

448

ES COPIA DEL ORIGINAL



Gobierno Regional del Callao

WALTHER JESUS TUYSI BARAHONA
FEDATARIO ALTERNO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

Reg. 030 Fecha: 02 MAR 2022

Resolución Gerencial General Regional Nº 60 - 2022-Gobierno Regional Del Callao – GGR

Callao, 02 MAR. 2022



VISTOS:

El Informe N° 067-2022-GRC/GGR-OIIP, de fecha 14 de febrero del 2022, emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Memorando Múltiple N° 022-022-GRC/GGR, de fecha 14 de febrero de 2022, emitido por la Gerencia General Regional; el Memorandum N° 384-2022-GRC/GRECYD, de fecha 21 de febrero de 2022, emitido por la Gerencia Regional de Educación, Cultura y Deporte; el Informe N° 080-2022-GRC/GGR-OIIP, de fecha 22 de febrero de 2022, emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; el Memorandum N° 020-2022-GRC/GRPPAT/OP, de fecha 24 de febrero de 2022, emitido por la Oficina de Planificación; el Informe N° 1114-2022-GRC/GRPPAT/OPT, de fecha 25 de febrero de 2022, emitido por la Oficina de Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; el Informe N° 163-2022-GRC/GRPPAT, de fecha 25 de febrero de 2022, emitido por la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial; el Informe N° 095-2022-GRC/GGR-OIIP, de fecha 28 de febrero del 2022, emitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo; y el Informe N° 206-2022-GRC/GAJ, de fecha 28 de febrero del 2022, emitido por la Gerencia de Asesoría Jurídica;



CONSIDERANDO:

Que, los artículos 191° y 192° de la Constitución Política del Estado, en concordancia con el artículo 2° de la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, señala que "Los Gobiernos Regionales emanan de la voluntad popular. Son personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, económica y administrativa en asuntos de su competencia, promueven el desarrollo y la economía regional, fomentan las inversiones, actividades y servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacional y locales de desarrollo.

Que mediante Ley N° 28874, ley que regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinaran al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, de acuerdo al artículo 2° de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal se entiende 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 impuesto, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

WALTHER JESUS LUYO BARAHONA
FEDATARIO ALTERNATIVO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. 030 Fecha:

02 MAR. 2022



Gobierno Regional del Callao

Que, asimismo, el artículo 3, de la citada Ley, regula los requisitos para que el titular del pliego autorice la realización de publicidad estatal, entre los cuales figuran Plan de Estrategia Publicitaria, de conformidad al inciso a) que establece lo siguiente: para la publicidad estatal, se deberá contar con un plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las dependencias, que deberá adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, el artículo 68° del Texto Único Ordenando del Reglamento de Organización y Funciones del Gobierno Regional del Callao, aprobado mediante Ordenanza Regional N° 00001 de fecha 26 de enero de 2018, establece las funciones que deben ser realizadas por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, precisándose en el numeral 1) lo siguiente: "Proponer a la Gobernación Regional y efectuar las acciones de prensa, imagen institucional y relaciones públicas de la institución";

Que, tales acciones se ejecutan a fin de fortalecer la gestión institucional del Gobierno Regional del Callao, lo cual se vincula al objetivo estratégico institucional (OEI) N° 08 "Fortalecer la Gestión Institucional en el Gobierno Regional del Callao", la acción (AEI) N° 08.04: "Sistema de gestión institucional eficiente en el Gobierno Regional del Callao", y a la actividad operativa institucional: AOI00102800450: FORMULACION, EJECUCION Y SUPERVISION DEL PLAN ESTRATEGIA PUBLICITARIA;

Que, mediante el Informe N° 067-2022-GRC/GGR-OIIP, de fecha 14 de febrero de 2022, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, en el marco de sus funciones, remite el proyecto de PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL 2022;

Que, mediante el Memorando Múltiple N° 022-2022-GRC/GGR, de fecha 14 de febrero de 2022, la Gerencia General Regional remite a todas las Gerencias Regionales para su revisión y fines pertinentes;

Que, mediante el Memorando N° 384-2022-GRC/GRECYD, de fecha 21 de febrero de 2022, la Gerencia Regional de Educación, Cultura y Deporte, remite la propuesta para la inclusión en el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022;

Que, mediante el Informe N° 080-2022-GRC/GGR-OIIP, de fecha 22 de febrero de 2022, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, en el marco de sus funciones, remite la actualización del proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022;

