAMIENTO Y PRESUPUESTO
- XII. RESPONSABLE DE EJECUTAR EL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA
- XIII. REPROGRAMACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA



Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

I. INTRODUCCIÓN:

La Unidad Ejecutora 003: "Gestión Integral de la Calidad Ambiental", cuya creación se formalizó mediante la Resolución Ministerial N° 013-2013-MINAM, se encuentra a cargo de la ejecución de dos programas, de acuerdo a lo previsto en los Contratos de Préstamo y a las normas y procedimientos de las entidades financiadoras, y contará con la orientación estratégica y supervisión de un Comité Directivo de los Programas que está integrado por representantes del Prestatario (representado por el Ministerio de Economía y Finanzas), y de las municipalidades involucradas donde se ejecutarán los citados Programas:



Programa 1: El Programa de Desarrollo de Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en zonas prioritarias de Puno, Piura, Ancash, Tumbes, Apurímac, Ica, Huánuco, Puerto Maldonado, San Martín, Junín, Lambayeque, Loreto, Ayacucho, Amazonas, Lima y Pasco, es cofinanciado actualmente por el Contrato de Préstamo N° PE-P41 - JICA con un monto de hasta ¥. 4,396,000,000 yenes y corresponde a la ejecución de proyectos solamente en 23 ciudades de los departamentos mencionados. Por este motivo, la descripción del Programa 1 considera las actividades que se desarrollarán con el cofinanciamiento de JICA. El Programa consta de dos componentes: Proyectos y Gestión.

El componente de Proyectos incluye actividades para los servicios de almacenamiento y barrido de calles y plazas, recolección y transporte, reaprovechamiento de residuos orgánicos e inorgánicos y disposición final. Para tal fin, los proyectos consideran la adquisición de papeleras, contenedores, equipo de protección personal, herramientas básicas, vehículos de recolección y transporte, infraestructura para el reaprovechamiento, la construcción de rellenos sanitarios y la adquisición de maquinaria para compactación y cobertura de los RSU, entre otros. Con las inversiones previstas para cada proyecto, las municipalidades tendrán los materiales para el adecuado almacenamiento de residuos sólidos y barrido de calles, la capacidad operativa para la recolección y transporte de los residuos sólidos y la apropiada disposición final de los mismos. Estas inversiones apuntan al logro de los resultados del proyecto.

El componente de Gestión incluye actividades de gestión administrativa y financiera, prácticas dirigidas a la población y apoyo a la unidad ejecutora del Programa. Para fortalecer la gestión administrativa, y financiera de las municipalidades, se realizarán actividades sobre los siguientes temas: gerencia especializada, supervisión y monitoreo de los servicios de limpieza pública, sistema de costeo, determinación de arbitrios, cobranzas y recaudación y diseño de estrategias para incrementar la cobranza de los arbitrios y un sistema de seguimiento de su recaudación. Adicionalmente, para las prácticas dirigidas a la población, se preparan e implementan planes de capacitación, sensibilización comunitaria y ejecución de planes pilotos de recolección selectiva con segregación en fuente.

Programa 2: El Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias financiado mediante el Contrato de Préstamo N° 4291/OC-PE con el Banco Interamericano de Desarrollo – BID.

El objetivo general del "Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias", es mejorar las condiciones ambientales en las áreas degradadas por residuos sólidos en los municipios priorizados de Perú. Los objetivos específicos son: (i) recuperar las áreas



PERÚ

Ministerio
del Ambiente

Vice-Ministerio de
Gestión Ambiental

LIE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

degradadas; (ii) fortalecer la gestión municipal en la disposición final de residuos sólidos municipales; y (iii) mejorar las condiciones y dotar de capacidades para expandir las oportunidades laborales de los recicladores informales.

En fecha 22 de octubre de 2018, se suscribió el Contrato de Préstamo N° 4291/OC-PE, entre el Gobierno del Perú y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), para la ejecución de los proyectos del "Programa Recuperación del Área Degradada por Residuos Sólidos en Zonas prioritarias". Según, el contrato precitado, las obras de cierre y recuperación de las áreas degradadas por residuos sólidos de cada ciudad, recién podrán ejecutarse una vez iniciada la operación de los rellenos sanitarios. Actualmente los once (11) rellenos sanitarios (Andahuaylas, Bagua, Chancay, Chíncha, Yauyos, Oxapampa, Pozuzo, Huacho, Tarma, Tarapoto y Puno) se encuentran en operación; por lo tanto, dando cumplimiento al "Programa", se deben ejecutar las obras, servicios y consultorías necesarias para el cierre técnico definitivo de los botaderos de estas ciudades.



Mediante la Resolución Ministerial N° 105-2019-MINAM, de fecha 18 de abril de 2019, el Ministerio del Ambiente, aprueba el Manual de Operaciones presentada por la Unidad Ejecutora 003: "Gestión Integral de la Calidad Ambiental" del Programa de Desarrollo de Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias de Puno, Piura, Ancash, Tumbes, Apurímac, Ica, Huánuco, Puerto Maldonado, San Martín, Junín, Lambayeque, Loreto, Ayacucho, Amazonas, Lima y Pasco (Convenio de Préstamo N° PE-P41) y del Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias (Contrato de Préstamo N° 4291/OC-PE).



