



PERÚ

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

Plan de Comunicaciones 2026

CONTENIDO

I. PRESENTACIÓN.....	3
II. DIAGNÓSTICO.....	4
III. BASE LEGAL.....	13
IV. FINALIDAD	14
V. OBJETIVO ESTRATÉGICO SECTORIAL E INSTITUCIONAL CON EL CUAL SE RELACIONA Y/O ARTICULA.....	14
VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN.....	15
VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN.....	15
VIII. OBJETIVOS	18
IX. PÚBLICO OBJETIVO	18
X. LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	21
XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES.....	25
XII. PROGRAMACIÓN DE INDICADORES Y METAS	26
XIII. RESULTADOS.....	27
XIV. ÓRGANO RESPONSABLE	28
XV. IMPLEMENTACIÓN	29
XVI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	29
XVII. VIGENCIA.....	29
XVIII. FINANCIAMIENTO	29
XIX. ANEXOS.....	30

PLAN DE COMUNICACIONES 2026

MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO

I. PRESENTACIÓN

El Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo promueve el empleo decente y productivo, así como el fomento de oportunidades de trabajo justas y productivas, asegurando los derechos laborales y fundamentales de la población; fortaleciendo la dirección a nivel nacional y creando espacios para el diálogo social y laboral; con una gestión efectiva, clara y enfocada en los resultados.

Para cumplir con su propósito, dispone de diferentes instancias, siendo las más relevantes el Viceministerio de Trabajo, el Viceministerio de Promoción del Empleo y Capacitación Laboral, la Secretaría General, los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE, así como los mecanismos de diálogo social y concertación laboral como el Consejo Nacional de Trabajo y Promoción del Empleo y el Consejo Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo.

De esta manera, la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional (OCII) del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE), según el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del MTPE, actualizado mediante la Resolución Ministerial N° 194-2024-TR, es la unidad responsable de diseñar, proponer y llevar a cabo la Estrategia y Política Comunicacional y de relaciones públicas del Ministerio, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y la administración interna correspondiente. Además, la OCII tiene la tarea de crear y sugerir el plan anual para la difusión de los servicios y programas del Ministerio; para ello, brinda soporte comunicacional a las unidades orgánicas y programas del MTPE en el desarrollo de planes y actividades comunicativas.

En este contexto, la OCII está elaborando el Plan de Comunicaciones 2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, que contempla estrategias y actividades de comunicación con el objetivo de dar a conocer los beneficios de los programas, servicios y temas importantes que el MTPE ofrece a la ciudadanía.

Es importante resaltar que, dado que este Plan se desarrolla para el año 2026, abarcando el periodo electoral correspondiente a las Elecciones Generales 2026 que se llevarán a cabo en abril 2026 a nivel nacional y las Elecciones Regionales y Municipales de octubre 2026; por ello, se tendrán en cuenta para su implementación las normas sobre publicidad estatal establecidas por el Jurado Nacional de Elecciones a través de la Resolución N° 0047-2024-JNE y otras regulaciones aplicables.

II. DIAGNÓSTICO

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

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

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

La programación de actividades operativas de la OCII contenidas en el Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2026 consistente con el PIA 2026 del Pliego 012: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)" aprobado mediante Resolución Ministerial N° 000206-2025-TR, considera actividades que son parte de las acciones propias y diarias de la oficina, las que están orientadas a comunicar los programas y servicios del MTPE a través de la OCII:

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

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

En relación a las fortalezas se indica:

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

En relación a las oportunidades se indican:

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

En relación a las debilidades se indican:

- Alta rotación de directivos y personal lo que no permite la continuidad de las acciones.
- Equipos tecnológicos y audiovisuales que requieren mantenimiento constante y protección contra los cortes e inestabilidad de fluido eléctrico en el ministerio.
- Capacidad de financiamiento de campañas con publicidad estatal.

En relación a las amenazas se indican:

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

A continuación, se detallan los logros alcanzados en relación a la implementación del Plan de Comunicaciones 2025:

- Durante el 2025, la OCII desarrolló un Plan de Comunicaciones para el MTPE aprobado mediante Resolución del Secretario General N.º 000009-2025-TR/SG, con la finalidad de contar con un documento de gestión en comunicación que integre los temas relevantes del MTPE y proponga estrategias, acciones e indicadores de comunicación que permitan informar y comunicar las prioridades de la gestión del MTPE a la ciudadanía.
- Se diseñaron 2332 materiales comunicacionales para difusión externa.
- Se realizaron 200 eventos virtuales que fueron difundidos en la web del MTPE y en redes sociales oficiales del MTPE.
- Se desarrollaron 7 campañas de difusión en temas laborales:
 1. **Unidos contra el trabajo forzoso** con el objetivo de informar y sensibilizar a la población general sobre la importancia de la lucha contra el trabajo forzoso.



📅 1 de febrero | Día de la lucha contra el trabajo forzoso 🙌

☎ Si eres víctima o conoces un caso, llama de manera gratuita al 1819 para recibir orientación con personal especializado. 👤

¡Unidos contra el Trabajo Forzoso!
#NoAlTrabajoForzoso
#UnidosContraElTrabajoForzoso

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1017587933738647&set=pb.100064623492007.-2207520000&type=3>



⚠ Se viste de "ayuda" para captar víctimas.

¡El trabajo forzoso es un delito! 📞
La línea 1819 te brinda orientación ante casos.

Conoce más en:
<https://elperuano.pe/noticia/263286>
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1017748680389239&set=pb.100064623492007.-2207520000&type=3>

2. **¡No calles! El hostigamiento sexual laboral es delito** con el objetivo de difundir la prevención y sanción de las conductas del hostigamiento sexual en el entorno laboral enfatizando la necesidad de crear espacios de trabajo sanos y seguros para todos las/los trabajadoras/es, con respeto y sin discriminación. Asimismo, difundir los canales de atención del Servicio Trabaja Sin Acoso a los trabajadores y empleadores del sector privado como servicio gratuito de orientación, asistencia y acompañamiento legal y psicológico para los casos de hostigamiento sexual en el trabajo.



Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo @MTPE_Peru

¡No calles! Identifica el hostigamiento sexual laboral, denúncialo y paremos con esos casos.
Llama a la Línea 1819 del @MTPE_Peru y recibe la orientación que necesitas. #TrabajaSinAcoso

0:01 / 1:03

¡Nadie debe tolerar ningún tipo de acoso! Si eres víctima o conoces de un caso de hostigamiento sexual laboral, ¡llama a la Línea 1819 del @MTPE_Peru!

