



ES COPIA FIEL DEL ORIGINA

JEFFREY CHIROQUE ALMERCO  
FEDATARIO ALTERNO  
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO  
Reg. 074 17 ABR. 2026

## Resolución Gerencial General Regional N° 221- 2026 Gobierno Regional del Callao-GGR

Callao, 17 ABR. 2026

### VISTOS:



El Informe N° 000027-2026-GRC/OIYP, de fecha 17 de febrero de 2026; el Informe N° 000096-2026-GRC/OIYP, de fecha 24 de marzo de 2026; el Informe N° 000119-2026-GRC/OIYP, de fecha 06 de abril de 2026; y, el Informe N° 000135-2026-GRC/OIYP, de fecha 10 de abril de 2026, emitidos por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Memorando N° 000070-2026-GRC/OP, de fecha 03 de marzo de 2026, emitido por la Oficina de Planificación; el Informe N° 000727-2026-GRC/OPT, de fecha 19 de marzo de 2026; y el Informe N° 001035-2026-GRC/OPT, de fecha 10 de abril de 2026, emitidos por la Oficina de Presupuesto y Tributación; el Informe N° 000089-2026-GRC/GRPPYAT, de fecha 23 de marzo de 2026; y el Informe N° 000137-2026-GRC/GRPPYAT, de fecha 10 de abril de 2026, emitidos por la Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; el Informe N° 00257-2026-GRC/GAJ, de fecha 31 de marzo de 2026; y el Informe N° 000282-2026-GRC/GAJ, de fecha 16 de abril de 2026, emitidos por la Gerencia de Asesoría Jurídica; y



### CONSIDERANDO:

Que, el artículo 191 de la Constitución Política del Perú, establece: *"Los gobiernos regionales tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia. Coordinan con las municipalidades sin interferir sus funciones y atribuciones (...)."*



Que, el artículo 5 de la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus normas modificatorias, establece que: *"La misión de los gobiernos regionales es organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias, exclusivas, compartidas y delegadas, en el marco de las políticas nacionales y sectoriales, para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región"*;



Que, el numeral 1, del artículo 8 de la precitada Ley Orgánica prevé que la gestión de los gobiernos regionales se rige por el principio de participación, el cual involucra el desarrollo y uso de instancias y estrategias concretas de participación ciudadana en las fases de formulación, seguimiento, fiscalización y evaluación de la gestión de gobierno y de la ejecución de los planes, presupuestos y proyectos regionales;

Que, el artículo 1 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, señala: *"Son objetivos de esta Ley: a) Establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión. b) Fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión."*

Que, el artículo 2 de la norma citada, referido al ámbito de aplicación, y modificado por el artículo 1 de la Ley N° 31515, indica: *"Se aplicará a los rubros de publicidad institucional de las entidades y dependencias que conforman el Gobierno Central, regional o local. La presente Ley no será de aplicación cuando se trate de notas de prensa, avisos sobre procedimientos a convocarse en el"*

marco de la Ley de Contrataciones (...). Se entenderá por 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.”;

Que, el artículo 3 de la citada Ley, también modificado por la Ley N° 31515, establece como requisito para la autorización de la publicidad estatal la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria, el cual debe encontrarse acorde con las funciones y atribuciones de la entidad y adecuarse a los objetivos institucionales;

Que, el artículo 7 del “Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, aprobado con Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, establece: *“Las entidades públicas deben señalar en sus planes de estrategia publicitaria las campañas que desarrollarán durante el año. En cada campaña deben establecer sus objetivos comunicacionales y presupuesto y, en función de esos objetivos, definen el tipo de medio con el cual se va a alcanzar al público al que se llevará el mensaje.”;*

Que, el numeral 1 del artículo 68 del Nuevo Texto Único Ordenado TUO del Reglamento de Organización y Funciones ROF del Gobierno Regional del Callao (en adelante, TUO del ROF), aprobado mediante Ordenanza Regional N° 000001, de fecha 26 de enero de 2018, establece como función de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo: *“Proponer (...) las acciones de prensa, imagen institucional y relaciones públicas de la institución”;*

Que, mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 296, de fecha 26 de octubre de 2022, se delegó al Gerente General Regional, la función de: *“6. Aprobar y modificar el Plan de Medios y el Plan de Estrategia Publicitaria del Gobierno Regional del Callao”;*

Que, con Informe N° 000027-2026-GRC/OIYP, de fecha 17 de febrero de 2026, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo elevó a la Gerencia General Regional la propuesta del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026, que contiene campañas prioritarias basadas en las necesidades identificadas por las diferentes dependencias del Gobierno Regional del Callao;

Que, mediante Memorando N° 000070-2026-GRC/OP, de fecha 03 de marzo de 2026, la Oficina de Planificación señaló que: *“(...) 4.1 La propuesta del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional (PEP) 2026 del Gobierno Regional del Callao, se encuentra articulada al Objetivo Estratégico Institucional - OEI 04: Fortalecer la Eficiencia en la Gestión Institucional y a la Acción Estratégica Institucional - AEI 04.01: Gestión Administrativa y Operativa Efectiva en la Provincia Constitucional del Callao, implementada en la AO “Gestión de la Comunicación Institucional” programada en el Plan Operativo Institucional - POI 2026 del Aplicativo CEPLAN V 01 (...).”;*

Que, a través del Informe N° 000727-2026-GRC/OPT, de fecha 19 de marzo de 2026, la Oficina de Presupuesto y Tributación emitió opinión favorable respecto de la disponibilidad presupuestal para la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria (PEP) 2026 del Gobierno Regional del Callao, por el importe de S/. 600,000.00 (seiscientos mil y 00/100 soles);

Que, mediante Informe N° 000096-2026-GRC/OIYP, de fecha 24 de marzo de 2026, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo elevó los actuados a la Gerencia General Regional, señalando que el Plan contempla seis (06) campañas comunicacionales orientadas a difundir las acciones institucionales y fortalecer la gestión del Gobierno Regional del Callao;

Que, con Informe N° 00257-2026-GRC/GAJ, de fecha 31 de marzo de 2026, la Gerencia de Asesoría Jurídica formuló observaciones al Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, relacionadas con: a) La incongruencia en el presupuesto señalado en el citado Plan toda vez que la Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial había opinado que la disponibilidad presupuestal para la ejecución del periodo 2026 era de S/. 600,000.00 (Seiscientos mil y 00/100 soles), y no de S/. 1,100,000.00 (Un Millón Cien Mil y 00/100 soles), como se había solicitado; b) La inconsistencia entre el apartado

referido al público objetivo y la estrategia comunicacional; y, c) La incongruencia en la redacción del numeral 11 del Plan, referido a los criterios de programación de las campañas publicitarias, relacionado con la competencia en materia de contrataciones;

Que, mediante Informe N° 000119-2026-GRC/OIYP, de fecha 06 de abril de 2026, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo solicitó a la Gerencia General Regional, la ampliación presupuestal para el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, por el monto de S/. 126,000.00 (ciento veintiséis mil y 00/100 soles), para la ejecución de seis campañas comunicacionales previstas para el ejercicio fiscal 2026;

