



Gobierno Regional
del Callao

Resolución Gerencial General Regional N°060 -2012 Gobierno Regional del Callao-GGR

Callao, 19 ENE. 2012

VISTOS:

El Informe N° 001-2012-GRC/GGR/OIIP, de fecha 02 de enero de 2012, el Memorando N° 006-2012-GRC/GAJ de fecha 06 de enero de 2012, el Memorandum N° 086-2012-GRC/GRPPAT de fecha 12 de enero de 2012, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Memorando N° 001-2012-GRC/GGR/OIIP de fecha 02 de enero de 2012 la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo solicita la elaboración del Proyecto de Resolución para la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria, el cual fuera elaborado por dicha oficina, considerando un presupuesto para el año 2012 de S/. 2'500,000.00 (Dos Millones Quinientos Mil y 00/100 Nuevos Soles);

Que, mediante Memorando N° 006-2012-GRC/GAJ de fecha 06 de enero de 2012, la Gerencia de Asesoría Jurídica solicita opinión técnica de la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial;

Que, mediante Memorandum N° 086-2012-GRC/GRPPAT de fecha 12 de enero de 2012, la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, después de las coordinaciones realizadas con el área usuaria, remite adjunto el Proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria en donde se indica un presupuesto para el año 2012 por el monto de S/. 2'000,000.00 (Dos Millones y 00/100 Nuevos Soles), por lo que recomienda continuar con los trámites correspondientes;

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, tiene como objetivo establecer los criterios generales para el uso de los recursos que, entre otros, el gobierno regional, destinará al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión, y la de fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de recursos públicos para la contratación de dichos servicios, asimismo es aplicable a los rubros de publicidad institucional, no abarcando notas de prensa, avisos sobre procedimientos a convocarse en el marco de la Ley de Contrataciones del Estado y la publicación de normas en cumplimiento de sus funciones desarrollan las dependencias de gobierno;

Que, la citada norma regula igualmente los patrones de publicidad que deberán ceñirse las entidades de la administración pública, bajo responsabilidad del titular del pliego, en concreto el inciso a) del artículo 3°, dispone que para autorizar gastos destinados a publicidad estatal, se deberá cumplir con un plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias;

Que, asimismo, el Artículo 6° de la ley N° 28874, establece lo siguiente: *"Las entidades o dependencias del Gobierno Nacional, regional y local, deberán publicar los contratos de publicidad en su respectivo portal y presentar dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre, los programas o campañas de publicidad que han llevado a cabo en el período*





correspondiente, definiendo los medios de prensa escrita, radial o televisiva propuestos para difundir las campañas y los criterios que orientaron la propuesta.

Las entidades o dependencias deberán informar al órgano del Sistema Nacional de Control, en el período correspondiente, las razones por las que contrató los servicios de determinada empresa de publicidad, para la elaboración de una campaña institucional o comercial específica. También se acompañará una evaluación de los resultados de la publicidad estatal vía indicadores de desempeño.”

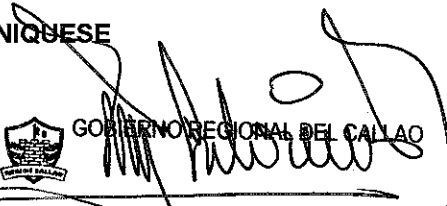
Estando a lo expuesto, con arreglo a lo establecido en la Ley N° 27867 “ Ley Orgánica de Gobiernos Regionales” , al Decreto Legislativo N° 1017 – Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF, el Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por Ordenanza Regional N° 006-2008, de fecha 11 de marzo de 2008, y sus modificatorias y a la Ley N° 28874; con las visaciones de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, 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 2012, del Gobierno Regional del Callao, que forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO.- ENCARGAR a la Gerencia de Administración y a la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo el fiel cumplimiento de la presente resolución.