En el Programa 1, para JICA los resultados esperados se medirán a través del "Project Status Report" PSR, el cual buscará medir el cumplimiento de los objetivos del JICA, los cuales son: tener un manejo eficiente y sostenible del manejo de residuos sólidos de los 23 proyectos con el financiamiento JICA en las ciudades priorizadas, mediante la construcción de infraestructura para el manejo de residuos sólidos así como desarrollar y rehabilitar los sistemas de recolección y reciclaje al contribuir a la mejora de la calidad ambiental y los estándares de vida de la población en las regiones objetivo del Perú.



Para el Programa 2, considera la implementación de una estrategia de comunicación, la cual tiene por objetivo fortalecer y enfatizar las mejoras ambientales que se están realizando en los ámbitos de influencia de cada proyecto del programa y sobre todo a nivel nacional, pues las acciones que está realizando el MINAM servirán para realizar replicas en diferentes lugares del Perú.

Es así que, en el año 2020, se elaboró y aprobó el Plan de Comunicación del "Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias", que establece los siguientes lineamientos y actividades:

Lineamiento 01: El posicionamiento de la imagen positiva del Programa 2, en la fase de pre cierre de los botaderos.

- Branding institucional.
- Campaña informativa de la construcción de rellenos sanitarios.
- Campaña de sensibilización para valorización de residuos sólidos aprovechables.
- Campaña informativa sobre la clausura del botadero (cierre administrativo).
- Campaña de intriga de cierre técnico de botaderos.
- Difusión masiva del cierre técnico de los botaderos.

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

Lineamiento 02: La comunicación a través de la visibilización de las acciones del Programa 2 a sus públicos objetivos durante la fase de cierre de los botaderos.

- Difusión del inicio de la obra del cierre de botadero.
- Convocatoria a sectores clave y sociedad civil organizada para difundir los avances del proyecto in situ.
- Difusión del proceso de cierre de botadero en medios de comunicación local.
- Difusión de metas y logros a la población a través de medios tradicionales y digitales.

Lineamiento 03: La difusión de las acciones realizadas por el MINAM en cada proyecto del Programa 2 y los mecanismos de fiscalización por infringir las normas que protegen las áreas recuperadas durante la fase de post cierre de botaderos.

- Campaña informativa en la zona de intervención directa sobre los mecanismos de comunicación para la fiscalizar y denunciar actos contra la nueva infraestructura.
- Difundir la experiencia a nivel nacional.



En ese sentido y para lograr los objetivos trazados, la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental, busca posicionar ambos Programas, difundiendo las mejoras ambientales que se ejecutan en sus ámbitos de influencia, para que sean reconocidas a nivel nacional.

Para el cumplimiento de estos objetivos, una de las estrategias más importantes es la publicidad o difusión de mensajes en medios de comunicación masivos como la radio, medios escritos, medios audiovisuales y medios digitales.

De acuerdo a la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, se define como publicidad institucional a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la **preservación del medio ambiente**, el pago de impuestos, entre otras, así como la **difusión de la ejecución de los planes y programas** a cargo de las entidades y dependencias.

La Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, ha previsto como requisito para autorizar la realización de publicidad estatal, la presentación de un Plan de Estrategia Publicitaria que cumpla con los siguientes requisitos:

- Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidas en los programas sectoriales.
- Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretenden llevar a cabo.
- Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos.
- Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas.

II. FINALIDAD:

Informar, sensibilizar y generar confianza en los públicos objetivos sobre la importancia social, para el cuidado del medio ambiente y para la salud en cuanto a la ejecución de los proyectos que forman

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

parte del El Programa de Desarrollo de Sistemas de Gestión de Residuos Sólidos en zonas prioritarias de Puno, Piura, Ancash, Tumbes, Apurímac, Ica, Huánuco, Puerto Maldonado, San Martín, Junín, Lambayeque, Loreto, Ayacucho, Amazonas, Lima y Pasco y el Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias.

III. OBJETIVOS:

OBJETIVO GENERAL

Promover y difundir las mejoras ambientales con la implementación de ambos programas en sus ámbitos de influencia, para que sean aceptadas y reconocidas a nivel nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer el Programa 1 y el Programa 2 ante sus diversos públicos y medios de comunicación como un actor clave en la gestión integral de los residuos sólidos municipales y recuperación de áreas degradadas.
- Promover la participación ciudadana en el Programa de Segregación en Fuente y Recolección Selectiva de las municipalidades con inclusión de recicladores formalizados.
- Comunicar los avances y acciones del Programa 1 y Programa 2, a fin de fomentar una actitud positiva y generar confianza en la población.