Que, mediante Informe N° 000135-2026-GRC/OIYP, de fecha 10 de abril de 2026, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo elevó la documentación complementaria, adjuntando el Informe N° 000137-2026-GRC/GRPPYAT, de la misma fecha, mediante el cual la Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial precisó que la ampliación del marco presupuestal se otorgaría en una etapa posterior, en función del avance de la ejecución presupuestal y la disponibilidad de recursos durante el ejercicio fiscal 2026;

Que, conforme al Informe N° 000282-2026-GRC/GAJ, de fecha 16 de abril de 2026, la Gerencia de Asesoría Jurídica, en atención a lo previsto en el numeral 7 del artículo 41 del TUO del Reglamento de organización y funciones del Gobierno Regional del Callao, y en aplicación de los principios de veracidad y verdad material establecidos en los numerales 1.7 y 1.11, del artículo IV del Título Preliminar del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS, procedió a visar el proyecto de Resolución Gerencial General Regional que resuelve aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, correspondiente al año fiscal 2026;

Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, modificada por la Ley N° 31515; el Nuevo Texto Único Ordenado TUO del Reglamento de Organización y Funciones ROF del Gobierno Regional del Callao, aprobado por la Ordenanza Regional N° 000001, de fecha 26 de enero de 2018; en virtud de las atribuciones delegadas mediante la Resolución Ejecutiva Regional N° 000296-2022-GRC, de fecha 26 de octubre de 2022; y, contando con la visación de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, la Gerencia Regional de Planeamiento Presupuesto y Acondicionamiento Territorial y de la Gerencia de Asesoría Jurídica;

**SE RESUELVE:**

**ARTÍCULO PRIMERO. – APROBAR,** el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, correspondiente al año fiscal 2026, el mismo que, como anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO. – ENCARGAR,** a la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, el cumplimiento de la presente Resolución, así como el seguimiento y evaluación de la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao.

**ARTÍCULO TERCERO. – ENCARGAR,** a la Oficina de Trámite Documentario y Archivo del Gobierno Regional del Callao, cumpla con notificar la presente Resolución a las diferentes dependencias del Gobierno Regional del Callao.

**REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHIVESE**


**GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO**  
  
 LIC. CESAR IGOR CAMACHO CABALLERO  
 GERENTE GENERAL REGIONAL





**GOBIERNO  
REGIONAL  
CALLAO**

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

JEFFREY CHIROQUE ALMERCO  
FEDATARIO ALTERNO  
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. .... Fecha: 17 ABR. 2026

# Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026

---

Gobierno Regional del Callao  
Oficina de Imagen Institucional y Protocolo



# PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL 2026

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
JEFFREY CHIRIQUE ALMERCO  
FEDATARIO ALTERNO  
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO  
Reg: 074 Fecha: 17-ABR: 202

## I. ANTECEDENTES

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal y su reglamento aprobado mediante Decreto Supremo N°064-2023-PCM, la publicidad estatal debe sustentarse en un Plan de Estrategia Publicitaria.

Asimismo, según lo señalado en el Texto Único Ordenado, (aprobado con la Ordenanza Regional N°000001, del 26 enero de 2018), faculta a la Oficina de Imagen institucional y Protocolo, en su artículo 66°: "Es la unidad orgánica de apoyo, encargada de desarrollar las estrategias de Imagen, Protocolo, Relaciones Públicas y Prensa del Gobierno Regional del Callao. Tiene a su cargo, además, el difundir los logros alcanzados ante la opinión pública, debiendo organizar, programar y desarrollar las actividades en estos ámbitos". La misma que lo ejerce, en su artículo 68°, numeral 1, "Proponer a la Gobernación Regional y efectuar las acciones de prensa, imagen institucional y relaciones públicas de la institución".

Tales acciones se ejecutan a fin de fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao. El presente Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, se encuentran alineada al Plan Estratégico Institucional 2025-2030, específicamente con el Objetivo Estratégico Institucional OEI.04 : "Fortalecer la Eficiencia en la Gestión Institucional y la Acción Estratégica Institucional AEI 04.01: Gestión Administrativa y Operativa efectiva en la Provincia Constitucional Del Callao", de la Actividad Operativa AO: "Gestión de la Comunicación Institucional" registrada en el Aplicativo CEPLAN V 01 Plan Operativo Institucional (POI)2026.

Asimismo, tenemos como objetivo comunicar los pilares básicos de la gestión para facilitar y fortalecer el proceso de desarrollo de la región. A su vez, difundir las acciones de la institución en pro de tal fin.

En este contexto, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo también tiene a su cargo la difusión de los resultados de los logros y actividades realizadas, orientando sus mensajes a los diversos grupos objetivos de la población a nivel regional y nacional, así como diseñar, ejecutar y supervisar las campañas publicitarias que difundan las actividades que realiza el Gobierno Regional del Callao con el objetivo de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

En vía del correcto desarrollo de las actividades encomendadas nos ceñimos a las disposiciones de la Ley N° 28874, que regula la publicidad estatal y en tal sentido, según el inciso a), del artículo 3, se establece que: "para la publicidad estatal, se deberá contar con un plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, que deberá adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales".



## II. FINALIDAD

El presente Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, tiene por finalidad implementar y formular estrategias comunicacionales institucionales, que incluye la divulgación de planes y programas gubernamentales, garantizando la visibilidad de la gestión a la ciudadanía las acciones llevadas a cabo por el Gobierno Regional del Callao, promoviendo la transparencia y sensibilizando a los actores sociales, con el fin de mejorar el acceso público a la información de la población del primer puerto y en especial a los sectores más vulnerables de la región.

Además, el presente plan permite establecer criterios para el uso de herramientas y procedimientos que fortalezcan y faciliten la publicidad en los medios de comunicación tradicionales y digitales sobre los servicios públicos y la información pertinente proporcionada por todas las gerencias y dependencias regionales dirigidas hacia la población de la región Callao.

## III. BASE LEGAL

- Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias.
- Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, modificada por la Ley N° 31515.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, modificada por el Decreto Legislativo N° 1446-2018-PCM.
- Ley N° 32069, Ley General de Contrataciones Públicas no tiene un Texto Único Ordenado, no existiendo una derogación expresa del Decreto Supremo N° 082-2019 que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley N° 30225 (aplicable en tanto no se aponga a la Ley N° 32069- Ley General de Contrataciones Públicas y su Reglamento).
- Ley N° 32513, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2026.
- Decreto Legislativo N° 1440, Decreto Legislativo del Sistema Nacional de Presupuesto Público.
- Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS.
- Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal establecidos en la ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, modificada por la Ley N° 31515.
- Resolución N° 0112-2025-JNE, que aprueba el Reglamento sobre propaganda electoral, publicidad estatal y neutralidad en periodo electoral.
- Texto Único Ordenado TUO del Reglamento de Organización y Funciones ROF del Gobierno Regional del Callao, aprobado por Ordenanza Regional N° 000001, de fecha 26 de enero de 2018



#### IV. ALCANCE

El presente Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, está dirigido a toda la población de la región Callao y a toda la población en tránsito y con intereses sociales, comerciales y de producción dentro de la región Callao.

En ese contexto, la difusión en medios de comunicación masiva (radio, televisión, prensa y medios digitales, entre otros) representa una oportunidad para el Gobierno Regional del Callao como una estrategia importante para acercarse a los hogares, personas y grupos objetivos.