Que, mediante Informe N° 163-2022-GRC/GRPPAT, de fecha 25 de febrero de 2022, la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, remite el Informe N° 1114-2022-GRC/GRPPAT/OPT, de fecha 25 de febrero de 2022, emitido por la Oficina de Presupuesto y Tributación, y con Memorandum N° 020-2022-GRC/GRPPAT-OP, de fecha 24 de febrero de 2022, emitido por la Oficina de Planificación que contiene la revisión del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022, y se concluye que dicho Plan se encuentra articulado OEI. 08: Fortalecer la Gestión Institucional en el Gobierno Regional del Callao y a la AEI. 08.04: Sistema de





ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

WALTER JESÚS LUYO BARAHONA
 FEDATARIO ALTERNO
 GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
 Reg. 030 Fecha 02 MAR 2022

uwf

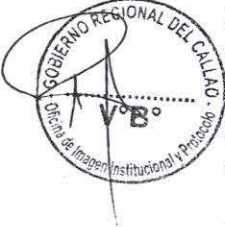
Gobierno Regional del Callao

Gestión Institucional eficiente en el Gobierno Regional del Callao” del Plan Estratégico Institucional PEI 2019-2024 y que se encuentra vinculado al Plan Operativo Institucional;

Que, mediante Informe N° 206-2022-GRC/GAJ, de fecha 28 de febrero de 2022, la Gerencia de Asesoría Jurídica, concluye que de lo expuesto y lo informado por las áreas competentes, en el presente caso, procede a visar el proyecto de Resolución Gerencial General Regional, elaborado y remitido por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, que resuelve aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao correspondiente al año fiscal 2022;



Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; de acuerdo al Texto Único Ordenado del Reglamento de Organización y Funciones 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 en la Resolución Ejecutiva Regional N° 000322, del 14 de agosto de 2018; y contando con la visación de la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, de la Gerencia de Asesoría Jurídica y de la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo;



SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR el Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao, correspondiente al año fiscal 2022, el mismo que como anexo forma para integrante de la presente resolución.



ARTÍCULO SEGUNDO. - DISPONER que la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo efectúe el seguimiento y evaluación de la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao, correspondiente al año fiscal 2022.

ARTÍCULO TERCERO. - ENCARGAR a la Oficina de Trámite Documentario y Archivo del Gobierno Regional del Callao, cumpla con notificar debidamente la presente resolución.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHIVESE

GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO

 Gral EP (r) José Remigio Sosa Delantó-Badiola
 Gerente General Regional (e)

Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022

Gobierno Regional del Callao
Oficina de Imagen Institucional y Protocolo

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

WALTER JESUS LINDO BARAHONA
FEDATARIO AL EHN
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. 030
Fecha: 02 MAR. 2022

INDICE

1. ANTECEDENTES
2. FINALIDAD
3. BASE LEGAL
4. ALCANCE
5. JUSTIFICACIÓN
6. OBJETIVOS
7. ESTRATEGIA
8. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN
9. EJECUCIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO
10. SELECCIÓN DE MEDIOS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
11. CRITERIOS DE PROGRAMACIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS
12. PRESUPUESTO
13. EVALUACIÓN
14. ANEXOS



PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA INSTITUCIONAL 2022**1. ANTECEDENTES**

De conformidad a 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, la cual está vinculada al objetivo estratégico institucional (OEI) N°08: *“Fortalecer la Gestión Institucional en el Gobierno Regional del Callao”*, la acción (AEI) N°08.04: *“Sistema de gestión institucional eficiente en el Gobierno Regional del Callao”*; conforme al Plan Operativo Institucional Multianual 2021-2023, aprobado mediante Resolución Ejecutiva Regional N°185, de fecha 15 de setiembre 2020; además del Plan de Reforzamiento de los Servicios de la Salud y Contención del COVID 19, aprobado mediante Resolución Ejecutiva Regional N°075-2020, de fecha 7 de abril de 2020.

Asimismo, tenemos como objetivo el 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.

Por lo que, presentamos el Plan de Estrategia Publicitaria 2022 para su revisión y, de ser el caso, aprobación respectiva.



445

2. FINALIDAD

El presente Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao, tiene por finalidad dotar a la institución de una herramienta que permitirá la programación de la difusión de los servicios publicitarios que requieran diversas unidades orgánicas del ente regional en el transcurso del año 2022.

Además de establecer criterios para el uso de herramientas y procedimientos que fortalezcan y faciliten la publicidad en los medios de comunicación externa; sobre servicios públicos e información pertinente proporcionada por todas las gerencias y dependencias regionales para la población de la Provincia Constitucional del Callao.