IV. BASE LEGAL:

- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado.
- Ley N° 28245, Ley Marco del Sistema Nacional de Gestión Ambiental.
- Ley N° 28611, Ley General del Ambiente.
- Decreto Legislativo N° 1013 Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio del Ambiente.
- Resolución Ministerial N° 013-2013-MINAM, que crea la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental (GICA).
- Resolución Ministerial N° 231-2017-MINAM, que aprueba la Directiva N° 03-2017-MINAM/DM "Normas para la formulación, modificación y aprobación del Manual de Operaciones de los Programas y Proyectos Especiales del Ministerio del Ambiente"
- Resolución Ministerial N° 188-2014-MINAM, de creación y aprobación del reglamento del Comité Editorial del MINAM.
- Resolución de Secretaría General N° 049-2016-MINAM que aprueba el Manual de Estilo del MINAM.
- Resolución Ministerial N° 319-2018-MINAM, que aprueba los Lineamientos de Comunicación e Imagen Institucional de las intervenciones del Ministerio del Ambiente y sus organismos públicos adscritos.
- Resolución Ministerial N° 145-2022-MINAM, que aprueba el Manual de Identidad Institucional del MINAM.
- Ley N° 29419, Ley que regula la actividad de los recicladores.

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

V. AMBITO DE APLICACIÓN:

Las campañas de publicidad a realizarse durante el 2022 se aplicarán en Ilave, Abancay, Azángaro, Chancay, Oxapampa, Pozuzo, Yauyos, Andahuaylas, Bagua, Chíncha, Huacho, Puno, Tarapoto y Tarma. Asimismo, entre las variables a tomar en cuenta son los niveles de audiencia radial en cada localidad.

VI. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PROGRAMADAS:

El Plan de Estrategia Publicitaria 2022 se ha elaborado en base a las acciones de difusión y publicidad radial, diseñados en el Plan de Comunicaciones del Programa de Recuperación de Áreas Degradadas por Residuos Sólidos en Zonas Prioritarias (Programa 2), que se ejecuta actualmente en las ciudades de Chancay, Oxapampa, Pozuzo, Yauyos, Andahuaylas, Bagua, Chíncha y Huacho, con la finalidad de informar, sensibilizar y generar confianza en los públicos objetivos sobre la importancia social, para el medio ambiente y para la salud.

Además, de los planes de comunicación aprobados en las ciudades de Ilave, Abancay y Azángaro como parte de la intervención social durante la ejecución para fortalecer la sensibilización en la población y evitar conflictos ambientales en la construcción de las obras.

Las actividades de difusión y publicidad para el año fiscal 2022 son los siguientes:

6.1 PLAN DE COMUNICACIONES DEL PROGRAMA 1

En el presente año se realizará la construcción del relleno sanitario, planta de valorización para residuos orgánicos y área de acondicionamiento de residuos inorgánicos en las ciudades de Ilave, Abancay y Azángaro. Para ello es importante continuar y reforzar en la etapa previa y durante la construcción las acciones de sensibilización sobre los componentes y beneficios de las obras para evitar posibles conflictos ambientales y posteriormente el cierre del botadero actual de las ciudades en mención para dar inicio a la segunda fase del proyecto.

Para las tres ciudades las campañas se desarrollarán en medios radiales locales y se utilizará material comunicacional impreso.

A. CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE COMPONENTES Y BENEFICIOS DEL PROYECTO

Las campañas se realizarán a través de spots radiales difundidos en medios locales.

B. CAMPAÑA INFORMATIVA CON LÍDERES DE OPINIÓN

La campaña busca transmitir la posición de los líderes y autoridades de la zona en beneficio del proyecto.

C. ELABORACIÓN DE MATERIAL IMPRESA

Impresión de banners, boletín y dípticos.

6.2 PLAN DE COMUNICACIONES DEL PROGRAMA 2**A. CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN PARA VALORIZACIÓN DE RESIDUOS SÓLIDOS APROVECHABLES**

Se ejecutará a través de spot radial y en redes sociales de la municipalidad beneficiaria y sus medios de comunicación disponibles (radio municipal, perifoneo en camiones compactadores, etc.) con mensajes relacionados a la importancia de la valorización de





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

residuos sólidos aprovechables (reciclaje) y su impacto positivo en el medio ambiente, la salud y la economía, además de destacar el papel que desempeñan los recicladores formales en la comunidad y la difusión de las rutas de recolección selectiva.

B. CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE LA CLAUSURA DE BOTADERO

La campaña consiste en la difusión de información sobre la clausura administrativa definitiva del botadero, a través de spot radial y redes sociales.

C. CAMPAÑA DE INTRIGA DEL CIERRE TÉCNICO DE LOS BOTADEROS

Se realizará a través de un spot de radio y piezas gráficas digitales (mensajes que ayuden a generar expectativa sobre el Programa y sus proyectos).

D. DIFUSIÓN DEL INICIO DEL CIERRE DE BOTADERO DE LA OBRA

Se difundirá un spot radial y piezas gráficas para redes sociales donde el mensaje esté relacionado a una "segunda oportunidad" que nos damos con el medio ambiente, luego que por años hayamos ocasionado su degradación con la disposición de residuos sólidos sin ningún control en los botaderos. Estos mensajes llegarán a la población y se intentará hacer tendencia al mensaje "todos merecemos una segunda oportunidad, los botaderos también".