Por tal motivo, planteamos como estrategia de comunicación el uso de la publicidad o difusión de spots en medios de comunicación masivos y/o digitales, siendo esta herramienta importante para alcanzar a la mayor cantidad de públicos objetivos del Gobierno Regional del Callao.

El alcance y desarrollo del Plan Estratégico Publicitario Institucional 2026 será en medios de difusión del ámbito regional y nacional, por el interés de nuestras actividades, y en medios que incluyan a Lima Metropolitana y a las regiones cercanas, por ser el Callao el principal puerto del país y un engranaje importante en el desarrollo nacional.

#### V. JUSTIFICACIÓN

Las acciones realizadas por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo respecto al Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026, hacen referencia a los servicios públicos que presta la institución, incentivan el uso de los servicios públicos en correlación a las políticas de Estado, informan y promueven las acciones en materia de seguridad pública, salubridad, recursos naturales y educación, entre otros, así como la ejecución de los planes y programas de la institución.

Todo esto se desarrolla conforme a los principios de: cumplimiento de la normativa vigente, uso racional y transparente de los recursos del Estado, planificación de publicidad a contratar, principio de celeridad en los procedimientos y consecución de los principios de eficacia y eficiencia.

Estas acciones se enfocan en:

- Promover el desarrollo humano y la difusión de las políticas públicas del Gobierno Regional del Callao en beneficio de la ciudadanía, buscando la sostenibilidad de las intervenciones de los proyectos y programas sociales emprendidos por el Estado.
- Implementar de manera estratégica mecanismos que amplíen el alcance de las acciones que realiza el Gobierno Regional del Callao y al fortalecimiento de las organizaciones sociales para promover su participación en el desarrollo a nivel regional.
- Abordar de manera íntegra la información, a fin de consolidar los mensajes de manera coordinada, respondiendo a las necesidades de información de la ciudadanía, contribuyendo a la optimización del uso de los medios y canales de comunicación.



El Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2026 se orienta a contribuir, a través de lineamientos de comunicación, el desarrollo social de la población en favor del crecimiento regional, brindando la información necesaria para involucrar a la ciudadanía en campañas y programas que mejoren su calidad de vida y el entorno en el que viven.

Asimismo, permite trazar estrategias de comunicación que cumplan con la función de sensibilizar, informar y educar a la población, difundiendo las acciones realizadas por el Gobierno Regional del Callao y brindando un clima favorable en diversos escenarios sociales para el desarrollo de estrategias previstas en diferentes áreas: salud, educación, seguridad y desarrollo social, entre otros.

## VI. OBJETIVOS

### 5.1 Objetivo general

Fortalecer la gestión institucional desarrollando e implementando campañas publicitarias en medios de comunicación tradicionales y alternativos a nivel regional y nacional, con el objetivo de difundir las principales acciones y logros que contribuyen al desarrollo económico, social y cultural del Callao, a fin de dar a conocer las acciones que viene desarrollando el Gobierno Regional del Callao, teniendo en cuenta los pilares de la gestión.

Estas acciones de comunicación estratégica buscarán impulsar la participación ciudadana y la transparencia, reforzando la promoción del diálogo directo y la política de puertas abiertas, haciendo énfasis en los beneficiarios directos e indirectos de las políticas, programas y proyectos emprendidos por la actual gestión, considerando las variables demográficas y sociales de nuestra población.

### 5.2 Objetivos específicos

Garantizar y fortalecer la identidad institucional y la confianza ciudadana mediante campañas de comunicación estratégicas que visibilicen el impacto positivo de las inversiones en salud, educación, seguridad ciudadana, infraestructura vial y obras en el Callao. La sostenibilidad de la gestión, presenta retos importantes y complejos, como promover un Estado e instancias de gobierno más eficientes, al servicio del ciudadano y buscando el bienestar de la población.

Para tal fin, reforzaremos los pilares de la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao, enfocándolos al servicio de la ciudadanía y promoviendo canales efectivos de participación ciudadana, lo que logrará fortalecer y generar sinergias entre las organizaciones sociales, el Estado e instituciones privadas.

Por ello, el Gobierno Regional del Callao, a través de la Gerencia General Regional y en coordinación con la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, han estimado conveniente proponer la estrategia de comunicación con la población trazando los siguientes objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria para el periodo 2026:

- a. Fortalecer el posicionamiento institucional, logrando una mayor cercanía



con la ciudadanía y resaltando los valores esenciales de la gestión pública.

- b. Garantizar la información, manteniendo la unidad de criterios en la elaboración del diseño de mensajes de las diversas campañas publicitarias, actividades y proyectos que realiza el Gobierno Regional del Callao, para ser percibidas con claridad y precisión por la población beneficiaria, así como por los agentes económicos en los procesos de fortalecimiento institucional y así empoderar el capital social de la región Callao.
- c. Optimizar los recursos asignados y garantizar el resultado, mediante el diseño y la ejecución de campañas publicitarias, utilizando los medios de comunicación de mayor alcance (regional y nacional), dependiendo del mensaje a transmitir y el sector poblacional al que se requiera llegar.
- d. Fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao y promover la imagen de la región Callao como un lugar viable, próspero, con un potencial importante para el turismo, la gastronomía, las inversiones y los servicios portuarios y aeroportuarios del país.
- e. Concienciar a la población sobre las acciones específicas que el gobierno regional realiza ante los principales problemas que hay en el Callao.

## VII. PUBLICO OBJETIVO

El Gobierno Regional del Callao, como entidad pública descentralizada, tiene la responsabilidad de administrar y fomentar el desarrollo integral y sostenible de la región. En este contexto, el Plan de Estratégica Publicitaria 2026, está dirigido a la población de la Provincia Constitucional del Callao, por lo que su alcance es general priorizando la difusión de los servicios y programas institucionales.

## VIII. ESTRATEGIA

La estrategia de la publicidad institucional tiene como finalidad promover la gestión gubernamental de relevancia social en favor de la población en base a la transparencia, la ejecución de obras y la apertura democrática. Por ello, la estrategia, está relacionada con el uso de medios adecuados considerando las características de distintos sectores, además tiene como eje el posicionamiento de la gestión en los sectores demográficos y socioeconómicos, de acuerdo a la información que se quiere comunicar.

### 7.1 Gerencias regionales

El Gobierno Regional del Callao cuenta con diversas gerencias regionales, por lo que, a fin de alcanzar los objetivos trazados, se requiere la programación específica de las campañas publicitarias, considerando también, la publicación de comunicados con carácter de urgencia o cuando exista la necesidad de comunicar o argumentar la posición del gobierno regional o cualquiera de sus unidades orgánicas y ejecutoras.

Estas campañas contemplan acciones comunicacionales a través de medios tradicionales y alternativos, según sea la necesidad o alcance



necesario para cada campaña, buscando siempre mayor impacto y alcance en la población.

Es importante que este proceso publicitario se enfoque en lograr que el Gobierno Regional del Callao tenga presencia en la ciudadanía, a fin de generar un círculo virtuoso que apoye el traslado de mensajes y construyan una imagen sólida, lo que permitirá el alcance de los objetivos planteados para la gestión.

Cabe resaltar que existen algunas gerencias regionales con mayor cercanía a la población de acuerdo a las competencias y funciones de las cuales son responsables, hecho que implica que deban tener la necesidad de difundir masivamente sus actividades.