REGISTRESE Y COMUNIQUESE


 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Dr. MARCO ANTONIO PALOMINO PEÑA
 Gerente General Regional





Gobierno Regional
del Callao

+

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2012





INDICE

- I. Introducción
- II. Justificación
 - II.I. Objetivos
- III. Base Legal
- IV. Misión
- V. Lineamientos para Autorización de Campañas Publicitarias
- VI. Estrategia
- VII. Campañas de Difusión
- VIII. Medios de Comunicación a Utilizarse
- IX. Presupuesto
- X. Procedimiento Administrativo para la Ejecución de las Campañas
- XI. Indicador.
- XII. Limitaciones





I. Introducción.

La Oficina de Imagen Institucional y Protocolo del Gobierno Regional del Callao, es el órgano de apoyo encargado de desarrollar estrategias de Imagen, Protocolo, Relaciones Públicas y Prensa del Gobierno Regional.

Tiene a su cargo además comunicar y difundir los logros alcanzados y las actividades que ejecuta ésta, a los diversos grupos objetivos de la población a nivel regional y público en general. Así como diseñar y programar campañas publicitarias de las actividades que realizan las diversas Unidades Orgánicas del Gobierno Regional del Callao a favor de los distintos sectores de la población, promoviendo su participación en las intervenciones promovidas por el Gobierno Regional del Callao, incidiendo en mejorar la calidad de vida de los habitantes de la Provincia Constitucional del Callao. Asimismo es la responsable del seguimiento y análisis de la efectiva estrategia publicitaria (Diseño del Mensaje y Plan de Medios).



II. Justificación.

El Gobierno Regional del Callao, realiza una serie de actividades de carácter institucional vinculado a los múltiples servicios que se brinda a la población. En tal sentido, se requiere elaborar el Plan de Estrategia Publicitaria del Gobierno Regional del Callao, documento de gestión para programación y ejecución de campañas publicitarias en los distintos sectores como: Ejecución e Inauguración de obras, dando prioridad a los Servicios de Salud, Educación y Seguridad Ciudadana; asimismo es la encargada de convocar a la participación de la población en eventos sociales, culturales, deportivos, entre otros.

Asimismo el seguimiento y evaluación de las campañas publicitarias, su eficiente programación, ejecución, y difusión amerita la participación de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.

II.I. Objetivos.





El proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria 2012 se desarrolla en el marco de los Objetivos Institucionales para el período 2012 del Gobierno Regional del Callao, concretamente en lo relacionado a los Objetivos Específicos. Por lo tanto se desarrolla en el marco del siguiente objetivo específico:

“Fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao”.

Cabe indicar que para el periodo 2012 se presentan retos importantes y como promover un Estado e instancias de gobierno más eficientes al servicio del Ciudadano y en consecuencia, lograr un mejor bienestar de la población en general. En tal sentido, el Gobierno Regional del Callao a través de Despacho de la Gerencia General Regional en coordinación con la Jefatura de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, han estimado conveniente mejorar la estrategia de comunicación con la población de la Provincia Constitucional del Callao, habiéndose trazado los siguientes objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria periodo 2012:

1.- Asegurar la transferencia informativa en el diseño del mensaje de las campañas publicitarias de las actividades y/o proyectos que realiza el Gobierno Regional del Callao, puedan ser percibidos por la población en general, así como por los agentes económicos como procesos de fortalecimiento institucional y empoderar el capital social de la Región Callao.

2.- Optimizar los recursos asignados al gasto de publicidad del Gobierno Regional del Callao, mediante el diseño y la ejecución de campañas publicitarias con alta efectividad, recurriendo a los medios de mayor audiencia, lectoría y lugares de mayor concurrencia o tránsito vehicular y peatonal.

3.- Programar en forma oportuna el requerimiento de los servicios de publicidad a fin de cumplir con las pautas programadas en los medios seleccionados en cada campaña publicitaria.