E. DIFUSIÓN DEL PROCESO DE CIERRE DE BOTADERO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL.

Se difundirá un spot radial para informar a la población sobre el avance de la obra en cada ciudad beneficiaria, así como material gráfico para redes sociales.

6.2.1 PLAN DE COMUNICACIONES PARA FORTALECER EL PLAN SOCIAL DE ACOMPAÑAMIENTO EN CHINCHA

En julio del 2022 se contrató a la Firma Consultora de Estudios Sistemas de Ingeniería y Control Ambiental, S.A. de C.V. para desarrollar estudios básicos para la elaboración del diseño Técnico del cierre y recuperación del área degradada (Expediente Técnico) en el marco del proyecto "Recuperación del área degradada por Residuos Sólidos en Chincha y Huacho, para lo cual es necesario consolidar procesos iniciados con la implementación del PISO, y un Plan de Comunicaciones, a fin de prevenir y/o mitigar riesgos socioambientales.

De acuerdo a la información recibida por el equipo de la UE 003-GICA -MINAM, en el área del proyecto del ámbito de Chincha, se observa presencia de recicladores informales en diferentes zonas del botadero, realizando actividades de extracción de residuos; así como diversas construcciones en las que habitan poseionarios, sin contar con servicios básicos como agua, saneamiento, comunicación, entre otros. Además, se reportó la presencia de otros actores como: porcicultores informales que utilizan las vías de acceso en el área del proyecto.

El reporte brindado por el equipo de la UE 003-GICA -MINAM, al mes de julio del 2022, refiere que pese a que la Municipalidad cuenta con una Resolución de Alcaldía N° 351-





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

2021-A7MPCH de fecha 28 de setiembre de 2021, aún hay ingreso de vehículos de las municipalidades provincial y distrital, que descargan residuos sólidos en el área degradada.

Asimismo, la UE 003 GICA-MINAM, ha elaborado un Plan Social de Acompañamiento para el desarrollo de los estudios básicos para la elaboración del Expediente Técnico, el cual se complementaría y/o potencializaría con la implementación del Plan de Comunicaciones para Chincha.

Teniendo en cuenta todos los antecedentes, se elaboró el plan de comunicaciones para la ciudad de Chincha, que considera las siguientes campañas:

A) CIERRE DEL BOTADERO (ACCIONES DE VIGILANCIA) Y OPERACIONES EN EL RELLENO SANITARIO

Realización y difusión de spot radiales, televisivos, referidos a las diferencias entre botadero vs. relleno sanitario, valorización, recaudación, resultados de operativos, etc.

B) IMPORTANCIA DEL PROYECTO DE RECUPERACIÓN DE ÁREAS DEGRADADAS.

Realización y difusión de spot radiales para resaltar los beneficios del proyecto.

C) FORTALECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DE LA CIUDADANÍA EN LA VALORIZACIÓN DE RESIDUOS ORGÁNICOS E INORGÁNICOS.

Realización y difusión de spot radiales, televisivos para el fortalecimiento desde el aspecto comunicacional al Programa de Segregación en la Fuente (PSF).

D) FORTALECIMIENTO A LA DIFUSIÓN PARA MEJORAR LA RECAUDACIÓN.

Realización de spot radial y televisión para implementar campañas masivas que contribuyan a incrementar la recaudación de arbitrios por limpieza pública.

6.3 PLAN DE COMUNICACIONES SEGÚN EL COMPONENTE 3: ADECUADAS PRÁCTICAS CON LA POBLACIÓN.

Los proyectos de recuperación de áreas degradadas por residuos sólidos comprenden tres componentes. Componente 1: Adecuada confinación de residuos sólidos en el área degradada, Componente 2: Eficiente gestión municipal del área recuperada, y Componente 3: Apropiadas prácticas de la población (área de estudio y área de influencia). Dentro de este último componente, se encuentra la comunicación para el cambio social y ambiental, con énfasis en comunicación grupal y comunicación mediática hacia la población. En marco a ello, las actividades de difusión en medios de comunicación son las siguientes:

- Difusión de notas de prensa en cada localidad donde se ejecutan los proyectos del Programa 2.
- Difusión de una microprograma radial en cada localidad donde se ejecutan los proyectos del Programa 2.
- Difusión de minidocumental en televisión en cada localidad donde se ejecutan los proyectos del Programa 2.

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

VII. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

7.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DEL
PROGRAMA 1

CAMPAÑAS	Ilave	Abancay	Azángaro
Campaña de sensibilización de los componentes y beneficios de la obra	Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre
Difusión de líderes comunales con posiciones positivas al proyecto		Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre
Campaña sobre contaminación sobre la mala disposición de residuos sólido: Rellenos vs botadero	Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre
Campaña informativa sobre la clausura del botadero		Octubre/ Noviembre/ diciembre	Octubre/ Noviembre/ diciembre
Total campañas	2	4	4