#### **7.1.1. Gerencia Regional de Desarrollo Económico**

Es el órgano de línea encargado de las funciones específicas regionales en los sectores industria, comercio, turismo, artesanía, pesquería, energía e hidrocarburos y agricultura. La gerencia depende directamente de la Gerencia General Regional.

Asimismo, el gerente regional de Desarrollo Económico ejerce autoridad directa sobre el personal que conforma dicha unidad orgánica, siendo responsable del eficiente cumplimiento de los objetivos y funciones asignados a la misma.

Para poder cumplir funciones a cabalidad y con eficiencia, la Gerencia Regional de Desarrollo Económico tiene a su cargo las siguientes oficinas:

- Oficina de Agricultura y de Producción
- Oficina de Comercio, Turismo, Energía y Minas.

#### **7.1.2. Gerencia Regional de Desarrollo Social**

Es el órgano de línea encargado de conducir las acciones específicas regionales de vivienda, trabajo, promoción del empleo, población, saneamiento, desarrollo social e igualdad de oportunidades y proyectos especiales.

Para poder cumplir funciones a cabalidad y con eficiencia, la Gerencia Regional de Desarrollo Social tiene a su cargo las siguientes oficinas:

- Oficina de Desarrollo Social, Población e Igualdad de Oportunidades, Vivienda y Saneamiento.
- Oficina Regional de Atención a las Personas con Discapacidad.
- Oficina de Organizaciones de Base Regionales.

#### **7.1.3. Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente**



Tiene la responsabilidad de atender las funciones específicas sectoriales en materia de áreas protegidas y medio ambiente. A su vez, coordina con las demás gerencias regionales para brindar opinión técnica en materia ambiental cuando el desarrollo de sus acciones involucre el uso de recursos naturales, se ubiquen en zonas sensibles y/o con presencia de conflictos ambientales.

También, promueve y ejecuta proyectos y obras de irrigación, descolmatación y limpieza de ríos, mejoramiento de riego, manejo adecuado y conservación de los recursos hídricos y de suelos e implementación de áreas verdes.

La Gerencia de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente cuenta con la Oficina de Áreas Protegidas y Medio Ambiente. A su vez, tiene competencia sobre los Humedales de Ventanilla.

#### 7.1.4. Gerencia Regional de Infraestructura

Tiene como misión organizar y conducir la gestión pública regional de acuerdo a sus competencias exclusivas, compartidas y delegadas, en el marco de las políticas nacionales y sectoriales para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la región.

Además, le corresponde ejercer las funciones específicas sectoriales en materia de vialidad, construcción y demás funciones establecidas por Ley.

Es importante señalar que la Gerencia Regional de Infraestructura tiene a su cargo las obras, agua potable y alcantarillado, obras por convenio, entre otros, que atienden las necesidades de la población más vulnerable de la región Callao.

La Gerencia Regional de Infraestructura cuenta con las siguientes oficinas:

- Oficina de Construcción y Vialidad.
- Oficina de Maquinaria Pesada.

#### 7.1.5. Gerencia Regional de Defensa Nacional, Defensa Civil y Seguridad Ciudadana

Órgano de línea al que le corresponde ejercer las funciones y facultades sectoriales en materia de defensa nacional, defensa civil y seguridad ciudadana.

Aprueba, evalúa, dirige, controla y administra las políticas en materia de Defensa Civil, Seguridad Ciudadana y Defensa Nacional, en concordancia con la política general del Gobierno y los planes sectoriales y locales. Además, cumple con organizar las acciones de



prevención de desastres y brinda ayuda directa, indirecta e inmediata a los damnificados y ayuda a la rehabilitación de las poblaciones afectadas.

La Gerencia Regional de Defensa Nacional, Defensa Civil y Seguridad Ciudadana, para cumplir con sus funciones se organiza en: Oficina de Defensa Nacional y Defensa Civil.

#### **7.1.6. Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones**

La Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones es la unidad orgánica de línea encargada de ejercer las funciones sectoriales en materia de transportes y comunicaciones.

Como funciones principales tiene la competencia de formular, aprobar, ejecutar, evaluar, dirigir, controlar y administrar los planes y políticas en materia de transportes de la región, de conformidad con las políticas nacionales y los planes sectoriales. Además, administra la infraestructura portuaria regional de acuerdo a las regulaciones técnico-normativas emitidas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones a través del organismo pertinente y de la forma que establezcan los dispositivos legales sobre la materia.

En materia de comunicaciones, la Gerencia Regional de Transportes y Comunicaciones formula, aprueba, ejecuta, evalúa, dirige, controla y administra los planes y políticas en materia de telecomunicaciones de la región, de conformidad con las políticas nacionales y los planes sectoriales.

Asimismo, tiene como función promover, ejecutar y concesionar los proyectos regionales de telecomunicaciones de su competencia, en concordancia con la normatividad nacional y los convenios internacionales. Asimismo, promueve la inversión privada en proyecto de telecomunicaciones de acuerdo a la Ley de la materia.

También busca fomentar y fortalecer el desarrollo de los medios de comunicación regional y de una red pública de comunicaciones de la región.

#### **7.1.7. Gerencia Regional de Educación, Cultura y Deporte**

Órgano de línea al que le concierne ejercer funciones específicas sectoriales en materia de educación, cultura, ciencia, tecnología, deporte y recreación. Como funciones principales, la Gerencia Regional de Educación, Cultura y Deporte está encargada de formular, aprobar, proponer, ejecutar, evaluar y administrar las políticas regionales de educación, cultura, ciencia y tecnología, juventud, deporte y recreación de la región, en concordancia con la política del Gobierno Nacional, planes sectoriales y programas correspondientes.

Además, diseña, ejecuta y evalúa el proyecto educativo regional, los programas de desarrollo de la cultura, ciencia y tecnología, juventud,



deporte y recreación de la región, en concordancia con la política educativa nacional.

Para cumplir con sus funciones, la Gerencia Regional de Educación, Cultura y Deporte se organiza en:

- Oficina de Deporte y Recreación.
- Oficina de Juventud.
- Oficina de Administración de Villas Regionales.

## IX. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

La programación de las campañas publicitarias podrá ser ejecutada de forma corporativa como Gobierno Regional del Callao, elaborándose un plan de medios que tendrá las siguientes características:

- Datos generales.
- Justificación.
- Determinación del público objetivo.
- Selección de los medios de comunicación.
- Duración.
- Presupuesto.
- Financiamiento

### 8.1. BASE DE DATOS

- Población del Callao

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en su estudio "Población estimada al 30 de junio, por años calendario y sexo, según departamento, 2024, 2025 y 2026", se proyecta que para el año 2026 la región Callao contará con aproximadamente 1 millón 247 mil 227 habitantes, distribuidos en siete (7) distritos que conforman la provincia Constitucional del Callao, situándose como una de las regiones más pobladas del Perú.