<https://www.facebook.com/share/v/1Ad6Uv6h9M/>
<https://www.facebook.com/share/p/1AiAVXVDsh/>

3. **CONtrato justo – Formalizar es reconocer** con el objetivo de promover el trabajo digno de las trabajadoras y trabajadores del hogar, a través del cumplimiento de los derechos de las trabajadoras y los trabajadores del hogar, dispuesto en la Ley N° 31047, Ley de las trabajadoras y trabajadores del hogar y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 009-2021-TR.



- ✓ El MTPE destaca la importancia de promover el Registro del Trabajo del Hogar y la realización de un contrato laboral.
- 👉 Entérate más: <https://elperuano.pe/noticia/267073>
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1060251202805653&set=pb.100064623492007.-2207520000&type=3>
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1061724245991682&set=pb.100064623492007.-2207520000&type=3>

4. **Construyamos un Perú Sin Trabajo Infantil** con el objetivo de informar y sensibilizar a población general sobre la implicancias y riesgos del trabajo infantil en niñas, niños y adolescentes entre 5 y 17 años de edad.



¡El trabajo infantil pone en riesgo a niñas, niños y adolescentes! Si observas o conoces algún caso, ¡llama a la Línea 1819 Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo del Perú!

Además, puedes recibir orientación en la #Línea1810 del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables del Perú y comunicarte al 1818 del Ministerio del Interior del Perú.

#PerúSinTrabajoInfantil

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=1116446863852753&set=pb.100064623492007.-2207520000&type=3>

<https://www.facebook.com/minsaperu/videos/588177437238597/?rclid=g8bCcQ6dt7314oSV>

5. **¡Sí se puede trabajar y dar de lactar!** con el objetivo de informar a las madres trabajadoras en periodo de lactancia sobre sus derechos laborales:



Tipo de cambio:
Compra: S/ 3.537
Venta: S/ 3.563

Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana

DIARIO OFICIAL DEL BICENTENARIO
El Peruano

INICIO DERECHO ECONOMÍA ACTUALIDAD OPINIÓN ESPECIALES SUPLEMENT

Central



MADRES TRABAJADORAS PERUANAS
Lactarios mejoran eficiencia y productividad
MTPE: empresas e instituciones con más de 20 trabajadoras en edad fértil deben implementarlos.

¡Sí se puede trabajar y dar de lactar! 🧑‍💻❤️ Empleadores, familia y compañeros de trabajo comprometidos con la lactancia materna. 📌✅

📞 Llama gratis al 0800-16 872 y recibe orientación en materia laboral.
#SemanaDeLaLactanciaMaterna

<https://www.facebook.com/share/p/1FeF9sZs7c/>

El Peruano: <https://elperuano.pe/noticia/276937-lactarios-mejoran-eficiencia-y-productividad/>

6. **Mesa digital 360** con el objetivo de dar a conocer a la ciudadanía esta plataforma digital ágil, segura y accesible para realizar sus gestiones en la Mesa de Partes Digital, Casilla Electrónica y Seguimiento de Trámites del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.



🚀 A partir de hoy tus trámites con el MTPE cambian de nivel:
Mesa Digital 360 llega para centralizar tus servicios en un solo lugar 🗨️

- ✅ Presenta documentos
- ✅ Recibe notificaciones
- ✅ Haz seguimiento en línea

Disponible 24/7 desde donde estés 🌐

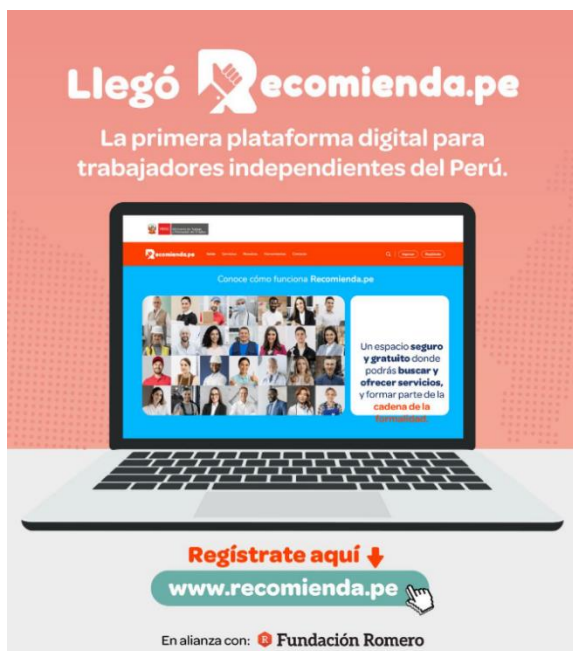
👉 mesadigital360.trabajo.gob.pe

<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1201409915356447>

Video Mesa Digital 360 del MTPE:

<https://www.facebook.com/reel/1109462071340581>

7. **Recomienda.pe** con el objetivo de dar a conocer y promover el uso de la plataforma digital a nivel nacional, impulsando el registro de trabajadores autoempleados y usuarios ciudadanos. Fundación Romero financió la pauta publicitaria en medios masivos en su totalidad, la que inició el 29 de setiembre y concluyó el 29 de octubre de 2025.



Llegó #Recomienda.Pe la primera plataforma digital para trabajadores independientes, creada en alianza con Fundación Romero. Un espacio seguro donde podrás ofrecer lo que sabes hacer, ganar visibilidad y dar pasos hacia la formalidad.

- ✓ Gratis
- ✓ Con respaldo oficial
- ✓ Con clientes esperando por ti

Ingresa a www.recomienda.pe y regístrate ya.
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1208660541298051>

Facebook
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1208696997961072>

Video
<https://www.facebook.com/reel/1486733122453113>

En relación a los logros alcanzados en redes sociales durante el 2025 se indica:

- Facebook: de 1 653 391 seguidores, se consiguieron 96 697 nuevos seguidores.
- Twitter: de 555 455 seguidores, se consiguieron 17 346 nuevos seguidores.
- LinkedIn: de 931 378 seguidores, se consiguieron 144 183 nuevos seguidores.
- Instagram: de 393 403 seguidores, se consiguieron 18 261 nuevos.
- YouTube: de 79 825 seguidores, se consiguieron 9351 nuevos seguidores.
- Flickr: de 355 seguidores, se consiguieron 20 nuevos seguidores.
- TikTok: de 388 720 seguidores, se consiguieron 123 133 nuevos seguidores.
- Whatsapp: 53,112 seguidores.

En relación a los logros alcanzados en gestión de prensa durante el 2025, se indica:

- Se gestionaron 167 entrevistas para ministros de Estado en medios de comunicación, estimándose el ahorro publicitario para el Estado en S/ 7 668 931.95 (siete millones

seiscientos sesenta y ocho mil novecientos treinta y un soles y 95 céntimos).