3. BASE LEGAL

- Ley 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.
- Resolución N°0304-2015-JNE. Aprueba el Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral.
- Ley N°27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado. Modificado por el Decreto Legislativo N°1446-2018-PCM
- Texto Único Ordenado de la Ley N°28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto.
- Texto Único Ordenado de la Ley N°27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Texto Único Ordenado de la Ley N°30225, Ley de Contrataciones del Estado. Aprobado mediante Decreto Supremo N°082-2019-EF.
- Decreto Supremo N°344-2018-EF, que aprueba el Reglamento de la Ley N°30225. Modificado por Decreto Supremo N°377-2019-EF.
- Ley N°27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias.
- Reglamento de Organización y Funciones – ROF aprobado por Ordenanza Regional N°00001 de fecha 26 de enero de 2018.
- Resolución Ejecutiva Regional N°185 que aprueba el Plan Operativo Institucional Multianual 2021-2023.

4. ALCANCE

El presente Plan Estratégico Publicitario Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao, estará dirigido a toda la población de la región Callao.

5. JUSTIFICACIÓN

Las acciones realizadas por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo respecto al Plan de Estrategia Publicitaria 2022, 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,



02 MAR. 2022

recursos naturales, educación, etc. Así como, 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 el posicionamiento 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 acceso público a información sobre las acciones del Gobierno Regional del Callao y el 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.

La coyuntura actual nos enmarca en las decisiones tomadas respecto al COVID 19, por parte del Gobierno Central, mediante el Decreto Supremo N°008-2020-SA que, a inicios del 2020, declaró la emergencia sanitaria a nivel nacional por noventa días, mediante Decreto Supremo N°116-2020-PCM, mismo estado de emergencia que fue prorrogado en más de una oportunidad y que a fecha actual, nos conmina a una nueva normalidad social enmarcada en protocolos sanitarios y una nueva convivencia. La última prórroga es hasta el 31 de diciembre de 2020, mediante el Decreto Supremo N°184-2020-PCM.

Producto de la emergencia sanitaria, la población enfrenta una serie de problemas (rebrote del COVID 19 – 3ra. Ola, recesión económica, retorno a clases, falta de empleo, etc.), que hacen necesaria la elaboración de estrategias comunicacionales enfocadas exclusivamente a enfrentarlos y generar un punto de quiebre, con el objetivo de impulsar el desarrollo sostenible de la región. En esa línea, la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo desarrollará durante el presente año una serie de campañas orientadas a responder a estas preocupaciones de la ciudadanía.

El Plan de Estrategia Publicitaria 2022 se orienta a contribuir, a través de lineamientos de comunicación al desarrollo social de la población en favor del crecimiento regional,



02 MAR. 2022

brindando la información necesaria para involucrar a la ciudadanía en campañas y programas que mejoren su calidad de vida y entorno en el que viven.

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, brindando un clima favorable en diversos escenarios sociales para el desarrollo de estrategias previstas en diferentes áreas: salud, educación, seguridad, desarrollo social, entre otras.

Como parte de las estrategias de comunicación, se diseñarán spots radiales y televisivos, piezas gráficas para diarios y revistas que serán publicados en los principales medios de comunicación masiva de alcance nacional y regional. Estableciendo el uso de los medios de comunicación de acuerdo al objetivo trazado, estas acciones serán complementadas con la publicidad de contenidos en medios digitales y la elaboración de paneles, posteras, banderolas, material gráfico, merchandising, Above the line (ATL) y Below the Line (BTL).

6. OBJETIVOS

6.1 Objetivo general

Teniendo en consideración el Marco Estratégico Institucional para el ejercicio 2022, es preciso indicar que los objetivos trazados en este Plan de Estrategia Publicitaria, que se vincula al objetivo estratégico institucional (OEI) N°08: "*Fortalecer la Gestión Institucional en el Gobierno Regional del Callao*", la acción (AEI) N°08.04: "*Sistema de gestión institucional eficiente en el Gobierno Regional del Callao*", y a la actividad operativa institucional: AOI00102800076: DESARROLLO DE ACCIONES DE PRENSA, IMAGEN Y PROTOCOLO.

Asimismo, este Plan Estratégico Institucional 2022 será de conocimiento y aplicación en general a todas nuestras unidades orgánicas y unidades ejecutoras.

Desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos y alternativos para la población de nuestra región, a fin de dar a conocer las acciones y actividades del Gobierno Regional del Callao, teniendo en cuenta los pilares de la gestión: **salud, infraestructura, seguridad ciudadana, reactivación económica, protección de las poblaciones vulnerables, violencia contra la mujer, conservación de las áreas naturales, educación, cultura y deporte.**

Estas acciones de comunicación estratégica buscarán impulsar la participación ciudadana y la transparencia, reforzando la promoción de 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.



MATRIZ DE ARTICULACIÓN DE OBJETIVOS INSTITUCIONALES:

Plan Estratégico Institucional (PEI) 2019-2023		Plan de Estrategia Publicitaria Institucional 2022	Programación Operativa Institucional 2022
Objetivo Estratégico Institucional (OEI)	Acción Estratégica Institucional (AEI)	Objetivo General	Actividad Operativa (AO)
OEI.08 Fortalecer la Gestión Institucional	AEI.8.04 Sistema de gestión institucional eficiente en el Gobierno Regional del Callao	Desarrollar e implementar campañas publicitarias en medios de comunicación masivos y alternativos para la población de nuestra región, a fin de dar a conocer las acciones y actividades del Gobierno regional del Callao, teniendo en cuenta los pilares de la gestión: Salud, seguridad, educación, deporte y economía	Formulación, ejecución y supervisión del Plan de Estrategia Publicitaria 2022

6.2 Objetivos Específicos

Los objetivos específicos deben garantizar la sostenibilidad de la gestión, estos presentan 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, en coordinación con la Jefatura de 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 2022:

- a. 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 empoderar el capital social de la región Callao.
- b. 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 (nacional o regional), dependiendo del mensaje a transmitir y el sector poblacional al que se requiera llegar.



413

- c. 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.

- d. Promover y reforzar valores ciudadanos, a través de campañas de comunicación con componentes sociales, que generen un cambio positivo de la identidad chalaca en función de la conmemoración del bicentenario.

- e. Concienciar a la población sobre las acciones específicas que el gobierno regional realiza para atender los principales problemas que existen en el Callao.

7. 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, obras y la apertura democrática, por ello la estrategia tiene como eje el posicionamiento de la gestión en los sectores demográficos y socioeconómicos, señalando públicos objetivos por género, edad, Nivel Socio Económico; y por relevancia de la problemática.

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 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 regionales y nacionales, televisivos, radiales y digitales, 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 esté abocado a 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, 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 deban tener la necesidad de difusión masiva:



a. Gerencia Regional de Desarrollo Económico:

La Gerencia regional de Desarrollo Económico es el órgano de línea encargado de funciones específicas regionales en los sectores industria, comercio, turismo, artesanía, pesquería, energía e hidrocarburos y agricultura. Esta 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.

b. Gerencia Regional de Desarrollo Social:

Esta gerencia es un 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 (ODSPIOVS).
- Oficina Regional de Atención a las Personas con Discapacidad.
- Oficina de Organizaciones de Base Regionales.

c. Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión del Medio Ambiente:

Gerencia que 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, implementación de áreas verdes conservando el ambiente en toda la jurisdicción.



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.

d. Gerencia Regional de Infraestructura:

La 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, transportes, comunicaciones, telecomunicaciones, construcción y demás funciones establecidas por ley.

Es importante señalar que la Gerencia Regional de Infraestructura tiene a su cargo las obras de enripiado, 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.

e. Gerencia Regional de Defensa Nacional, Defensa Civil y Seguridad Ciudadana:

La Gerencia Regional de Defensa Nacional, Defensa Civil y Seguridad Ciudadana es un 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.



f. 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 de administrar 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.

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

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

g. Gerencia regional de Educación, Cultura y Deporte:

La gerencia regional de Educación, Cultura y Deporte es un órgano de línea que le concierne ejercer funciones específicas sectoriales en materia de educación, cultura, ciencia, tecnología, deporte y recreación. A su vez, tiene a cargo la Comisión Regional Bicentenario, la cual es adjunta a la Presidencia de Consejo de Ministros.

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 de diseñar, ejecutar y evaluar 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.

8. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

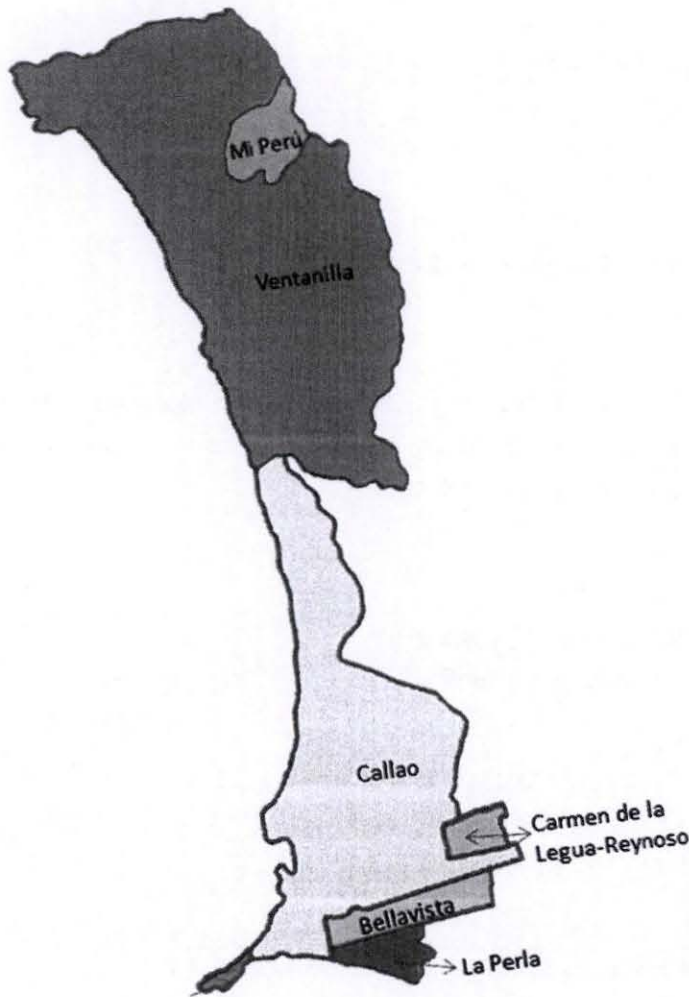
La programación de las Campañas Publicitarias podrá ser ejecutada de forma corporativa como Gobierno Regional del Callao, elaborándose para cada caso un plan de medios que tendrá las siguientes características:

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

Población Estimada de la Provincia Constitucional del Callao 2022		
DISTRITO	POBLACIÓN	AA.HH.
Callao Cercado	535,305 Hab.	84
Ventanilla	373,502 Hab.	165
Bellavista	86,189 Hab.	3
Mi Perú	53,891 Hab.	
La Perla	69,136 Hab.	
Carmen de la Legua	49,304 Hab.	4
La Punta	4,321 Hab.	
Total Población	1'171,64 Hab.	256



ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL
WALTER JESUS LUIS PARAHONA
FEDATARIO PÚBLICO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. 030 Fecha 07 MAR 2022



Fuente: INEI: Boletín Análisis Demográfico N° 39 "Perú: Estimaciones y Proyecciones de la Población Total por departamento, 1995-2030"

8.1. BASE DE DATOS

- 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.

Los medios con mayor presencia en los hogares son Celulares (94.1 %), la televisión (82.3 %) y la radio (75.2 %). En cuarto lugar, la tenencia de computadora, laptop o tablet (51.4 %), de los cuales, el 70.7 % hace uso de internet, por alguno de estos medios.

Fuente: INEI Informe Técnico - Hogares con acceso a Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) (2021).



440

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL

WALTER JESUS LIMA PARAHONA
FEDATARIO PÚBLICO
GOBIERNO REGIONAL DEL CALLAO
Reg. 030
02 MAR 2022

• **Medios impresos**

- La nueva coyuntura de la pandemia trajo la aceleración de la disminución del consumo de diarios y revistas. El 2020 traza un hito para los diarios, donde el consumo de impresos finalmente se hizo menor al online. Esta inflexión trajo consigo retos en los tiempos de retención, como muestra el informe de Datum/Netquest (septiembre 2020) en que la permanencia en la web de los diarios tiende a ser cada vez más breve. Mientras que la versión impresa "anima" a ver el contenido completo del diario, el consumo online (que muchas veces se inicia en las redes sociales) corre el riesgo de quedarse en el titular o en una noticia en particular. Esta disminución también podría asociarse con otro resultado de Datum (mayo 2020), donde el 50 % de los consumidores reporta haber dejado de consumir noticias con la finalidad de preservar su salud mental.

Como vemos, junto a los ya conocidos retos empresariales que trajo la pandemia, como la variación de la demanda (incremento o disminución según la industria), y el cambio de atributos más valorados en los productos, no podemos perder de vista que los consumidores también vienen cambiando su consumo de medios. Estos cambios están muy ligados a las regulaciones y a la situación de la emergencia sanitaria, que hace más necesario el manejo de planes flexibles, y de contar con información constantemente actualizada para la toma de decisiones.