7.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DEL
PROGRAMA 2

CAMPAÑAS	Chancay	Oxapampa	Pozuzo	Yauyos	Andahuaylas	Bagua	Chincha	Huacho	Tarapoto	Puno	Talara
Campaña de sensibilización para valorización de residuos sólidos aprovechables.									Mayo	Mayo	Mayo
Campaña informativa sobre la clausura del botadero (cierre administrativo).							Noviembre	Noviembre	Junio	Junio	Junio
Campaña de intriga de cierre técnico de botaderos.											Noviembre
Difusión del inicio de la obra del cierre de botadero.				Marzo	Marzo						
Difusión del proceso de cierre de botadero en medios de comunicación local.	Marzo	Marzo	Marzo	Abril	Abril						
Total, campañas	1	1	1	2	2	0	1	1	2	2	3

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

7.2.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES PARA FORTALECER EL PLAN SOCIAL DE ACOMPAÑAMIENTO EN CHINCHA

CAMPAÑAS	ACCIONES	MATERIALES	2022			
			set	oct	nov	dic
Cierre del botadero (acciones de vigilancia) y operaciones en el relleno sanitario	Realización y difusión de spots radiales	Spots radiales (02)			x	
	Realización y difusión de spots televisivos	spot televisivo (01)				x
Importancia del proyecto de recuperación de áreas degradadas	Realización y difusión de spots radiales	Spots radiales (2)			x	
	Realización y difusión de spots televisivos	Spots Televisivo (1)				x
Fortalecimiento de la participación de la ciudadanía en la valorización de residuos orgánicos e inorgánicos	Elaboración y difusión de video para televisión	Spots Televisivo (1)				x
	Elaboración de spot radial sobre: horarios, rutas, cómo segregar, cómo compostar, cómo reutilizar, trabajo con recicladores, etc.	Spots radiales (02)			x	
Fortalecimiento a la difusión para mejorar la recaudación	Campaña masiva de sensibilización de pago de arbitrios de limpieza pública en medios de comunicación.	Videos			x	x
		Spot radial (1)				x

7.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN DEL COMPONENTE 3: ADECUADAS PRÁCTICAS DE LA POBLACIÓN.

Actividades	Primer Trimestre	Segundo Trimestre	Tercer Trimestre	Cuarto Trimestre
Productos comunicacionales para Chancay, Oxapampa y Pozuzo (notas de prensa y microprogramas radiales)		x	x	
Productos comunicacionales Andahuaylas y Yauyos (notas de prensa y microprogramas radiales)		x	x	
Difusión de minidocumentales para Chancay, Oxapampa, Pozuzo, Yauyos y Andahuaylas.				x

VIII. JUSTIFICACIÓN DE LOS MEDIOS

La Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental propone un Plan de Estrategia Publicitaria para el presente año, en la que se utilizará como herramienta de comunicación masiva la televisión y la radio, medios que son versátiles y con muchas posibilidades de recepción y alcance a diversos públicos.

Según la Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública – CPI, (Market Report N° 002 - marzo 2021), la radio es el medio utilizado por todas las clases socioeconómicas, en las zonas

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del Ambiente

Vice-Ministerio de
Gestión Ambiental

UE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

urbanas, urbano-marginales y rurales. En la actualidad, más de 16.9 millones de personas sintonizan Radio al día, los cuales escuchan el medio durante 03 horas y 57 minutos. Asimismo, en una semana la radio llega a más de 19.9 millones de personas las que acumulan un tiempo de 23 horas y 27 minutos de tiempo de escucha.

El alcance de la radio es homogéneo en las distintas zonas del país. En Lima Metropolitana el alcance semanal es de 92.8%, mientras que en el interior del Perú es de 94.3%. También se observa que la radio llega de lunes a viernes a un promedio de 17.4 millones de peruanos, mientras que los sábados y domingos, a 16.4 y 15.0 millones de personas, respectivamente.



La radio establece un contacto más personal con el público, pues permite al oyente cierto grado de participación en el programa que se transmite. Esta característica la vuelve muy atractiva para la difusión de mensajes publicitarios.



Es un medio de comunicación versátil que tiene muchas posibilidades de recepción, ya que es escuchada en el hogar, en el centro de trabajo o en el trayecto hacia algún lugar mientras se utiliza un medio de transporte.



La radio es también un medio de información pues por su simultaneidad e inmediatez, se ha convertido en la más rápida fuente de noticia.



En el caso de las campañas del sector ambiente, la radio representa un medio ideal para la difusión de mensajes informativos, sensibilizadores que promuevan la participación ciudadana, ya que es escuchada en las zonas urbanas, urbano marginales y rurales. Como medio de comunicación la radio brinda la oportunidad de alcanzar un mercado mucho más amplio y diverso. Para la selección de emisoras radiales se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos:

- Selección de emisoras radiales con alto nivel de audiencia según el público objetivo de la campaña.
- Difusión en los programas o segmentos más sintonizados por el público objetivo.