- De igual modo, se gestionaron 177 entrevistas para funcionarios voceros en medios de comunicación, estimándose el ahorro publicitario para el Estado en S/ 3 557 628.95 (tres millones quinientos cincuenta y siete mil seiscientos veintiocho soles y 95 céntimos).
- Se elaboraron 368 notas de prensa, 24 convocatorias de prensa y se obtuvo 7697 impactos positivos, estimándose que esto significó un ahorro publicitario para el Estado de S/ 23 351 541.89 (veintitrés millones trescientos cincuenta y un mil quinientos cuarenta y un soles y 89 céntimos).

Para el seguimiento de la implementación del plan, se reportó trimestralmente a la Secretaría General los avances en relación a las metas propuestas en el Plan de Comunicaciones 2025.

Para la elaboración del Plan de Comunicaciones 2026 se solicitó conocer las necesidades de comunicación de las diferentes instancias del Ministerio; y para ello, la OCII, a través de la Secretaría General, solicitó en octubre 2025 mediante Memorando Múltiple N.º 000094-2025-MTPE/4, los requerimientos de comunicación y publicidad para el 2026, a los que se les brindará asesoramientos en temas de comunicación e imagen institucional durante el 2026.

Asimismo, se consideran las líneas estratégicas que la gestión ministerial actual impulsa:

1. Promoción de la empleabilidad:

Formación y capacitación de capital humano a través de programas como #CAPACÍTA-T (certificados laborales) y #MiCarrera (orientación vocacional).

Se busca fortalecer las competencias para una mejor inserción laboral, especialmente para jóvenes.

2. Promoción del empleo decente e inclusión:

Se enfoca en la búsqueda de empleo, intermediación laboral y formalización.

Inclusión de grupos vulnerables como jóvenes, mujeres y personas con discapacidad en el mercado laboral. Emisión de Certificados Únicos Laborales para facilitar el acceso al trabajo.

3. Protección de derechos y salud en el trabajo:

Fortalecimiento de la fiscalización laboral para asegurar el cumplimiento de la normativa.

Capacitación a trabajadores y empleadores sobre derechos y obligaciones.

Promoción de la seguridad y salud en el trabajo.

4. Creación de empleo temporal (reactivación económica):

Uso del programa Llamkasun Perú para generar empleos temporales en coordinación con gobiernos locales.

Financiación de actividades de intervención inmediata y proyectos de inversión pública para reactivar la economía.

Asimismo, se indican los siguientes temas relevantes:

1. Promoción del empleo en jóvenes y población general.
2. Formación y capacitación laboral.
3. Formalización laboral.
4. Centro de Empleo y servicios gratuitos laborales.
5. Empleos Perú.
6. Regulación y defensa de los derechos fundamentales laborales.
7. Seguridad y salud en el trabajo.
8. Programa Nacional de Empleo “Jóvenes Productivos”.
9. Programa de Empleo Temporal “Llamkasun Perú”.
10. Diálogo sociolaboral.
11. Certificación de competencias laborales.
12. Hostigamiento sexual laboral.
13. Inspección y fiscalización laboral.
14. Seguridad social y migración laboral.
15. Prevención y/o solución de conflictos laborales.
16. Priorización de grupos vulnerables: trabajo infantil, trabajo forzoso, personas con discapacidad y trabajadoras del hogar.
17. Libertad sindical.
18. Información laboral y del mercado de trabajo.

III. BASE LEGAL

- Ley N.º 26859, Ley Orgánica de Elecciones y modificatorias.
- Ley N.º 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal y modificatoria.
- Ley N.º 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
- Ley N.º 29381, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Decreto Supremo N.º 013-2021-TR, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Empleo Decente.
- Decreto Supremo N.º 018-2021-TR, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo al 2030.
- Decreto Supremo N.º 141-2025-PCM, que aprueba la Política General de Gobierno 2025-2026: Transición Democrática y Reconciliación Nacional.
- Resolución Ministerial N.º 000048-2024-TR que aprueba el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2024-2030 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N.º 194-2024-TR que actualiza el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución Ministerial N.º 205-2024-TR, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- Resolución Ministerial N.º 063-2025-TR que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) Multianual 2026-2028 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE).
- Resolución Ministerial N.º 206-2025-TR, que aprueba el “Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2026 consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA), del Pliego 012: Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE)”.
- Resolución del Secretario General N.º 311-2016-TR/SG, que aprueba la Directiva General N.º 09-2016-MTPE/4, “Directiva del Procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”, y su modificatoria.
- Resolución del Secretario General N.º 076-2022-TR/SG, que aprueba la Directiva General N.º 05-2022-MTPE/4, “Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo”.

- Resolución del Secretario General N.º 000003-2025-TR/SG, que aprueba el Manual de Identidad Corporativa del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 02-2023-PCM/SCS, que aprueba la modificación de los Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 03-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N.º 002-2022-PCM/SCS, denominada “Lineamientos aplicables al proceso de coordinación para el desarrollo y difusión de las campañas comunicacionales del Poder Ejecutivo”.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N.º 03-2023-PCM/SCS, que modifica la Directiva N.º 002-2023-PCM/SCS que establece los Lineamientos para la Formulación, Aprobación e Implementación del Plan de Estrategia Publicitaria de las Entidades del Poder Ejecutivo.
- Resolución N.º 0112-2025-JNE, Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral.

IV. FINALIDAD

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

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

El MTPE es el organismo rector en materia de trabajo y promoción del empleo y, de acuerdo con el numeral 5.1 del artículo 5 de la Ley N° 29381, ejerce competencia exclusiva y excluyente respecto de otros niveles de gobierno en todo el territorio nacional, para formular, planear, dirigir, coordinar, ejecutar, supervisar y evaluar las políticas nacionales y sectoriales en las siguientes materias: sociolaborales, derechos fundamentales en el ámbito laboral, seguridad y salud en el trabajo, difusión de normatividad, información laboral e información del mercado de trabajo, relaciones de trabajo, seguridad social, inspección del trabajo, promoción del empleo, intermediación laboral, formación profesional y capacitación para el trabajo, normalización y certificación de competencias laborales, autoempleo, reconversión laboral y migración laboral..

En este contexto, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCII) propone el Plan de Comunicación 2026 del MTPE para contribuir con la difusión y promoción del empleo digno, productivo y con igualdad de oportunidades, garantizando los derechos laborales fundamentales en el ámbito laboral; fortaleciendo su rectoría a nivel nacional y generando espacios de diálogo sociolaborales; manteniendo una gestión eficiente, transparente y enfocada en resultados, tal como lo establece la misión institucional.

El presente Plan de Comunicación 2026 del MTPE se alinea y contribuye a la implementación de la Acción Estratégica Institucional (AEI.06.03) "Gestión de la mejora continua de procesos y servicios implementada en el MTPE" del Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 06 "Modernizar la gestión institucional, con énfasis en la transformación digital, orientada a resultados en favor de la población" del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025-2030 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobado mediante Resolución Ministerial N° 205-2024-TR.