III. Base Legal.





La Formulación del Plan de Estrategia Publicitaria 2012 se desarrolla en base a la siguiente normativa:

- Ley N° 28874 Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- Decreto Legislativo N° 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento aprobado por D.S. N° 184-2008-EF.
- Ley N° 27444, Ley de Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 29812, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2012.

IV. Misión.

Establecer criterios generales para el uso de la publicidad en los medios de comunicación sobre servicios y otros del Gobierno Regional del Callao. Su ámbito está referido a todas las gerencias y dependencias regionales.

Fiscalizar y ejecutar la transparencia, imparcialidad y racionalidad en la contratación de la publicidad.

V. Lineamientos para autorización de Campañas publicitarias.

- Toda publicidad deberá ser evaluada a fin de determinar la importancia y necesidad de la misma.
- La publicidad solicitada y las inclusiones que considere necesario programar la Alta Dirección, deberán contar con la partida presupuestal a fin de garantizar su correcta ejecución.
- Para las campañas publicitarias se consideran los medios masivos convencionales: Televisión, Radios, y medios escritos y no convencionales; Publicidad Estática como Paneles, Banderolas, Posteras, entre otros.
- En los casos que la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo no cuente con presupuesto, o exceda al asignado, las Oficinas y/o Gerencias podrán transferirle el monto que requiera para cubrir los costos de difusión de las campañas aprobadas.
- En caso la publicidad sea requerida o solicitada por una Gerencia, ésta deberá sustentar la necesidad del servicio. En caso que la publicidad





- sea requerida por una Oficina, el Jefe inmediato superior deberá evaluar y aprobar la necesidad del servicio.
- La Gerencia que requiera del servicio de publicidad enviará su requerimiento a la Oficina de Logística, siendo el diseño elaborado y aprobado por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.
 - La Oficina de Logística deberá contactar con los medios de comunicación a fin de obtener los presupuestos y precios por campaña publicitaria.
 - La Oficina de Logística no podrá aceptar ningún pedido de publicidad si el diseño de ésta no cuenta con el Vo Bo de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.
 - Para que una Gerencia pueda solicitar publicidad primero deberá contar con el presupuesto correspondiente para la misma.
 - La Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial analizará y aprobará el presupuesto solicitado por la Unidades Orgánicas, para ese fin.

VI. Estrategia.

El Gobierno Regional del Callao cuenta con diversas unidades orgánicas y administrativas, asimismo, con la Dirección Regional de Salud – DIRESA Callao y la Dirección Regional de Educación DREC Callao; y otras Unidades que brindan servicios a diversos públicos por tal motivo se requiere de la programación diferenciada de Campañas Publicitarias, toda vez que son públicos diferentes, así como, de la selección de los medios en cada caso específicos para cada campaña y lograr los objetivos trazados.

En el contenido de las Campañas Publicitarias se pondrá énfasis en las actividades y proyectos ejecutados por el Gobierno Regional del Callao, indicando ámbito de la intervención, propósito de la intervención, meta alcanzada y presupuesto ejecutado, entre otros.

La manera de mantener informado a la población chalaca y al público en general es a través de la publicidad estatal. Para tal efecto el mensaje deberá contener un lenguaje claro y preciso para garantizar que puedan ser captados por el público objetivo.





VII. Campañas de Difusión.

La programación de las campañas de publicitarias podrá ser ejecutadas en forma individual para cada Gerencia Regional o de forma corporativa esto es a nivel de Gobierno Regional, elaborándose para cada caso un Plan Especifico que tendrá las siguientes características: Datos Generales, Justificación, Determinación del publico objetivo, selección de los medios de comunicación, Finalidad Cobertura, Duración, Impacto, Presupuesto y Financiamiento.

VIII. Medios de Comunicación a Utilizarse.

Para lograr los objetivos trazados es necesario utilizar los diferentes medios de comunicación masivos, tales como:

- Televisión de señal abierta y por cable.
- Radio.
- Diario y Revistas:
- Internet.
- Banners, paneles publicitarios, publicidad en paraderos, banderolas, afiches, dípticos, trípticos, etc.

Para la elección de los medios de comunicación a tratar se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Ratings y cobertura en el caso de televisión y radio.
- En caso de los medios escritos (diarios, revistas) tomar en consideración el tiraje, distribución y lectoría.

IX. Presupuesto.

Para la ejecución de las campañas programadas en el presente documento se requiere un presupuesto de S/. 2'000,00.00 (DOS MILLONES CON 00/100 NUEVOS SOLES).





X. Procedimiento administrativo para la ejecución de la Campañas.

- Disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas.
- Requerimiento del Área Usuaria.
- Opinión Técnica emitida por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo.
- Opinión Técnica de la Gerencia de Administración, si fuese el caso y atención oportuna de la Oficina de Logística en los requerimientos y/o procesos de selección para la ejecución de campañas publicitarias.
- Opinión de la Gerencia de Asesoría Jurídica, si fuese el caso.
- Contratación del servicio de publicidad, en concordancia a la normatividad vigente que rige para las adquisiciones y Contrataciones del estado y conforme a la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.

XI. Indicador.

Con la finalidad de medir la eficacia de las campañas publicitarias programadas, se utilizara el siguiente indicador:

Enunciado del Indicador:

% de personas encuestadas manifiestan entender el mensaje transmitido a través de las campañas publicitarias realizadas

Forma de Cálculo:

Número de personas encuestadas manifiestan entender el mensaje transmitido a través de las campañas publicitarias realizadas

X 100

Número de personas programadas para la encuesta manifiestan entender el mensaje transmitido a través de las campañas publicitarias.





Resultado Esperado¹:

0.25%² de personas encuestadas manifiestan entender el mensaje transmitido a través de las campañas publicitarias realizadas

Plan de Encuesta:

- Se realizarán dos encuestas, una (01) por semestre, o una (01) al año.
- Ámbito de ejecución, serán los cinco (05) distritos, así como Callao Cercado.
- Muestra anual por encuesta 8,769 pobladores, 1,461 personas por distrito.

Proyección de Encuestados Anual, por Semestre y Por Distritos

Población Total del Callao	Tasa	Total anual encuestados	Total x Semestre	Total x distrito
876,877	1%	8,769	4,384	1,461

- Presentación de resultados.

Las evaluaciones de acuerdo al artículo 6° de la Ley N° 28874- Ley que Regula la Publicidad Estatal.

XII. Limitaciones.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2012 de la Región Callao, en el marco de la Ley N° 28874- Ley que Regula la Publicidad Estatal, presenta las siguientes limitaciones:

- La entidad no podrá erogar recursos presupuestarios en acciones proselitistas.

¹ Se toma en cuenta a los 876,877 pobladores de la Provincia Constitucional del Callao. Fuente INEI. Censos Nacionales 2007 – XI Población y VI de Vivienda.

² Equivale a 2192 personas encuestadas.



* **CAMPAÑAS PUBLICITARIAS A EJECUTARSE EN EL 2012**

<u>ENERO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Enero
<u>FEBRERO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Febrero
<u>MARZO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Marzo Inauguración de Instituto Tecnológico Regional
<u>ABRIL</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Abril Inicio de trabajos de Construcción de Av. Costanera
<u>MAYO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Mayo Inicio de obras de paso a desnivel Av. Elmer Faucett con Av. República de Argentina
<u>JUNIO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Junio
<u>JULIO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Julio Promoción de Turismo a la Región Callao por Fiestas Patrias
<u>AGOSTO</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Agosto Festival Internacional Chim Pum Callao 2012
<u>SETIEMBRE</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Setiembre
<u>OCTUBRE</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Octubre
<u>NOVIEMBRE</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Noviembre
<u>DICIEMBRE</u> Relación de obras inauguradas durante el mes de Diciembre

*NOTA: Las fechas de las campañas publicitarias son referenciales, estas pueden cambiar según la necesidad del mismo. De igual forma el número de campañas puede variar.