Por otra parte, un artículo en el diario Perú 21, de fecha 23 de noviembre del 2020, dice que, en Perú, la importancia de la televisión continúa consolidándose año tras año, al ser uno de los países de la región que más consume esta plataforma. De acuerdo con el estudio de medición de audiencias de TV de Kantar IBOPE Media, 9 de cada 10 peruanos han visto televisión al menos una vez a la semana. A la par, la pandemia habría impulsado la intensidad del tiempo de consumo de TV, este incremento fue de 23%.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI (Las tecnologías de información y comunicación en los hogares - junio 2022), de cada 100 hogares en Lima Metropolitana 95 cuentan con un televisor, en el resto urbano es 91 y 49 de cada 100 hogares en el área rural. Asimismo, el 33.3% de los hogares en el Perú accede a televisión por cable. Por área de residencia, accede un 45.8% en Lima metropolitana, el 35,4% del resto urbano y el 11,3% del área rural.¹

¹ Estadísticas de las tecnologías de información y comunicación en los hogares. INEI. (Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/02-informe-tecnico-tic-i-trimestre-2022.pdf>)



PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

Además, de acuerdo a un artículo del portal de la Agencia Peruana de Noticias – Andina, de fecha 04 de septiembre del 2021, basándose en un informe de Consumo de Medios en Latam 2021, indica que la televisión es la fuente más confiable. En el caso de Perú, lidera la TV (39%), seguida de los portales web (20%), las redes sociales (16%), la radio (14%), los medios impresos (10%) y los podcasts (1%). Además, según la fuente, del total de encuestados, el 93% ve las noticias por televisión al menos una vez por semana, el 48% lo hace todos los días y un 19% más de una vez al día.² Por lo tanto, la televisión es el medio por el que más se informan.

Por otro lado, de acuerdo a un artículo del Diario Gestión de fecha 04 de abril del 2019, basándose en un estudio sobre consumo de medios elaborado por IPSOS Perú, indica que más de la mitad del tiempo de consumo se da en medios tradicionales (55%). De manera que la televisión, radio y prensa escrita son los medios que los peruanos consumen más tiempo, en comparación a los medios digitales. Siendo 2 hora y 14 minutos el tiempo promedio de consumo en horas semanales de periódicos (versión impresa).³ Asimismo, de acuerdo a un artículo publicado en el portal de marketing y publicidad Mercado Negro, el 12 de febrero del 2018, en relación a un estudio de TGI de Kantar IBOPE Media, a un 83% de peruanos les gusta leer periódicos.

Por tal motivo, la radio, la televisión y la prensa escrita representan una oportunidad de alcanzar el impacto deseado para la difusión de spots radiales, los cuales serán producidos y difundidos en las ciudades de Ilave, Abancay, Andahuaylas, Chancay, Oxapampa, Pozuzo, Yauyos, Andahuaylas, Bagua, Chinchay y Huacho, a fin de lograr los objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria de la UE003: GICA.

IX. PROPUESTA Y JUSTIFICACIÓN TÉCNICA:

9 PÚBLICO OBJETIVO PARA LAS CAMPAÑAS

- Población en general de las ciudades beneficiarias del Programa 1 y Programa 2.
- Instituciones y comercios.
- Recicladores formales e informales.

9.1 MENSAJES TIPO

Los mensajes se construirán de acuerdo a las necesidades de cada municipalidad beneficiaria. Sin embargo, se proponen los siguientes mensajes:

A) Mensajes del Plan de Comunicaciones del Programa 1

- **Sobre componentes, beneficios y acciones de sensibilización en la etapa previa y durante la construcción.**
Informar sobre los beneficios del proyecto para la ciudadanía en general.
- **Posición positiva de líderes de opinión y autoridades**
La campaña busca transmitir la posición de los líderes y autoridades de la zona en beneficio del proyecto.

² Consumidores Peruanos confían más en la televisión y medios online para informarse. Andina. (Recuperado de: <https://andina.pe/agencia/noticia-consumidores-peruanos-confian-mas-television-y-medios-online-para-informarse-860360.aspx>)

³ IPSOS: El 55% de tiempo de consumo aún incurre en medios tradicionales. Diario Gestión. (Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/55-consumo-ocurre-medios-tradicionales-264968-noticia/?ref=gesr>)



PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

B) Mensajes del Plan de Comunicaciones del Programa 2:

Las propuestas de mensajes tipo son:

- Campaña de sensibilización para valorización de residuos sólidos aprovechables**
 "Seamos parte del cambio, separemos nuestros residuos aprovechables y entreguémoslo a los recicladores formalizados que pasan por tu vivienda en las fechas y horarios establecidos por tu municipalidad".
 "La valorización de residuos aprovechables ayuda a disminuir la contaminación ambiental y es fuente de trabajo para los recicladores formales".
- Campaña informativa sobre la clausura de botadero**
 "Tu municipalidad ha clausurado definitivamente el botadero de tu ciudad, ahora los residuos sólidos que se generan son dispuestos adecuadamente en los rellenos sanitarios para vivir en un lugar limpio y saludable".
 "Los botaderos son áreas informales e inadecuadas para la disposición de residuos sólidos, que contaminan el suelo, el aire, el agua y afectan la salud de la población".
- Campaña de intriga del cierre técnico de los botaderos**
 "Llegó el momento de mejorar nuestra convivencia con la naturaleza, todos merecemos una segunda oportunidad".
- Difusión del inicio del cierre de botadero de la obra**
 "Se inicia tu segunda oportunidad, es momento de recuperar los botaderos que por años fueron puntos de acumulación de basura, es momento de iniciar la obra de recuperación de áreas degradadas por residuos sólidos".
 El mensaje está relacionado a una "segunda oportunidad" que nos damos con el medio ambiente, luego que por años hayamos ocasionado su degradación con la disposición de residuos sólidos sin ningún control en los botaderos. Estos mensajes llegarán a la población y se intentará hacer tendencia al mensaje "todos merecemos una segunda oportunidad, los el medio ambiente también".
- Difusión del proceso de cierre de botadero en medios de comunicación local**
 Falta poco para culminar la obra de recuperación del área degradada de lo que fue el botadero de "nombre del botadero". Los residuos no estarán más al aire libre y la salud de las personas no estará más expuesta a la contaminación. Pronto tendremos al sector "nombre del lugar" en armonía con la naturaleza de Oxapampa (según el nombre de la localidad)