Asimismo, contribuye a la implementación de la Acción Estratégica Sectorial 1.6: "Fortalecer la capacidad rectora del Sector Trabajo y Promoción del Empleo a nivel Nacional" del Objetivo Estratégico Sectorial (OES) N° 1 "Incrementar la formalización laboral de la fuerza de trabajo" del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2024-2030 del Sector Trabajo y Promoción del Empleo aprobado mediante Resolución Ministerial N° 048-2024-TR.

VI. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

El ámbito de intervención es a nivel nacional.

VII. ENFOQUES Y ESCENARIOS DE COMUNICACIÓN

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

- **Enfoque de servicio a la ciudadanía**

Implica centrarse en la ciudadanía y sus necesidades en el centro de cada mensaje. Al implementar este enfoque centrado en la ciudadanía, la institución no solo mejora la accesibilidad a sus servicios, sino que también refuerza su rol rector y su legitimidad ante la sociedad. Una comunicación efectiva que prioriza la claridad y el servicio es fundamental

para promover una participación informada, asegurar el pleno ejercicio de los derechos laborales y consolidar una cultura de diálogo social, contribuyendo de manera directa a la eficiencia y la transparencia de la gestión institucional.

- **Enfoque de derechos laborales**

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

- **Enfoque territorial**

El enfoque territorial es multisectorial. Con mirada descentralizada se realizarán campañas y difusión de los servicios y programas del ministerio a nivel a nacional.

- **Enfoque de igualdad de género**

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

- **Enfoque de innovación y valor público**

Involucramiento del público objetivo en las campañas y/o acciones de comunicación, respeto al cumplimiento de sus derechos y participación activa de la ciudadanía a través de testimonios en formatos digitales e innovadores. Los ciudadanos podrán participar y mostrar cómo los servicios y programas han impactado en sus vidas y la de sus familias.

En relación a los escenarios claves, tenemos:

- **Comunicación corporativa / organizacional**

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

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

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

- **Comunicación pública**

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

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

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

- **Comunicación para el cambio social**

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

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

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

VIII. OBJETIVOS

Objetivo General

Contribuir al fortalecimiento del posicionamiento e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo ante la ciudadanía y los grupos de interés, mediante una gestión comunicacional integral orientada a generar una percepción positiva sobre sus servicios, programas y acciones prioritarias, asegurando una difusión oportuna, transparente y efectiva de la información institucional.

Se debe indicar, que esto se logrará a través de la ampliación de la cobertura (incluyendo estrategias masivas y alternativas), el fortalecimiento de la presencia digital y el posicionamiento institucional (mediante eventos y alianzas estratégicas), todo ello enfocado en promover el empleo decente, la formalización laboral, el diálogo social y la protección de derechos laborales y fundamentales en el ámbito laboral, asegurando siempre una atención ciudadana cercana y de alto valor público.

Objetivos Específicos

1. Promover una comunicación oportuna, transparente y efectiva de actividades, servicios y programas a la ciudadanía y los grupos de interés.
2. Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE.
3. Fortalecer la presencia digital del MTPE ante la ciudadanía y los públicos de interés.
4. Posicionar la imagen institucional del MTPE ante la ciudadanía y grupos de interés.

IX. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo es la población en general, la ciudadanía y de acuerdo a los ejes temáticos y programas del MTPE, se indican como público objetivo los siguientes:

Público objetivo externo

Temas relevantes	Público objetivo	Publico secundario
1. Promoción del empleo en jóvenes y población general.	Ciudadanía.	Empleadores.
2. Formación y capacitación laboral.	Población interesada en actualizar sus conocimientos para mejorar su empleabilidad.	Empleadores.
3. Formalización laboral.	Empleadores de micro y pequeñas empresas, trabajadores y gremios de trabajadores a los cuales afecta directamente el problema de la	Población que tiende hacer emprendimientos.

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

Temas relevantes	Público objetivo	Publico secundario
18. Información laboral y del mercado de trabajo.	Investigadores Academia Estudiantes	Ciudadanía

En relación a los aliados estratégicos son:

- Tomadores de decisiones.
 - Gobierno central.
 - Gobiernos regionales, provinciales y locales.
 - Otros sectores intergubernamentales.
 - Poder Legislativo.
- Medios de comunicación.
 - Periodistas y comunicadores sociales.
 - Líderes de opinión (columnistas, editores, comentaristas, influencers, entre otros).
- Entidades vinculadas al Sector Trabajo y Promoción del Empleo.
 - Sunafil.
 - EsSalud.
 - Direcciones/Gerencias Regionales de Trabajo y Promoción del Empleo.
- Organismos internacionales
 - Organización Internacional del Trabajo.
 - Fuentes cooperantes.
- Sociedad civil organizada.
 - Gremios.
 - Sector empleador.
 - Colegios profesionales.
 - Organismos No Gubernamentales.
 - Cooperación internacional.
 - Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas - CONFIEP
 - Sociedad de Comercio Exterior del Perú - COMEXPERU
 - Sociedad Nacional de Industrias - S.N.I.

- Cámara Peruana de la Construcción – CAPECO
 - Asociación de Bancos del Perú – ASBANC
 - Cámara de Comercio de Lima - CCL
 - Coordinadora de Empresas de Gamarra
 - Sociedad Nacional de Minería, Petróleo y Energía – SNMPE
 - Sociedad Nacional de Pesquería - SNP
 - Asociación de Exportadores - ADEX
 - Ejecutivo de Asociación de Pequeños y Medianos Industriales del Perú – APEMIPE
 - Conglomerados de Pequeña Empresa en el Perú – CPEP
- Especialistas.
 - Especialistas y técnicos en temas laborales.

X. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

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

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

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

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

Se sugiere implementar iniciativas para dar a conocer los servicios y programas del MTPE, en alineación con los 6 Objetivos Estratégicos Institucionales del MTPE.

A través de esta estrategia, buscamos difundir nuestras actividades sin necesidad de gastar recursos públicos, evitando costos al Estado. La gestión de medios es una herramienta que permite a las organizaciones acceder a cobertura gratuita en los medios de comunicación mediante el contacto y la persuasión con estos. Para lograrlo, la clave es proporcionar información noticiable que despierte el interés de los medios, ya que es relevante para la audiencia.

Esta estrategia se basa en la interacción del equipo de prensa con los reporteros de los medios. Esto incluye la creación de un plan de medios que promueva los diversos servicios y programas que el MTPE ofrece a la sociedad, lo cual puede incluir materiales comunicativos como comunicados de prensa, entrevistas, reportajes, cápsulas informativas, y convocatorias de prensa, entre otros.