**POBLACIÓN ESTIMADA AL 30 DE JUNIO, POR AÑOS CALENDARIO Y SEXO, SEGÚN DEPARTAMENTO, 2024,2025 y 2026**

Ubigeo	Departamento	2024			2025			2026		
		Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
00000	Perú	34,038,457	16,875,638	17,162,819	34,350,244	17,025,096	17,325,148	34,660,114	17,174,935	17,485,179
01000	Amazonas	430,123	221,394	208,729	430,251	221,434	208,817	430,305	221,440	208,865
02000	Ancash	1,202,171	606,821	595,350	1,205,639	608,820	596,819	1,208,895	610,765	598,129
03000	Apujumbac	426,626	218,675	207,951	424,906	217,893	207,013	423,128	217,081	206,047
04000	Arequipa	1,635,599	790,105	845,494	1,631,125	802,953	828,173	1,656,746	815,882	840,864
05000	Ayacucho	669,737	344,337	325,400	669,020	344,337	324,683	668,193	344,285	323,907
06000	Cajamarca	1,447,707	723,870	723,837	1,443,839	721,832	722,007	1,439,748	719,711	720,037
07000	Prov. Const. del Callao	1,209,614	586,666	622,948	1,228,411	595,143	633,268	1,247,227	603,691	643,536
08000	Cusco	1,398,036	708,265	689,771	1,406,165	712,621	693,544	1,414,369	716,890	697,479
09000	Huancavelica	335,142	169,645	165,497	327,440	165,914	161,526	319,894	162,259	157,635
10000	Huancayo	746,509	377,396	369,113	741,887	375,064	366,823	737,187	372,702	364,485
11000	Ica	1,062,346	532,861	529,485	1,063,566	543,554	540,012	1,104,955	554,369	550,587
12000	Junín	1,380,551	688,070	692,481	1,393,107	689,349	693,758	1,385,412	689,583	695,829
13000	La Libertad	2,130,145	1,056,410	1,073,735	2,155,943	1,058,244	1,097,699	2,181,593	1,082,055	1,099,538
14000	Lambayeque	1,361,554	662,273	699,281	1,372,301	657,312	704,989	1,382,858	672,316	710,542
15000	Lima	11,394,993	5,433,564	5,961,429	11,461,995	5,505,595	5,956,400	11,618,679	5,578,060	6,040,619
16000	Loreto	1,057,592	545,464	512,128	1,063,495	548,249	515,246	1,069,225	550,969	518,256
17000	Madre de Dios	197,036	110,753	86,283	203,069	113,959	89,110	209,165	117,236	91,929
18000	Moquegua	201,129	107,267	93,862	202,946	108,197	94,749	204,742	109,137	95,605
19000	Pasco	265,392	137,333	128,059	263,354	136,390	126,964	261,297	135,437	125,860
20000	Piura	2,149,978	1,083,168	1,066,810	2,172,710	1,094,652	1,078,058	2,195,231	1,106,182	1,089,049
21000	Puno	1,208,832	597,957	610,875	1,199,635	593,663	605,973	1,190,370	589,297	601,073
22000	San Martín	945,523	495,714	449,809	955,789	500,383	455,406	965,964	505,026	460,938
23000	Tacna	396,150	201,550	194,600	402,089	204,678	197,411	407,996	207,830	200,166
24000	Tumbes	266,653	143,576	123,077	270,134	145,385	124,749	273,604	147,203	126,401
25000	Ucayali	639,279	332,494	306,785	651,416	338,475	312,941	663,690	344,527	319,163

Nota: Las proyecciones de población 2025 son de carácter provisional, hasta que se disponga de los resultados definitivos del próximo censo de población y vivienda a ejecutarse en el año 2025.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Perú: Estimaciones y Proyecciones de Población Departamental, por Años Calendario y Edad Simple, 1995-2030, Boletín especial N° 25.



**POBLACION TOTAL PROYECTADA AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA  
Y DISTRITO, 2018 -2026**  
(información de carácter referencial)

CIBGEO	Departamento, provincia y distrito	Población proyectada 1/								
		2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
070000	CALLAO	1,078,789	1,105,512	1,129,854	1,151,480	1,171,648	1,190,860	1,209,614	1,228,411	1,247,227
070100	CALLAO	1,078,789	1,105,512	1,129,854	1,151,480	1,171,648	1,190,860	1,209,614	1,228,411	1,247,227
070101	CALLAO	492,879	503,234	512,386	520,709	528,405	535,664	542,675	549,626	556,500
070102	BELLAVISTA	79,358	82,139	85,704	81,122	81,428	81,656	81,839	82,009	82,164
070103	CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO	45,396	45,963	46,409	46,772	47,071	47,327	47,558	47,783	48,001
070104	LA PERLA	63,657	64,142	64,454	64,524	64,612	64,714	64,826	64,945	65,073
070105	LA PUNTA	3,979	3,963	3,935	3,902	3,862	3,819	3,775	3,732	3,687
070106	VENTANILLA	343,900	357,035	369,618	380,894	391,564	401,862	412,023	422,286	432,648
070107	MI PERU	49,620	51,036	52,348	53,557	54,766	55,818	56,918	58,030	59,154

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

- Equipos y medios tecnológicos en el hogar

El rápido avance de las TIC fomentado por el creciente desarrollo de la tecnología digital, brinda oportunidades sin precedentes para alcanzar mejores niveles de vida. Según el Informe Técnico TIC IV Trimestre 2025<sup>1</sup> del Instituto Nacional de Estadística – INEI, En el tercer trimestre de 2025, la telefonía móvil registró una amplia presencia en los hogares del país, alcanzando una cobertura del 94,8%. Le siguió el servicio de internet, disponible en el 59,7% de los hogares. Aunque el acceso a internet ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, todavía presenta brechas importantes en comparación con otras tecnologías de mayor penetración, como la telefonía móvil.

Conforme con el estudio *Market Report Medios y plataformas de comunicación en el Perú de enero 2026*,<sup>2</sup> de la empresa CPI, en Lima (que considera al Callao), los medios digitales es el medio con mayor alcance, mientras que en el interior (donde reside el 62% de la población del Perú urbano), la radio se posiciona como el medio más fuerte.

Por su parte, la televisión tiene un alcance del 86% de la población nacional. La publicidad de exteriores posee un alcance nacional (86% en Lima y 74% en el interior). Finalmente, los diarios impresos tienen un alcance del 30.4% en Lima y 28.8% en el interior del país, con una cobertura mayor en Lima que en el interior del país.