B.1) Mensajes del Plan de comunicaciones para fortalecer el plan social de acompañamiento en Chincha

- Cierre de botadero (acciones de vigilancia) y operaciones en el relleno sanitario**
 - Botadero vs relleno sanitario.
 - Resultados de operativo inopinados.
 - Cifras de disposición final, valorización, recaudación, costos de limpieza pública y cuanto gasta.
 - Resultados del Plan de Monitoreo.
 - Posesionarios y ocupantes.

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

- **Importancia del proyecto de recuperación de áreas degradadas.**
 - Ventajas de recuperar las áreas degradadas.
 - Proyecto de áreas degradadas: otras experiencias (salud, ambiental y social).
- **Fortalecimiento de la participación de la ciudadanía en la valorización de residuos orgánicos e inorgánicos**
 - Ventajas de la formalización de recicladores.
 - Fortalecimiento desde el aspecto comunicacional al PSF.
- **Fortalecimiento a la difusión para mejorar la recaudación**
 - Importancia del pago de arbitrios para la limpieza pública.

C) Mensajes del Componente 3: Adecuadas Prácticas de la Población.

- **Notas de prensa:**

Mensaje	
Nota de prensa 1	Redacción de una nota de prensa al haberse iniciado la obra, destacando sus beneficios, avances, población beneficiaria, etc., teniendo en cuenta las características generales mencionadas en el ítem VI).
Nota de prensa 2	Redacción de una nota de prensa para destacar los avances técnicos de la obra, campañas de comunicación de adecuadas prácticas, etc., teniendo en cuenta las características generales mencionadas en el ítem VI).
Nota de prensa 3	Redacción de una nota de prensa al haberse culminado la obra, destacando el cuidado, mantenimiento, fiscalización, el uso o restricciones para la población, etc., y teniendo en cuenta las características generales mencionadas en el ítem VI).

- **Microprograma radial:**

Nº	Microprograma	Tiempo	Horario de difusión
1	El Programa 2	5 min.	En radio: Durante programas informativos matutinos.
2	El proyecto y la importancia del cierre administrativo y técnico del botadero.	5 min.	
3	Se difundirán los avances del proyecto, la estrategia social y comunicacional.	5 min.	
4	Difusión de la Estrategia de Inclusión Socioambiental - PISo	5 min.	
5	Importancia de la valorización de residuos aprovechables, el ciclo de vida los residuos sólidos, difusión de rutas y horarios de recolección selectiva.	5 min.	En redes sociales (audiovisual): En horarios de mayor alcance.
6	Promoción de las buenas prácticas ambientales, hábitos y conductas que debe asumir el poblador con respecto al área en recuperación, el cuidado del medio ambiente, la difusión de las sanciones o multas por dañar el área en recuperación, etc.	5 min.	

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

- **Difusión de minidocumental**

Se difundirá en televisión local minidocumentales que resumirán la intervención de la UE003: GICA, destacando el proyecto de recuperación de área degradada por residuos sólidos.

X. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

Radio: emisoras radiales con cobertura local de mayor audiencia, líderes en sintonía, en las zonas prioritarias, tales como Ilave, Abancay y Azángaro, Bagua, Huacho, Oxapampa, Pozuzo, Chancay, Yauyos, Andahuaylas, Puno, Tarapoto, Talara y Chinchá; focalizándose horarios de mayor audiencia según el público objetivo de la campaña.

Televisión: canales de televisión con cobertura local de mayor audiencia y líderes en sintonía en como los canales municipales, los cuales cuentan con mayor cobertura local.

Prensa: periódicos con mayor cobertura y alcance, como diarios del Grupo El Comercio, los cuales cuentan con cobertura a nivel nacional y presencia en 14 ciudades del País, entre ellas la ciudad de Chinchá.

XI. FINANCIAMIENTO Y PRESUPUESTO

El Plan de Estrategia Publicitaria 2022 se financiará con los siguientes recursos:

A) Plan de Comunicaciones del Programa 1 para la ciudad de Ilave, Abancay y Azángaro

La fuente de financiamiento son recursos ordinarios.