Igualmente, se plantea implementar acciones para la selección de diferentes medios de comunicación; abarcando aquellos que se consideran de alcance masivo a nivel nacional, regional, local, así como medios especializados y regionales. De este modo, se facilita la discusión de diversos temas que surgen del propio MTPE, así como aquellos relacionados con entidades tanto nacionales como internacionales.

Las acciones dirigidas a la publicidad estatal se llevarán a cabo conforme a la normativa vigente.

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

Se elaborarán planes de comunicación que se relacionen con los temas principales y cuestiones relevantes del MTPE, considerando diversas acciones de comunicación, que incluyan métodos directos, masivos y alternativos.

Dentro de esta propuesta se incluye la publicidad estatal, que las entidades emplean cuando buscan una amplia difusión de impacto significativo, con el objetivo de alcanzar al mayor alcance posible del público objetivo principal y secundario, utilizando un presupuesto asignado.

Sin embargo, es crucial tener en cuenta algunos aspectos previos cuando se aborda la publicidad estatal. Para las entidades del sector público, este asunto está regulado por la Ley N° 31515, que modifica la Ley N° 28874, la cual establece las normas sobre la publicidad estatal y establece criterios sobre la utilización de recursos del estado en este ámbito, ya sea a través de medios impresos, radio o televisión.

De igual manera, conforme al Reglamento sobre Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, aprobado por el Jurado Nacional de Elecciones mediante la Resolución N.° 0047-2024-JNE, define la publicidad estatal como la información que las entidades públicas difunden con fondos y recursos públicos, destinada a divulgar la programación, el inicio o la consecución de sus actividades, obras y políticas públicas, cuyo objeto sea posicionarlas frente a los ciudadanos que perciben los servicios que estas prestan.

En este contexto, dado que el año 2026 incluye el periodo electoral de las Elecciones Generales 2026, resulta fundamental tener en cuenta las directrices sobre publicidad estatal emitidas por el Jurado Nacional de Elecciones y otras normativas que sean pertinentes.

Cabe indicar que, se cuenta con una Directiva del procedimiento para la elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que ha sido aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 311-2016-TR/SG, Directiva General N° 09-2016-MTPE/4, y su modificatoria. Este documento tiene como objetivo, establecer y delimitar los lineamientos para la formulación, elaboración, aprobación, implementación, monitoreo y evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria Anual del MTPE donde todos los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE deberán enviar, antes del inicio del año fiscal, sus propuestas de difusión en diferentes medios de comunicación (prensa, radio, televisión y digital). Los criterios que se utilizarán para la selección de medios para publicidad estatal son los siguientes: cobertura, alcance, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros que se considere.

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

En la Estrategia 3, se promueve una adecuada administración de la comunicación digital fundamentada en el respeto a la ética tanto profesional como periodística.

Se plantean acciones para manejar las cuentas oficiales del MTPE en diversas redes sociales, como Facebook, Instagram, X, LinkedIn, Flickr, YouTube, TikTok, y WhatsApp. Asimismo, se busca crear contenido que sea informativo y útil para los ciudadanos. Las plataformas sociales son esenciales para promover, entender o atender las necesidades de los usuarios en estos nuevos entornos de interacción, facilitando el contacto con los internautas y permitiendo la difusión de los servicios y programas del MTPE.

Considerando las regulaciones emitidas por el Jurado Nacional de Elecciones durante el período electoral de las Elecciones Generales 2026, que incluyen la difusión de publicidad estatal en redes sociales y/o plataformas digitales, este Plan toma en cuenta estas regulaciones en su aplicación, así como cualquier normativa adicional que sea pertinente.

Es importante señalar que el MTPE tiene una considerable base de seguidores, con 1,6 millones de seguidores en Facebook y 555.3 K en X. Se busca aumentar y consolidar la audiencia en las redes sociales oficiales del Ministerio mediante la implementación de estrategias innovadoras para que los mensajes sobre temas relevantes del MTPE sean recordados.

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

En la Estrategia 4, se propone organizar actividades presenciales y virtuales en coordinación con los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE para difundir las actividades y logros del MTPE a nivel nacional. Un componente clave de esta estrategia es la promoción activa de la colaboración intersectorial. Se buscará específicamente fomentar la participación y el compromiso de diferentes actores sociales y de la comunidad en general. El objetivo final de esta sinergia es generar un diálogo público robusto y focalizado en un tema específico de relevancia para el sector laboral y la ciudadanía.

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

XI. LÍNEAS DE ACCIÓN O ACTIVIDADES

A continuación, detallamos las actividades de acuerdo a las estrategias del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE:

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Promover una comunicación oportuna, transparente y efectiva de actividades, servicios y programas a la ciudadanía y los grupos de interés.

ESTRATEGIA 1.1

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

ACTIVIDADES

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

OBJETIVO ESPECÍFICO 2

Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE.

ESTRATEGIA 2.1

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

ACTIVIDADES

- 2.1.1 Elaboración de planes de comunicación según temas relevantes del MTPE.
- 2.1.2 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3

Fortalecer la presencia digital del MTPE ante la ciudadanía y los públicos de interés.

ESTRATEGIA 3.1

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

ACTIVIDADES

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

OBJETIVO ESPECÍFICO 4

Posicionar la imagen institucional del MTPE ante la ciudadanía y grupos de interés.

ESTRATEGIA 4.1

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

ACTIVIDADES

- 4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.
- 4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.
- 4.1.3 Asistencia técnica en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.

XII. PROGRAMACIÓN DE INDICADORES Y METAS*

Líneas estratégicas	Actividad	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2026
1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Elaboración y difusión de publicaciones (notas de prensa y comunicados) de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	N° de publicaciones difundidas	Publicación	180
	1.1.2 Organización de convocatorias de prensa en temas relevantes del MTPE.	N° de convocatorias de prensa organizadas	Convocatoria de prensa	24
	1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del Ministerio.	N.º de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas	Entrevista	72

Líneas estratégicas	Actividad	Indicador	Unidad de Medida	Meta Física 2026
	1.1.4 Soporte audiovisual de actividades institucionales del MTPE.	N° de álbumes publicados en Flickr	Álbum Flickr	150
		N° de Registro Fílmico (corte para medios)	Registro Fílmico	200
	1.1.5 Elaboración y edición de videos sobre diversos temas laborales del MTPE.	N° de videos editados y difundidos	Video	250
	1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.	N° de impactos positivos en prensa	Impacto positivo	6000
		N° de informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.	Informe	4
2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.1 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.	N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	Plan de comunicación	8
	2.1.2 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados.	Diseño de material comunicacional	1800
3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con enfoque multisectorial.	3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.	N° de publicaciones únicas difundidas en redes sociales	Publicación	1350
		N° de diseños publicados para redes sociales	Diseño	600
		N° de videos publicados para redes sociales	Video	250
		N° de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.	Transmisiones en vivo	80
		N° de reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio	Video vertical	450
	3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.	N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general	Campaña digital	8
	3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.	N° de informes de todas las redes sociales institucionales	Informe	4
4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE.	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.	N° de eventos institucionales realizados	Evento	96
	4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos de capacitación del MTPE.	N° de diseños de eventos de capacitación del MTPE difundidos.	Web banner	200
	4.1.3 Asistencia técnica en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.	N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas.	Carpeta	70

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

XIII. RESULTADOS

OBJETIVO ESPECÍFICO 1: Promover una comunicación oportuna, transparente y efectiva de actividades, servicios y programas a la ciudadanía y los grupos de interés.