Fuente: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2021/02/23/como-cambio-el-consumo-de-medios-en-el-peru-durante-la-pandemia/>

- Ante las pocas ventajas del medio gráfico en general podemos resaltar como las características más saltantes:
 - Las secciones más leídas son: primera página / plana (la cual recobra importancia frente a los dos últimos años), espectáculos (de mayor preferencia en el género femenino), deportes (de mayor preferencia en el género masculino, y noticias nacionales. Y las secciones más preferidas son: deportes, espectáculos y noticias nacionales. Fuente: IPSOS APOYO – Marketing Data.
 - En la Provincia Constitucional del Callao existen más de 480 puestos de ventas de revistas y diarios, por lo que, de acuerdo a los presupuestos asignados a la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo, se debe tener en cuenta los cintillos en portadas de medios locales y medios populares, cuyo impacto se mide en la exhibición de portadas de los puntos de venta de periódicos (quioscos: islas de información), además de la exhibición de portadas en los noticieros matutinos de la televisión.

Fuentes Propias elaboradas en base a información de distribuidores de medios impresos en la Provincia Constitucional del Callao 2020.



07 MAR. 2022

8.2. CRONOGRAMA

DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
CAMPAÑA DE REFUERZO DE ACCIONES ANTE EL COVID 19			X	X			X		X			X
TURISMO SEGURO						X						X
CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER.					X						X	
CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD				X				X				
CAMPAÑA PROMOCION DE LOGROS EN INFRAESTRUCTURA			X		X		X			X	X	
CAMPAÑA DE DEFENSA CIVIL							X					X
CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA			X			X				X		X
CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA				X	X			X				
CAMPAÑA DE EMPRENDEDORES									X			
CAMPAÑA REGRESO A CLASES			X									

8.3. DETALLE DE CAMPAÑAS:

Observando la realidad por la que atraviesa el país en general y el Callao en particular, se plantea el 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 que reflejan algunas condiciones como feriados por fiestas patrias o navideñas.
- 4) antecedentes producto de ocurrencias de años anteriores como el caso de salud.
- 5) 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 teniendo en cuenta factores como:

- 1) el incumplimiento de la realización de los planes y proyectos por parte de las diferentes gerencias o cumplimiento fuera de fecha.
- 2) necesidad de emergencia producto de eventualidades como el crecimiento o decrecimiento de la pandemia por la COVID-19.
- 3) necesidades de emergencia por temas de seguridad ciudadana – sabiendo que es una realidad que afecta mucho a la región y cuyo avance es muy poco predecible.
- 4) eventos de carácter natural que ocasionen conmoción en la población como un fuerte sismo por ejemplo; entre otros factores.

CAMPAÑA DE REFUERZO DE ACCIONES ANTE EL COVID 19:

Lo que se busca con esta campaña es fortalecer la Idea de no bajar los brazos ante el repunte de las nuevas variantes de la Covid-19 y reforzar las medidas e importancia del distanciamiento social, la aplicación de protocolos de limpieza y bioseguridad en el trabajo, casa, así como el uso de alcohol, mascarillas y protectores faciales que aún siguen siendo necesarios para evitar contagios y un posible rebrote. Así como dar a conocer las acciones que se toman como gestión en favor de la población.

TURISMO SEGURO:

Campaña para el fortalecimiento de la Estrategia de Turismo Seguro orientada al desarrollo de la Cultura Turística en la Provincia Constitucional del Callao.

CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER:

Desarrollar líneas de acción dirigidas a prevenir las diversas manifestaciones de violencia hacia la mujer y los integrantes del grupo familiar.

CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD:

Promover la integración de las personas con discapacidad y fomentar una sociedad inclusiva que contribuya con la mejora de la calidad de vida de dichas personas. Articulando a las Instituciones de Educación Básica Especial generando un trabajo inclusivo de estos alumnos en la Educación Básica Regular

CAMPAÑA PROMOCION DE LOGROS EN INFRAESTRUCTURA:

El mejoramiento de la calidad de vida del poblador de la Región se dará a conocer con la enumeración de las distintas obras de Infraestructura, Construcción y Saneamiento.

CAMPAÑAS DE DEFENSA CIVIL:

Es pertinente informar a la población de las diversas acciones a tener en cuenta en casos de desastres naturales, dada la ubicación geográfica de la Región en caso de sismos o tsunamis. La prevención, simulacros y preparación operativa de todos los componentes que se presentan en este tipo de emergencias debe estar a la mano de la población. Articulación con las redes educativas del Programa Presupuestal 068 PREVAED



(Programa Presupuestal reducción de la vulnerabilidad y atención de Emergencias por desastres), logrando un sistema unificado y coordinado de evacuación en caso de sismo o tsunami.