Cronograma de programación de gasto:

Ciudad	Servicio	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ilave	Spots radiales		X	X
	Banners	X		
Abancay	Spots radiales		X	X
	Banners		X	X
Azángaro	Spots radiales		X	X
	Banners		X	X

Ciudad	Nombre del Servicio	Tipo	Detalle	Presupuesto	Total
Ilave	Contratación del servicio de elaboración y difusión de sport radiales.	Spots radiales	P1: Relleno vs Botadero	S/. 9,000.00	S/ 36,000
			P2: Componentes y beneficios de la Obra	S/. 9,000.00	
			P3: Líderes de la zona que aprueban el proyecto	S/. 9,000.00	
	Contratación de impresión de piezas comunicacionales	Banners	P1. Infografía sobre el proyecto	S/. 5,000.00	
			P2. Mensajes claves con infografía	S/ 4,000.00	
Abancay			P1: Relleno vs Botadero	S/. 9,000.00	S/ 34,000

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe





PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalLIE. 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"



Azángaro	Contratación del servicio de elaboración y difusión de sport radiales.	Spots radiales	P2: Componentes y beneficios de la Obra	S/. 9,000.00	
			P3: Líderes de la zona que aprueban el proyecto	S/. 9,000.00	
	Contratación de impresión de piezas comunicacionales	Banners	B1. Infografía sobre el proyecto	S/. 4,000.00	
			B2. Mensajes claves con infografía	S/ 3,000.00	
	Contratación del servicio de elaboración y difusión de sport radiales.	Spots radiales	P1: Relleno vs Botadero	S/. 9,000.00	S/ 36,000
			P2: Componentes y beneficios de la Obra	S/. 9,000.00	
			P3: Líderes de la zona que aprueban el proyecto	S/. 9,000.00	
	Contratación de impresión de piezas comunicacionales	Banners	P1. Infografía sobre el proyecto	S/. 4,000.00	
P2. Mensajes claves con infografía			S/ 5,000.00		
Total					S/106,000.00

B) Plan de Comunicaciones del Programa 2

La fuente de financiamiento son recursos ordinarios.

SPOT RADIAL	Enero	Feb.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Set.	Oct.	Novi.	Dic.	RO
Chancay				1,720.00									1,720.00
Oxapampa					1,700.00								1,700.00
Pozuzo					1,500.00								1,500.00
Yauyos					1,750.00	1,750.00							3,500.00
Andahuaylas					1,700.00	1,700.00							3,400.00
Bagua													0.00
Chincha												1,789.09	1,789.09
Huacho												1,789.09	1,789.09
Tarapoto						1,760.00	1,760.00						3,520.00
Puno						1,789.09	1,789.09						3,578.18
Talara						1,789.09	1,789.09					1,789.09	5,367.27
TOTAL SOLES	0.00	0.00	0.00	1,720.00	6,650.00	8,788.18	5,338.18	0.00	0.00	0.00	0.00	5,367.27	27,863.63

B.1.) Plan de comunicaciones para fortalecer el plan social de acompañamiento en Chincha

La fuente de financiamiento son recursos ordinarios.

Campañas	Presupuesto
Cierre del botadero (acciones de vigilancia) y operaciones en el relleno sanitario	5,000.00
Importancia del proyecto de recuperación de áreas degradadas	5,000.00
Fortalecimiento de la participación de la ciudadanía en la valorización de residuos orgánicos e inorgánicos	5,000.00
Fortalecimiento a la difusión para mejorar la recaudación	8,000.00
TOTAL	S/ 23,000.00

Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe



PERÚ

Ministerio
del AmbienteVice-Ministerio de
Gestión AmbientalUE 003 Gestión Integral de la Calidad
Ambiental

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
 "Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
 "Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

C) Componente 3: Adecuadas Prácticas de la Población

La fuente de financiamiento es ROOC para los proyectos de recuperación de área degradada por residuos sólidos.

Actividades	Ciudades				
Difusión de notas de prensa	Chancay	Oxapampa	Pozuzo	Yauyos	Andahuaylas
Difusión de microprograma de radio					
Difusión de minidocumental en televisión					
Total S/	17,700.00			5,800.00	6,000.00



XII. RESPONSABLE DE EJECUTAR EL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA

El responsable de la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria 2022 de la Unidad Ejecutora 003: Gestión Integral de la Calidad Ambiental – UE003: GICA, es la Coordinación Técnica del Programa 1 y Coordinación Técnica del Programa 2, de acuerdo a sus competencias en las ciudades de intervención.



XIII. REPROGRAMACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA

De acuerdo a las necesidades de comunicación de la UE003: GICA el cronograma de ejecución y presupuesto podrá ser reestructurado antes y durante el desarrollo de la ejecución del servicio, lo que permitirá tener manejo en el cambio de las campañas por cambios en las medidas o modificaciones en los Decretos de Urgencia o las fechas de inicio de ejecución física de las obras de recuperación de áreas degradadas por residuos sólidos en las ciudades beneficiarias del Programa 1 y Programa 2. Ello, permitirá también realizar cambios en los periodos y número de semanas de pauta proyectada; así como, las campañas podrán ser difundidas en forma independiente o simultánea, coincidiendo en periodos o semanas.



Central Telefónica: 221-7898
www.gob.pe/gica
www.minam.gob.pe