- 180 publicaciones
- 24 convocatorias de prensa organizadas.

- 72 entrevistas difundidas.
- 150 álbumes publicados en Flickr.
- 200 registros fílmicos (corte para medios).
- 250 videos editados y difundidos.
- 6000 impactos positivos en prensa.
- 4 informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 2: Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE.

- 8 planes de comunicación según actividades del MTPE.
- 1800 diseños de materiales comunicacionales elaborados.

OBJETIVO ESPECÍFICO 3: Fortalecer la presencia digital del MTPE ante la ciudadanía y los públicos de interés.

- 1350 publicaciones únicas difundidas en redes sociales.
- 600 diseños publicados para redes sociales.
- 250 videos publicados en redes sociales.
- 80 transmisiones en vivo.
- 450 videos verticales informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio.
- 8 campañas digitales.
- 4 informes de redes sociales oficiales del Ministerio.

OBJETIVO ESPECÍFICO 4: Posicionar la imagen institucional del MTPE ante la ciudadanía y grupos de interés.

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

XIV. ÓRGANO RESPONSABLE

La OCII es responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE; y de la asistencia al proceso de implementación, en lo referente

a difusión y comunicación. Los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE son los responsables de brindar la información técnica para la difusión correspondiente.

XV. IMPLEMENTACIÓN

La implementación se realizará durante el año 2026 por parte de la OCII de acuerdo con la matriz del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE (Anexo 1) y en cumplimiento de la normativa vigente.

XVI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Oficina de Comunicación e Imagen Institucional es responsable del seguimiento y evaluación del cumplimiento del Plan de Comunicaciones 2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, la que se efectuará mediante informes de manera semestral y anual ante la Secretaría General del MTPE. El informe semestral se realizará en julio del mismo año y el anual durante los primeros quince días de enero del siguiente año.

XVII. VIGENCIA

El presente Plan de Comunicaciones 2026 del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo estará vigente durante el 2026.

XVIII. FINANCIAMIENTO

Las acciones propuestas se financiarán con recursos presupuestales de la OCII, a través de la Meta Presupuestal 039 Acciones de Imagen Institucional de la Unidad Ejecutora 001. Asimismo, los requerimientos de acciones de difusión solicitados por los órganos, unidades orgánicas y programas del MTPE deberán ser coordinados con la OCII, de acuerdo a la Directiva General N° 05-2022-MTPE/4, Directiva para el procedimiento en las actividades a ejecutar en materia de comunicación e imagen institucional del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo aprobada mediante Resolución del Secretario General N° 076-2022-TR/SG. A continuación, se indica, en resumen, el presupuesto estimado para la ejecución del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE, alineado al Plan Operativo Institucional (POI) Anual 2026 consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2026 Unidad Ejecutora 001 Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) aprobado mediante Resolución Ministerial N° 000206-2025-TR:

CATEGORIA PRESUPUESTARIA/ACTIVIDAD/META/GENÉRICA DEL GASTO	PRESUPUESTO PLAN DE COMUNICACIONES
META 039 ACCIONES DE IMAGEN INSTITUCIONAL	S/ 1,943,463.00
FF RECURSOS ORDINARIOS	
PERSONAL Y OBLIGACIONES SOCIALES	
BIENES Y SERVICIOS	
FF RECURSOS DIRECTAMENTE RECAUDADOS	
BIENES Y SERVICIOS	
TOTAL UE 001:MT-OGA	S/ 1,943,463.00
TOTAL PLAN DE COMUNICACIONES 2026	S/ 1,943,463.00

XIX. ANEXOS

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE.
2. Efemérides del MTPE 2026.
3. Campañas de comunicación.

1. Matriz del Plan de Comunicaciones 2026 del MTPE

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
PESEM 2024-2030 del sector Trabajo y Promoción del Empleo aprobado con Resolución Ministerial N° 00048-2024-TR: - OES.01 "Incrementar la formalización laboral de la fuerza de trabajo" - AES.01.06 "Fortalecer la capacidad rectora del Sector Trabajo y Promoción del Empleo a nivel Nacional". PEI 2026-2030 del MTPE aprobado con Resolución Ministerial N° 205-2024-TR:	Contribuir con el posicionamiento y una imagen positiva del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) ante la ciudadanía y todos los grupos de interés, mediante la implementación de una gestión comunicacional integral que garantice la difusión oportuna, transparente y efectiva de sus actividades, servicios y programas. Esto se logrará a través de la ampliación de la cobertura (incluyendo estrategias masivas y	1. Promover una comunicación oportuna, transparente y efectiva de actividades, servicios y programas a la ciudadanía y los grupos de interés.	1.1 Desarrollar acciones de prensa, gestión de medios e incidencia con medios de comunicación.	1.1.1 Elaboración y difusión publicaciones (notas de prensa y comunicados) de acuerdo a las actividades del MTPE y/o coyuntura.	N° de publicaciones difundidas	Publicación	45	45	45	45	180	S/ 1 155 463
				1.1.2 Organización de convocatorias de prensa en temas relevantes del MTPE.	N° de convocatorias de prensa organizadas	Convocatoria de prensa	6	6	6	6	24	
				1.1.3 Coordinación de entrevistas en temas laborales del MTPE con el apoyo de voceros autorizados del ministerio.	N° de entrevistas en temas laborales del MTPE difundidas	Entrevista	18	18	18	18	72	
				1.1.4 Soporte audiovisual de actividades del MTPE.	N° de álbumes publicados en Flickr	Álbum Flickr	37	38	38	37	150	
					N° de Registro Fílmico (corte para medios)	Registro Fílmico	50	50	50	50	200	
				1.1.5 Elaboración y edición de videos	N° de videos editados y difundidos	Video	62	63	63	62	250	