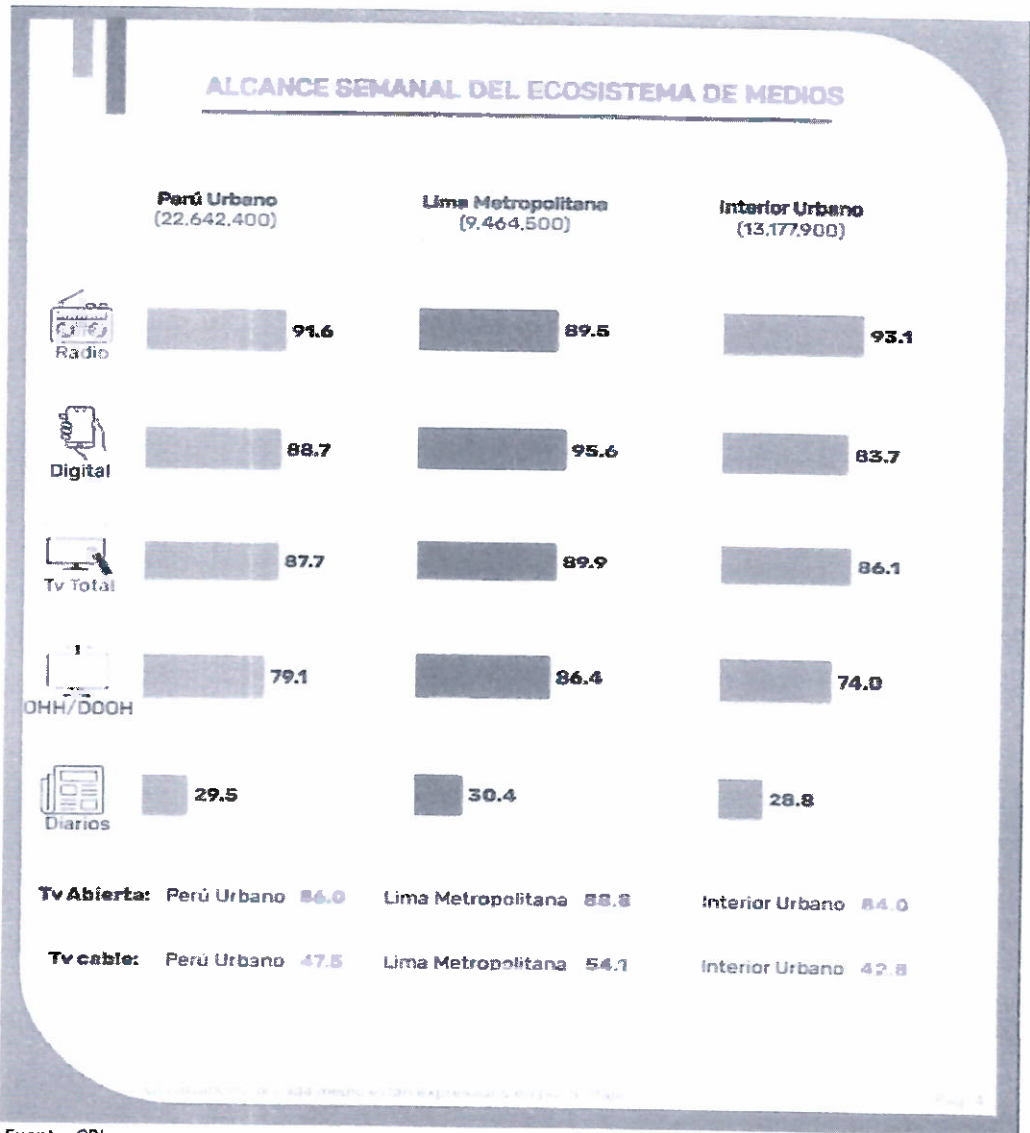
En conclusión, el consumo de medios en el Perú es diverso, con una amplia cobertura de los medios tradicionales como la radio y la televisión, y una creciente importancia de los medios digitales. Además, la distribución del consumo de medios varía según las características demográficas de la población.

<sup>1</sup> [https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tic-iii-trimestre\\_2025\\_1.pdf](https://m.inei.gov.pe/media/MenuRecursivo/boletines/tic-iii-trimestre_2025_1.pdf)

<sup>2</sup> <https://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/Market%20Report%20001-2026.pdf>



17 ABR. 2026



Fuente: CPI



## 8.2 CRONOGRAMA

DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA	X					
CAMPAÑA DE TURISMO SEGURO		X				
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE PROYECTOS Y OBRAS EN INFRAESTRUCTURA			X			
CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD				X		
CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA E IMPULSO PARA EMPRENDEDORES					X	
CAMPAÑA DE SALUD PREVENTIVA						X

### 8.3. DETALLE DE CAMPAÑAS

Observando la realidad por la que atraviesa el país en general y el Callao en particular, se plantea priorizar algunas campañas que permitan aportar lo necesario para mejorar, la calidad de vida de los ciudadanos. Además, se han planteado en el cronograma determinados meses para la ejecución de campañas, tomando en cuenta algunos puntos referenciales como:

1. La realización de planes por parte de las diferentes gerencias.
2. Fechas representativas en apoyo a personas como las que presentan alguna discapacidad.
3. Antecedentes producto de ocurrencias de años anteriores como el caso de salud.
4. Informes emitidos por las diferentes gerencias y sus cronogramas de realización de planes o proyectos, entre otros puntos tomados en cuenta.



Es así que los meses señalados en el presente cronograma pueden tener alguna variación en el propio cronograma, como en el nombre de la campaña teniendo en cuenta factores como:

1. La coyuntura que prioriza la realización de planes y proyectos por parte de las diferentes gerencias o ante situaciones que conlleven cumplimientos fuera de fecha.
2. Necesidades de emergencia, producto de eventualidades como los fenómenos naturales o rebotes de emergencias sanitarias.
3. Necesidades de emergencia por temas de seguridad ciudadana, entendiendo que es un hecho que afecta al país y a la región.
4. Eventos de carácter social que ocasionen conmoción en la población como las actividades socio políticas, entre otros factores.

## **CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA**

Históricamente la sensación de seguridad en el primer puerto representa una oportunidad de mejora, por lo que es necesario reforzar las acciones en favor de la comunidad con mensajes que resalten las gestiones, acciones y adquisiciones que permitan impulsar operativos y la prevención del delito, así como el cumplimiento de las normas ciudadanas.

al cierre de 2025/inicios de 2026, presenta un enfoque intensivo en la modernización tecnológica y vigilancia comunitaria. El Comité Regional de Seguridad Ciudadana (CORESEC) se enfoca en prevención social, comunitaria y situacional, interviniendo en zonas de alta incidencia delictiva para reducir robos, extorsiones y homicidios.

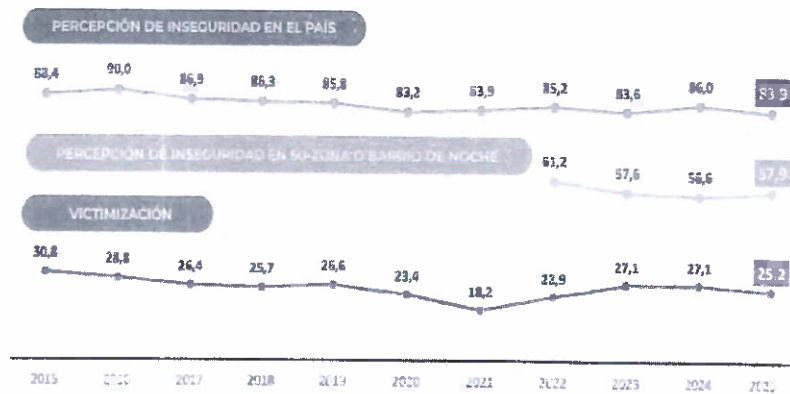
En esa línea, es relevante el anuncio, publicación y/o flayer ante y durante la campaña de las gestiones y adquisiciones que el Gobierno Regional del Callao viene implementando y que permitan mejorar la operatividad en favor de un adecuado fortalecimiento de la seguridad ciudadana.

De manera complementaria, se comparte un gráfico representativo que describe las opiniones y los comportamientos de ciudadanos respecto de temas de seguridad para las personas<sup>3</sup>, realizado en enero 2026 por CEIC (comité estadístico interinstitucional de la criminalidad), el cual pone de manifiesto una situación preocupante y delicada.