CAMPAÑAS DE SEGURIDAD CIUDADANA:

La sensación de seguridad en el primer puerto no es de las mejores del país, por lo que es necesario reforzar las acciones en favor de la comunidad con mensajes constantes de operativos y prevención del delito y cumplimiento de normas ciudadanas.

CAMPAÑAS DE REGRESO A CLASES:

El gobierno regional apuesta por cumplir con la normatividad impulsada desde el gobierno central para el regreso a clases en los colegios públicos. A través de la Dirección regional de educación del Callao se ha socializado con los directores, docentes y padres de familia sobre un Buen Retorno al Año escolar 2022, para ello se ha sensibilizado a los padres de familia sobre la directiva 531, donde se dan los lineamientos para un retorno seguro, flexible y descentralizado.

CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA:

El Gobierno Regional del Callao tiene planeado tomar una serie de medidas, como PROCOMPITE, en favor de las PYMES, con la finalidad de fortalecer uno de los sectores más golpeados durante la pandemia por la COVID-19. Estas medidas requieren darse a conocer a la población, pues significan un aporte importante para reactivar la economía en la región.

CAMPAÑA DE EMPRENDEDORES:

Es importante impulsar la participación de los ciudadanos en la economía regional, sobre todo aquellos que han iniciado un emprendimiento. Debemos tomar en cuenta que los niveles de empleabilidad se han visto perjudicados con las medidas adoptadas por el gobierno central, con la finalidad de controlar la pandemia por la COVID-19.

8.4. RESUMEN DE CAMPAÑAS

Para el rubro de **INVERSIÓN** en el cuadro "**RESUMEN DE CAMPAÑAS**" que presentamos a continuación se ha tomado en cuenta un promedio del costo por campaña del año 2021, en algunos casos incluyendo medios nacionales y en otros casos solo con medios regionales, según amerite la campaña.

DESCRIPCIÓN DE CAMPAÑAS	OBJETIVOS	PÚBLICO OBJETIVO	SOPORTE	ÁMBITO	INVERSIÓN
CAMPAÑA DE REFUERZO DE ACCIONES ANTE EL COVID 19	Fortalecer la idea de no bajar los brazos ante el repunte de las nuevas variantes de la COVID 19	Población de la región Callao	Televisión, radio, periódico, internet, redes sociales,	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 600,000.00



			(todo ATL y BTL).		
CAMPAÑA DE EMPRENDEDORES	Impulsar la asociatividad de las organizaciones de mujeres, generar servicios y herramientas de apoyo a la gestión de sus emprendimientos.	Población de la región Callao	Periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 50,000.00
TURISMO SEGURO	Fortalecer de la Estrategia de Turismo Seguro orientada al desarrollo de la Cultura Turística en la Provincia Constitucional del Callao.	Población de la región Callao y Lima Metropolitana	Radio, periódico, internet, redes sociales, BTL.	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 100,000.00
CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER.	Desarrollar líneas de acción dirigidas a prevenir las diversas manifestaciones de violencia hacia la mujer y los integrantes del grupo familiar.	Población de la región Callao	Radio, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 100,000.00
CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Promover la integración de las personas con discapacidad.	Población de la región Callao	Internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 100,000.00
CAMPAÑA PROMOCION DE LOGROS 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, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 500,000.00
CAMPAÑA DE DEFENSA CIVIL	Informar a la población de las diversas acciones a tener en cuenta en casos de desastres naturales.	Población de la región Callao	Radio, periódico, internet, redes sociales, BTL.	Región Callao y Lima Metropolitana	S/. 50,000.00
CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA	Reforzar las acciones en favor de la comunidad con mensajes constantes.	Población de la región Callao	Radio, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 450,000.00



CAMPAÑAS DE REGRESO A CLASES	Fortalecimiento de las redes educativas para sensibilizar a docentes, padres de familia y estudiantes sobre un retorno a clases seguro	Población de la región Callao	Radio, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 50,000.00
CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA	Impulso de la reactivación económica de PYMES	Población de la región Callao	Radio, periódico, internet, redes sociales, (todo ATL y BTL).	Región Callao	S/. 360,000.00

Se debe estimar un presupuesto adicional, en el surja la necesidad de cambiar la política de acción según lo requiera la situación o la coyuntura de ese momento.

Las campañas de difusión

La programación de las campañas publicitarias será ejecutada de forma corporativa, elaborándose para cada caso un plan específico que tendrá las siguientes características:

Datos Generales, justificación, determinación del público objetivo, selección de los medios de comunicación, duración presupuesto y financiamiento.

El Plan Estrategia Publicitaria Institucional 2022, tiene programado diez (10) campañas siendo las que a continuación se detallan:

- CAMPAÑA DE REFUERZO DE ACCIONES ANTE EL COVID 19
- CAMPAÑA DE EMPRENDEDORES
- TURISMO SEGURO
- CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA MUJER
- CAMPAÑA DE INTEGRACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- CAMPAÑA PROMOCION DE LOGROS EN INFRAESTRUCTURA
- CAMPAÑA DE DEFENSA CIVIL
- CAMPAÑA DE SEGURIDAD CIUDADANA
- CAMPAÑAS DE REGRESO A CLASES
- CAMPAÑA DE REACTIVACIÓN ECONÓMICA

9. EJECUCIÓN DEL SERVICIO PUBLICITARIO

Una vez seleccionados los medios de comunicación, de acuerdo al público objetivo al que se quiera llegar y 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.

Esta 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 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 por mil de cada campaña.

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 Televisivo y Radial 2020, desarrollado por encargo del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, en el numeral 1 y 2 de su contenido.

Esta elección se realiza apoyándose en los estudios del 2020, pues los estudios correspondientes a medios utilizados en 2021 son resultados publicados al finalizar este, es decir publicados en 2022.

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 de señal abierta y por cable.
- 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.
- Afinidad del medio de comunicación con el público objetivo de la actividad a difundir.
- En las plataformas digitales: número de interacciones y vistas. Así como identificación con la población y en el entorno donde se necesita difundir la información, potenciando los medios de comunicación regionales.
- Pauteo de spot 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 diversas Unidades del Gobierno Regional del Callao, en el presente Plan de Estrategia Publicitaria 2022 son:

- La publicidad contratada en los medios de comunicación contemplada en la ley y los que no están contemplados dentro de ella (medios digitales), será aprobada por la jefatura de Imagen Institucional y Protocolo.
- La publicidad relacionada a los proyectos de inversión pública y actividades en la prestación de servicios del Gobierno Regional del Callao, deberán ser programadas considerando que la población debe estar informada de las campañas, obras y acciones ejecutadas para mejorar su calidad de vida, estimando a los medios de comunicación de alcance nacional y regional, y comunicación digital que no se contempla dentro del marco de la ley.

12. PRESUPUESTO

El presupuesto para la implementación del Plan Estratégico Publicitario Institucional 2022, tiene un estimado de S/2 360 000, que supone una inversión publicitaria en medios de comunicación convencionales y alternativos. Mismo que deberá otorgarse de acuerdo a lo programado y a las tarifas vigentes.

13. EVALUACIÓN

La evaluación del cumplimiento del Plan Estratégico Publicitario Institucional 2022 del Gobierno Regional del Callao, se realizará mediante cuatro etapas:

- Inicio.
- Desarrollo.
- Cierre.
- Post-campaña.

De esta manera, se asegurará el cumplimiento de los objetivos y será mediante tipo de estudio e indicadores. Para ello, se presentará un informe elaborado o supervisado por la Oficina de Imagen Institucional y Protocolo del Gobierno Regional del Callao, dentro de un plazo de 15 días hábiles siguientes a la implementación del Plan Específico.



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, BTL o medios digitales. El referido informe deberá detallar la evaluación de los resultados de publicidad estatal.

14. ANEXOS

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

- A. INEI Informe Técnico 04: Tecnologías de la Información y Comunicaciones III trimestre 2021
- B. INEI Boletín de Análisis Demográfico N° 39: Peru Estimaciones y Proyecciones de Población por Departamento, 1995-2030
- C. INEI: Provincia Constitucional del Callao - Compendio Estadístico 2020
- D. Consejo Consultivo de la Radio y Televisión CIFRAS TVR 2021-1
- E. IPSOS APOYO Consumo de medios 2020
- F. INFORME SOBRE EL CONSUMO DE MEDIOS EN AMERICA LATINA 2021 - SPA Media Consumption 2021
- G. Consejo Consultivo de la Radio y Televisión INFOGRAFIAS-TV RADIO-CIFRAS

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

- A. Tarifario de Medios Regionales Radio
- B. Tarifario de Radio Nacional
- C. Tarifario Diarios Nacionales
- D. Tarifario Gráficos Regionales
- E. Tarifario Medios Digitales
- F. Tarifario Televisión