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
- OEI.06 "Modernizar la gestión institucional, con énfasis en la transformación digital, orientada a resultados en favor de la población".	alternativas), el fortalecimiento de la presencia digital y el posicionamiento institucional (mediante eventos y alianzas estratégicas), todo ello enfocado en promover el empleo decente, la formalización laboral, el diálogo social y la protección de derechos, asegurando siempre una atención ciudadana cercana y de alto valor público.			sobre diversos temas laborales del MTPE.								
				1.1.6 Monitoreo y análisis de noticias relacionadas al ministerio.	N° de impactos positivos en prensa	Impacto positivo	1500	1500	1500	1500	6000	
					N° informes de monitoreo y análisis de noticias relacionadas al Ministerio.	Informe	1	1	1	1	4	
		2. Impulsar la difusión masiva y alternativa de los temas relevantes del MTPE.	2.1 Desarrollar acciones de comunicación directa, masiva, segmentada o alternativa para difundir los diferentes temas relevantes del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.	2.1.1 Elaboración de planes de comunicación según actividades del MTPE.	N° de planes de comunicación según calendario de actividades del MTPE.	Plan de comunicación	2	2	2	2	8	S/ 150,000.00
				2.1.2 Diseño de materiales comunicacionales para atender los temas relevantes del MTPE.	N° de diseños de materiales comunicacionales elaborados	Diseño de material comunicacional	450	450	450	450	1800	
		3. Fortalecer la presencia digital del MTPE ante la ciudadanía y los públicos de interés.	3.1 Desarrollar acciones de comunicación digital a través de la gestión de redes sociales oficiales del MTPE con	3.1.1 Elaboración de contenidos digitales para la difusión de los servicios y programas en redes sociales oficiales del MTPE.	N° de publicaciones únicas difundidas en redes sociales	Publicación	337	338	338	337	1350	S/ 384,000.00
					N° de diseños publicados para redes sociales	Diseño	150	150	150	150	600	
					N° de videos publicados para redes sociales	Video	62	63	63	62	250	

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
			enfoque multisectorial.		N° de transmisiones en vivo de actividades del Ministerio.	Transmisiones en vivo	20	20	20	20	80	
					N° reels informativos de las charlas, eventos y servicios que brinda el Ministerio	Video vertical	112	113	113	112	450	
				3.1.2 Desarrollo de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general.	N° de campañas digitales según efemérides, eventos y/o actividades en general	Campaña digital	2	2	2	2	8	
				3.1.3 Administración y monitoreo de las redes sociales oficiales del Ministerio.	N° de informes de todas las redes sociales institucionales	Informe	1	1	1	1	4	
		4. Posicionar la imagen institucional del MTPE ante la ciudadanía y grupos de interés.	4.1 Organizar y asesorar los eventos institucionales de las unidades orgánicas del MTPE	4.1.1 Organización y soporte protocolar de eventos presenciales y virtuales en Lima y regiones.	N° de eventos institucionales realizados	Evento	23	24	24	24	96	S/ 254,000.00
				4.1.2 Apoyo en la difusión de diversos eventos	N° de diseños de eventos de capacitación del MTPE difundidos.	Web banner	50	50	50	50	200	

Articulación con los objetivos del PEI del MTPE vigentes	Objetivo General	Objetivo Específico	Líneas Estratégicas	Actividades	Indicadores	Unidad de Medida	Metas				Total Anual	Presupuesto
							Programado I Trimestre	Programado II Trimestre	Programado III Trimestre	Programado IV Trimestre		
				de capacitación del MTPE.								
				4.1.3 Asistencia técnica en la elaboración de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del Ministerio en coordinación con los comunicadores o puntos focales del MTPE.	N° de carpetas protocolares sobre acciones relevantes del MTPE elaboradas.	Carpeta	18	17	18	17	70	
Total											S/ 1,943,463.00	

2. Efemérides del MTPE 2026

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
Enero	1	Año Nuevo	OCII
	4	25 aniversario CNTPE	CNTPE
Febrero	1	Día de la Lucha contra el Trabajo Forzoso	DGDFSST
	27	Día de la Lucha contra el hostigamiento sexual en el ámbito laboral	DGDFSST
Marzo	8	Día Internacional de la Mujer	OCII
	30	Día Nacional de los Trabajadores y Trabajadoras del Hogar	DGDFSST
Abril	1.º	Aniversario Sunafil	Sunafil
	2	Día Mundial de Concienciación sobre el Autismo	OCII
	2.º domingo	Día del Niño Peruano	OCII
	19	Día Mundial de la Bicicleta	Comité de Ecoeficiencia OGA
	28	Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo	DGDFSST
	30	77 aniversario del MTPE	SG OGRH
Mayo	1	Día Internacional de los Trabajadores	OCII
	1	106.º Aniversario de la Jornada Laboral de 8 horas	OCII
	1	Ceremonia de Condecoración de la Orden del Trabajo	CNTPE ALTA DIRECCIÓN
	2do domingo	Día de la Madre	OGRH
	15	Día Nacional de la Micro y Pequeña Empresa	OCII
	29	Día del Servidor Público	OGRH
Junio	7	146.º Aniversario de la batalla de Arica y de Renovación del Juramento de Fidelidad a la Bandera	OCII
	12	Día Mundial contra el Trabajo Infantil	DGDFSST
	3er domingo	Día del Padre	OGRH
	24	Día del Campesino	OCII
	27	Día Internacional de la Sordoceguera	OCII
Julio	6	Día del Maestro	OCII
	2da semana	Semana Corazón Azul contra la trata de personas - Trabajo forzoso	DGDFSST
	28-29	Fiestas Patrias	OGRH
Agosto	10	Aniversario Programa Empleo Temporal Llamkasun Perú	Programa de Empleo Temporal Llamkasun Perú

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
	12	Aniversario EsSalud	EsSalud
	13	Aniversario de la CONSSAT	CONSSAT
	3.º domingo	Día del Niño	OCII
	26	Día del Abuelo y Abuela Peruanos	OGRH
	27	Día de la Defensa Nacional	OSDNA
	4ta Semana 23 al 27	Semana de la Lactancia Materna Lactarios institucionales	DGDFSST
Septiembre	2.º domingo	Día de la Familia Peruana	OCII
	18	Día Internacional de la Igualdad Salarial	DGDFSST
	Tercera semana	Conciliación de la vida laboral y familiar	DGDFSST
	23	Día Nacional Contra la Trata de Personas	OCII
	24 al 30	Semana Nacional de los Derechos del Niño	OCII
Octubre	8	Día del Héroe Miguel Grau Seminario – Combate de Angamos	OCII
	11	Día Internacional de la Niña	OCII
	16	Día Nacional de las Personas con Discapacidad	VMPECL
	18	Aniversario Programa Jóvenes Productivos	Programa Nacional del Empleo Jóvenes Productivos
	Tercera semana	Semana de la Lucha contra el Cáncer	OCII DSST SG
	25	Día de los Trabajadores en Construcción Civil	OCII
	25	Día Nacional de la Persona de Talla Baja	OCII
Noviembre	19	Día de la Mujer Emprendedora	DRTPELM OCII
	20	Día Internacional de los Derechos del Niño y la Niña	DGDFSST DRTPELM OCII
	25	Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer	OCII
Diciembre	2	Día Internacional para la Abolición de la Esclavitud	DGDFSST OCII
	3	Día Internacional de las Personas con Discapacidad	OCII
	6 al 10	Semana de Integridad	OGRH OCII