<sup>3</sup> <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/9327140/7648859-presentacion-de-los-resultados-de-la-evolucion-de-la-tasa-de-homicidios-e-indicadores-de-seguridad-ciudadana-2022-2025.pdf?v=1769121875>

VICTIMIZACIÓN Y PERCEPCIÓN DE INSEGURIDAD DE LA POBLACIÓN URBANA DE 15 Y MÁS AÑOS DE EDAD, 2015 - 2025  
 (Porcentajes)



Fuente: CEIC (comité estadístico interinstitucional de la criminalidad)

**CAMPAÑA TURISMO SEGURO**

Durante los meses de julio y diciembre, tradicionalmente se incrementa el turismo interno y externo, lo que establece condiciones adecuadas para fomentar e impulsar una estrategia de Turismo Seguro, orientada al desarrollo de la cultura turística en la región Callao.

Al respecto, se destacarán los principales atractivos turísticos y las fechas conmemorativas que permitan atraer un mayor movimiento turístico a la región chalaca, que potencie diversos circuitos y atractivos locales.

Dentro de las actividades de carácter turístico, se promoverán diversos eventos sociales y deportivos con gran atractivo para la población en general, como ferias gastronómicas, prácticas deportivas, conciertos de salsa o partidos de futbol profesional, entre otros.

**CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE PROYECTOS Y OBRAS EN INFRAESTRUCTURA**

El Gobierno Regional del Callao realiza denodados esfuerzos por mejorar la calidad de vida del poblador chalaco. A la fecha se vienen ejecutando obras y mejoramiento de infraestructuras, a fin de garantizar la transparencia, gestionar el impacto social y asegurar la viabilidad técnica y financiera de las obras.

Por ende, es necesario que se den a conocer las distintas obras de Infraestructura, Construcción y Saneamiento que benefician a los pobladores de los diversos distritos de la región.

**CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD**

La inclusión de las personas con discapacidad es un tema de vital importancia que trasciende barreras culturales, sociales y económicas. Promover la inclusión significa reconocer y valorar la diversidad humana, asegurando que todas las personas, independientemente de sus capacidades, tengan las mismas oportunidades para participar plenamente en la sociedad.



Las personas con discapacidad tienen los mismos derechos que cualquier otra persona. La inclusión respeta su dignidad y valor intrínseco, asegurando que sean tratadas con el respeto y la consideración que merecen.

Asimismo, la diversidad enriquece a las comunidades. Las personas con discapacidad aportan perspectivas únicas y valiosas experiencias de vida. Su inclusión fomenta una sociedad más diversa y creativa, donde se valoran distintas habilidades y formas de pensar. Además, implica eliminar barreras y proporcionar las adaptaciones necesarias para que las personas con discapacidad puedan acceder a las mismas oportunidades educativas, laborales y sociales que los demás.

La inclusión mejora significativamente la calidad de vida de las personas con discapacidad. Les permite acceder a la educación, al empleo, a actividades recreativas y a otros aspectos fundamentales de la vida diaria, lo que contribuye a su bienestar físico y emocional.

Diversos tratados y convenciones internacionales, como la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad de las Naciones Unidas, subrayan la importancia de la inclusión y obligan a los países a implementar políticas y prácticas inclusivas.

Además, la inclusión también tiene beneficios económicos. Al integrar a las personas con discapacidad en la fuerza laboral, se incrementa la productividad y se aprovechan talentos que, de otro modo, quedarían desaprovechados. Además, las empresas inclusivas suelen ser más innovadoras y resilientes.

Al promover la inclusión, se fomenta una cultura de empatía y solidaridad. Se educa a la sociedad sobre la importancia de la comprensión y el apoyo mutuo, lo que fortalece el tejido social y promueve una convivencia más armoniosa.

En conclusión, la inclusión de las personas con discapacidad no solo es un imperativo moral y legal, sino también una estrategia clave para construir sociedades más justas, equitativas y prósperas. Al garantizar que todos puedan participar plenamente en la vida comunitaria, se crea un entorno en el que cada individuo tiene la oportunidad de alcanzar su máximo potencial.

## **CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA E IMPULSO PARA EMPRENDEDORES**

La reactivación económica, tras períodos de crisis, depende en gran medida del dinamismo y la creatividad de los emprendedores. Estos pequeños negocios son el motor que impulsa la innovación, genera empleo y promueve el desarrollo sostenible en las comunidades.

Los emprendedores son conocidos por su capacidad de innovar y adaptarse a las circunstancias cambiantes. En tiempos de crisis, esta habilidad es crucial para encontrar nuevas soluciones y modelos de negocio que respondan a las nuevas necesidades del mercado.

Las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) son grandes generadoras de empleo. Al fomentar el emprendimiento, se crean nuevas oportunidades laborales que contribuyen a reducir el desempleo y mejorar la estabilidad económica de las familias.



Además, introducen diversidad en la economía al desarrollar una amplia gama de productos y servicios. Esta diversificación reduce la dependencia de sectores específicos y fortalece la resiliencia económica ante futuras crisis.

Asimismo, suelen estar profundamente arraigados en sus comunidades. Sus negocios no solo proporcionan bienes y servicios esenciales, sino que también promueven el desarrollo local y mejoran la calidad de vida en sus áreas de influencia.

Consciente de esas características, el GORE Callao considera relevante que el apoyo a los emprendedores y la promoción de una cultura de emprendimiento son fundamentales para el desarrollo económico a largo plazo. Esto implica ofrecer acceso a financiación, formación, redes de apoyo y políticas públicas favorables que faciliten la creación y el crecimiento de nuevas empresas.

Muchos emprendedores actuales están comprometidos con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Sus innovaciones a menudo incluyen soluciones que abordan desafíos ambientales y sociales, contribuyendo a un desarrollo más equitativo y sostenible.

Los emprendedores exitosos actúan como modelos a seguir e inspiran a otros a emprender. Su éxito demuestra que, con determinación y creatividad, es posible superar obstáculos y lograr metas ambiciosas, lo que motiva a más personas a contribuir activamente a la economía.

En conclusión, los emprendedores son fundamentales para la reactivación económica. Su capacidad para innovar, crear empleo, diversificar la economía y fortalecer las comunidades locales es crucial en tiempos de recuperación. Al apoyar y fomentar el emprendimiento, no solo se impulsa la economía, sino que también se construye un futuro más dinámico, inclusivo y sostenible.

## **CAMPAÑA DE SALUD PREVENTIVA**

Con el objetivo de alinearse a las políticas gubernamentales sobre las diferentes acciones sanitarias durante el año 2026, se irán fortaleciendo medidas para incrementar los avances en la prevención del dengue, anemia y contra los enfriamientos climáticos que vienen presentándose en la región, así como las acciones realizadas para cerrar las brechas de vacunación a nivel regional.

Se contemplan también diversas acciones para mejorar la infraestructura sanitaria, la coordinación intersectorial con otras entidades del Estado, vigilancia de protocolos sanitarios en diversos lugares de alta concurrencia de la población y cumplimiento de planes de mejoramiento sanitario en la Región.

### **8.4. RESUMEN DE CAMPAÑAS**

Para el rubro de INVERSIÓN en el cuadro "RESUMEN DE CAMPAÑAS", se ha tomado en cuenta un promedio del costo por campaña del año 2025, en algunos casos incluyendo medios nacionales y en otros casos solo con medios regionales, según amerite la campaña.

### **8.5 PROYECCIÓN DE RESUMEN DE CAMPAÑA PARA 2026:**



DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	SOPORTE	ÁMBITO	INVERSIÓN
CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA	Reforzar las acciones de seguridad en favor de la comunidad con mensajes constantes.	Población de la región Callao y Lima Metropolitana	Radio, periódicos, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 121.000.00
CAMPAÑA TURISMO SEGURO	Fortalecer la estrategia de turismo seguro orientada al desarrollo de la cultura turística en la región del Callao.	Población de la región Callao y Lima Metropolitana	Radio, periódicos, internet, redes sociales, BTL.	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 121.000.00
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE PROYECTOS Y OBRAS EN INFRAESTRUCTURA	Mejorar la calidad de vida del poblador de la Región dando a conocer las distintas obras de Infraestructura, Construcción y Saneamiento.	Población de la región Callao	Radio, periódicos, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 121.000.00
CAMPAÑA DE INTEGRACION PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Promover la integración de las personas con discapacidad.	Población de la región Callao	Internet, redes sociales	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 121.000.00
CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA E IMPULSO PARA EMPRENDEDORES	Impulso de la reactivación económica de PYMES	Población de la región Callao Lima Metropolitana	Radio, periódicos, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 121.000.00



CAMPAÑA DE SALUD PREVENTIVA	Fortalecer la vigilancia y control de las diversas enfermedades y campañas de control	Población de la región Callao y Lima Metropolitana	Televisión, radio, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao Lima Metropolitana	S/. 121.000.00
<b>TOTAL, DE PROYECCIÓN</b>					<b>S/. 726.000.00</b>

## 9. EJECUCIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO

Una vez seleccionados los medios de comunicación, de acuerdo al público objetivo al que se quiera llegar y a la masificación del mismo, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo realizará las coordinaciones con estos, para la supervisión y ejecución del servicio y de la campaña.

La ejecución de los servicios publicitarios se realizará mediante los siguientes lineamientos base para trabajar de manera uniforme todas las campañas propuestas:

- El análisis de cada medio de comunicación en base a la importancia de su llegada en cada público objetivo.
- El marco espacial con un cronograma de tiempo elaborado en base a una rápida acción y respuesta de los medios.
- El desarrollo del presupuesto en base a la sugerencia de cantidad de repeticiones efectivas por cada medio y sus consiguientes negociaciones para lograr eficiencia en el mismo.
- El análisis de los resultados basados en estudios de cada medio para determinar criterios de rendimiento como los TGRP's logrados en el caso de televisión y radio; y los totales de alcance en medios gráficos y digitales para establecer un importante resultado en base al costo cada campaña.
- La ejecución de las campañas

## 10. SELECCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**10.1.** La elección de los medios de comunicación a utilizar, se realizará en base al Estudio sobre Consumo de medios tradicionales y alternativos.

La elección de los medios específicos en cada campaña se realizará en base a estudios vigentes de las encuestadoras, utilizando los criterios cuantitativos, cuando los mensajes sean de carácter masivo y se utilizarán criterios cualitativos para los mensajes de campañas con públicos objetivos más pequeños o de carácter específico.



**10.2.** Para la difusión de la información y los mensajes indicados en las campañas programadas, se ha visto la necesidad de hacerlo mediante medios de comunicación masivos, así como medios de información digital tales como:

- Televisión.
- Radio.
- Diarios y revistas.
- Medios de comunicación digitales (páginas web, y/o redes sociales, y/o revistas y/o afines, digitales).

**10.3.** Para la elección de los medios de comunicación a contratar se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Ratings y cobertura en el caso de televisión y radio.
- En el caso de los medios escritos (diarios y revistas) tomar en consideración el tiraje, distribución, nivel de lectoría y credibilidad.
- En las plataformas digitales: número de seguidores, interacciones y vistas, potenciando los medios de comunicación regionales.
- Pauteo de spots en horario de mayor credibilidad, según público objetivo.

## **11. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS**

Los criterios para el uso de la publicidad requeridos por las diversas gerencias del Gobierno Regional del Callao, en el presente Plan de Estrategia Publicitaria 2026, son los siguientes:

- La publicidad que se contrate en los medios de comunicación contemplado en la ley, así como en aquellos no previstos en ella (medios digitales), será validada y supervisada por la Oficina de Imagen Institucional Protocolo. Asimismo, será gestionada y aprobada por las dependencias competentes en las contrataciones de bienes y servicios de la Entidad.
- La publicidad relacionada a los proyectos de inversión pública y las actividades en la prestación de servicios del Gobierno Regional del Callao, deberá ser programada considerando que la población debe estar informada sobre las campañas, obras y acciones ejecutadas para mejorar su calidad de vida, estimando a los medios de comunicación de alcance nacional y regional, así como medios de comunicación digital no contemplados dentro del marco de la ley.

## **12. PRESUPUESTO ESTIMADO**

El presupuesto requerido para la ejecución del Plan Estratégico Publicitario Institucional 2026, del Gobierno Regional del Callao, asciende a S/. 726,000.00 (Setecientos veintiséis Mil y 00/100 soles), monto que constituye una estimación referencial conforme a la programación presupuestal del ejercicio fiscal 2026, que supone una inversión publicitaria en medios de comunicación tradicionales y



alternativos, toda vez que la ejecución del gasto contribuirá a lograr una población informada sobre la ejecución y actividades que viene desarrollando el Gobierno Regional del Callao.

### 13. EVALUACIÓN

La evaluación del cumplimiento del Plan Estratégico Publicitario Institucional 2026 del Gobierno Regional del Callao, se realizará mediante cuatro etapas:

- Inicio
- Desarrollo
- Cierre
- Post-campaña

Es necesario enfatizar que el IMPACTO o IMPRESIONES de la publicidad, es la cantidad estimada de veces que el anuncio o aviso ha sido visto, leído o escuchado por el público objetivo, ya sea en medios tradicionales y/o medios digitales.

### 14. ANEXOS

#### 14.1. ANEXO 1: ESTUDIOS DEMOGRÁFICOS, DE CONSUMO Y DE MERCADO

- INEI: informe Técnico TIC, III Trimestre 2025, diciembre 2025
- CPI Market Report N° 001 - Enero 2026
- Informe N°39 Claves Ipsos Abril 2025
- CPI Market Report Medios de Comunicación 2026
- ConcorTV Consejo Consultivo de Radio y Televisión: Informe TV y Radio en cifras 2025

#### 14.2. ANEXO 2: TARIFARIO REFERENCIAL DE LOS PRINCIPALES MEDIOS NACIONALES Y DE LA REGIÓN CALLAO

- Tarifario de Radio Nacional
- Tarifario LR + 2024
- Tarifario Medios Gráficos Nacionales
- Mediakit Libero 2024 - Impreso
- Mediakit el Popular – Impreso
- Mediakit tarifario la Republica – 2025
- Mediakit tarifario web 2024
- Tarifario el Peruano