CALENDARIO DE EFEMÉRIDES DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y PROMOCIÓN DEL EMPLEO			
MES	DÍA	TEMA	COORDINACIÓN
	10	Día de los Derechos Humanos	OCII
	18	Día Internacional del Migrante	DSSML
	25	Navidad	SG OGRH

3. Campañas de comunicación 2026

N.º	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	OBJETIVO	ALCANCE	ACCIÓN O ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN	MEDIOS O CANALES DE DIFUSIÓN	PERIODO DE DIFUSIÓN
1	Unidos contra el trabajo forzoso	Informar y sensibilizar a la población en general sobre el trabajo forzoso, los indicios para su detección y sus canales de denuncia.	• Ciudadanía en general • Líderes de opinión • Autoridades	• Piezas gráficas en redes sociales. • Elaboración de video institucional de sensibilización. • Participación de vocero en el podcast "Hablando de Empleo". • Elaboración de materiales comunicacionales como roller, web banner, backing digital • Articulación con Direcciones Regionales de Trabajo, aliados para la difusión del material comunicacional. • Reunión con actores claves en el marco del día de la lucha contra el trabajo. • Elaboración de notas de prensa sobre trabajo forzoso."	• Medios escritos • Medios digitales • Programas televisivos • Programas radiales • Redes sociales • Eventos • Web MTPE	Del 1 de febrero al 4 de febrero
2	¿Acoso? ¡Denuncia! El hostigamiento sexual laboral es delito	Difundir la prevención y sanción de las conductas del hostigamiento sexual en el entorno laboral enfatizando la necesidad de crear espacios de trabajo sanos y seguros para todos las/los trabajadoras/es, con respeto y sin discriminación. Asimismo, difundir los canales de atención del Servicio Trabaja Sin Acoso a los trabajadores y empleadores del sector privado como servicio gratuito de orientación, asistencia y acompañamiento legal y psicológico para los casos de hostigamiento sexual en el trabajo.	• Ciudadanía en general • Trabajadores del sector público o privado • Líderes de opinión • Autoridades	• Estrategia Comunicacional. • Piezas gráficas y video en redes sociales. • Participación de vocero en el podcast "Hablando de Empleo". • Elaboración de materiales comunicacionales. • Articulación con Direcciones Regionales de Trabajo, aliados para la difusión del material comunicacional. • Coordinación de entrevistas. • Elaboración de notas de prensa y generación de entrevistas.	• Medios escritos • Medios digitales • Programas televisivos • Programas radiales • Redes sociales • Eventos • Web MTPE	23 al 27 de febrero

N.º	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	OBJETIVO	ALCANCE	ACCIÓN O ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN	MEDIOS O CANALES DE DIFUSIÓN	PERIODO DE DIFUSIÓN
3	Mi carrera	Fomentar el interés de los jóvenes por acceder a la educación superior universitaria y técnico profesional, así como elevar el nivel de empleabilidad de los egresados por carreras y las tendencias del mercado de trabajo para una elección informada sobre su futuro profesional.	Jóvenes que se encuentran próximos a iniciar la educación superior y que van a tomar la primera decisión acerca de su futuro profesional.	• Estrategia Comunicacional. • Piezas gráficas y videos en redes sociales • Elaboración de materiales comunicacionales • Articulación con Direcciones Regionales de Trabajo, aliados para la difusión del material comunicacional. • Coordinación de entrevistas • Elaboración de notas de prensa y generación de entrevistas. • Elaboración de videos de sensibilización	• Medios escritos • Programas televisivos • Programas radiales • Redes sociales • Eventos	Marzo
4	Trabajadoras y trabajadores del hogar	Promover el respeto y cumplimiento de los derechos laborales de las/os trabajadoras/es del hogar.	Seguidores que tiene cada red social institucional del MTPE	• Estrategia Comunicacional. • Piezas gráficas en redes sociales como post. • Elaboración de materiales comunicacionales • Articulación con Direcciones Regionales de Trabajo, aliados para la difusión del material comunicacional. • Coordinación de entrevistas. • Elaboración de notas de prensa y generación de entrevistas.	• Medios escritos • Programas televisivos • Programas radiales • Redes sociales • Eventos	30 de marzo
5	Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo	Sensibilizar sobre la importancia de la Seguridad y Salud en el Trabajo	Seguidores que tiene cada red social institucional del MTPE	Estrategia digital.	Redes sociales institucionales MTPE	28 de abril

N.º	NOMBRE DE LA CAMPAÑA	OBJETIVO	ALCANCE	ACCIÓN O ACTIVIDAD DE COMUNICACIÓN	MEDIOS O CANALES DE DIFUSIÓN	PERIODO DE DIFUSIÓN
6	Campaña por el Día Internacional de los Trabajadores	Reconocer el esfuerzo de las trabajadoras y los trabajadores del país e invitarlos a la reflexión sobre la necesidad de tener un país con estabilidad económica y social para salir adelante y propiciar el desarrollo que tanto se anhela como sociedad.	• Seguidores que tiene cada red social institucional del MTPE • Periodistas • Trabajadores del sector privado y público	• Campaña digital multisectorial. • Vídeo promocional.	• Medios escritos • Redes sociales	1 de mayo
7	Construyamos juntos un Perú Sin Trabajo Infantil	Informar y sensibilizar a la población general sobre la implicancias y riesgos del trabajo infantil en niños menores de 14 años.	Público en general	• Elaboración de nota de prensa. • Coordinación de entrevistas. • Publicaciones en redes sociales. • Diseño, validación y difusión de material comunicacional. • Difusión del kit de materiales a las Direcciones Regionales de Trabajo.	• Programas radiales • Redes sociales • Eventos	10 al 14 de junio
8	Sí se puede trabajar y dar de lactar	Informar a las madres trabajadoras y empleadores sobre la importancia de los lactarios institucionales en los centros laborales en el marco del cumplimiento de la Ley N° 27986	Trabajadoras/es y empleadoras/es	• Elaboración de nota de prensa. • Coordinación de entrevistas • Publicaciones en redes sociales • Webinar/eventos institucionales • Diseño, validación y difusión de material comunicacional • Difusión del kit de materiales a las Direcciones Regionales de Trabajo.	• Redes Sociales • Programas radiales • Medios escritos • Programas televisivos • Web MTPE • Eventos	Agosto Cuarta semana 1 semana Durante la Semana de la Lactancia Materna en el Perú

MTPE

Ministerio de Trabajo
y Promoción del Empleo

www.gob.pe/mtpe



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

Síguenos en:

