

RESOLUCIÓN GERENCIAL GENERAL REGIONAL N° 265-2022-GORE-ICA/GGR

Ica, 13 DIC. 2022

VISTO, la Nota N° 172-2022-GORE.ICA/ORII, respecto a los Lineamientos para la elaboración del Plan de Comunicación y Estrategia Publicitaria de la Oficina Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ica, remitido por dicha oficina adscrita a la Gerencia General Regional del Gobierno Regional de Ica.

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales, señala la estructura, organización, competencias y funciones de los Gobiernos Regionales, constituyéndolos como personas jurídicas de derecho público, con autonomía política, económica y administrativa en asuntos de su competencia;

Que, conforme a lo establecido en el literal a) del artículo 9° de la Ley N° 27687, los gobiernos regionales son competentes para aprobar su organización interna y su presupuesto;

Que, mediante Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, se declara al Estado Peruano en proceso de modernización, en sus diferentes instancias, dependencias, entidades, organizaciones y procedimientos, con la finalidad de mejorar la gestión pública y construir un Estado democrático, descentralizado y al servicio del ciudadano;

Que, la Política de Modernización de la Gestión Pública aprobada mediante el Decreto Supremo N° 004-2013-PCM, cuya finalidad es orientar el proceso de modernización del Estado Peruano, identifica como uno de los pilares centrales de la Política de Modernización de la Gestión Pública a la Gestión por Procesos, Simplificación Administrativa y Organización Institucional. De acuerdo a ello, los procesos dentro de las organizaciones se deben definir como una secuencia de actividades que transforman una entrada en una salida, añadiéndole un valor en cada etapa de la cadena de valor, además de trabajar en la optimización de sus procesos de producción de bienes y servicios públicos;

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, en su artículo 3.- hace referencia al *Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias*; lo cual se complementa con la Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal; la cual entre otras disposiciones establece requisitos y prohibiciones respecto a la publicidad estatal y añade la figura del plan de comunicación estratégico;

Que, con Ordenanza Regional N° 013-2019-GORE-ICA, publicado en el diario oficial El Peruano el 09 de octubre de 2017, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del Gobierno Regional de Ica;





Gobierno Regional de Ica



Que, la Resolución Ejecutiva Regional N° 353-2015-GORE.ICA-GR, dispone en su numeral 6.1.1 del artículo 6° que: *“la Gerencia General Regional se le delega facultades de aprobar Directivas Regionales como instrumentos normativo generales emitido cuando la materia a regular corresponde a dos o más sistemas administrativos o funcionales, previo informe técnico sustentatorio de la instancia proponente”;*

Que, con Resolución Gerencial Regional N° 0043-2020-GORE.ICA-GGR, se aprobó la Directiva N° 001-2020-GORE.ICA-GGR: *“Lineamientos para la formulación, modificación y aprobación de Directivas del Gobierno Regional de Ica”;*

Que, del numeral 7.5.4 del punto 7.5 de la mencionada Directiva N° 0043-2020-GORE.ICA-GGR establece que: *“Gerentes Regionales: Aprueba Directivas Regionales Específicas cuando la materia a regular corresponda a un sistema administrativo o funcional bajo responsabilidad de las unidades orgánicas a su cargo. (...)”;*

Que, mediante Resolución Ejecutiva Regional N° 0001-2022-GORE-ICA/GR de fecha 04 de enero del 2022, se designa al CPC. Carlos Guillermo Avalos Castillo, en el cargo de confianza de Gerente General Regional del Gobierno Regional de Ica.

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 27867 “Ley Orgánica de Gobiernos Regionales” y modificatoria Ley N° 27902, y la Resolución Ejecutiva Regional N° 353-2015-GORE.ICA-GR;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR la Directiva Regional “LINEAMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA OFICINA REGIONAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO REGIONAL DE ICA”, cuyo anexo forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO.- DISPONER que la presente Resolución sea notificado a las Gerencias Regionales, Subgerencias, Direcciones Regionales, Sedes Regionales y demás instancias, para su conocimiento y fines.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER que la Subgerencia de Tecnología de la Información de la Gerencia Regional de Planeamiento, Presupuesto y Acondicionamiento Territorial, publique la presente Resolución Gerencial general Regional en el Portal Institucional del Gobierno Regional de Ica (www.regionica.gob.pe).

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE



Gobierno Regional de Ica

CPC. CARLOS G. AVALOS CASTILLO
GERENTE GENERAL REGIONAL



Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



DIRECTIVA N.º 001-2022-GORE.ICA

LINEAMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN Y ESTRATEGIA PUBLICITARIA DE LA OFICINA REGIONAL DE IMAGEN INSTITUCIONAL DEL GOBIERNO REGIONAL DE ICA

I. OBJETIVOS

1.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer el Plan de Comunicación y de Estrategia Publicitaria de la Oficina Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ica.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1.2.1. Diseñar e implementar el Plan de Comunicación de la Oficina Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ica.

1.2.2. Elaborar, ejecutar y evaluar la Estrategia Publicitaria de la Oficina Regional de Imagen Institucional del Gobierno Regional de Ica.



II. FINALIDAD

En razón que el Gobierno Regional de Ica tiene por finalidad esencial fomentar el desarrollo regional integral sostenible, promoviendo la inversión pública y privada, el empleo y garantizar el ejercicio pleno de los derechos y la igualdad de oportunidades de sus habitantes; el presente Plan de Comunicación y Estrategia Publicitaria tiene por finalidad establecer los mecanismos de articulación de las áreas de comunicaciones y/o imagen institucional de cada una de las gerencias regionales y sus dependencias adscritas, de acuerdo con los planes y programas de desarrollo regional.

2.1. MISIÓN DEL GOBIERNO REGIONAL DE ICA

El Gobierno Regional de Ica tiene por misión, organizar y conducir la gestión pública regional, de acuerdo a sus competencias, en el marco de las políticas nacionales y sectoriales, para contribuir al desarrollo integral y sostenible de la Región, con participación activa de sus trabajadores y Sociedad Civil.

2.2. VISIÓN DEL GOBIERNO REGIONAL DE ICA

La población de Ica ha mejorado su desarrollo humano y económico, cuenta con una adecuada cobertura de servicios de calidad y se encuentra preparada ante la ocurrencia de desastres; habita en un territorio sostenible, ordenado, equitativo, seguro, articulado e interconectado, en armonía con la expansión de las actividades productivas del departamento.



III. BASE LEGAL

El presente plan se basa en la siguiente normativa legal vigente:

- Constitución Política del Perú
- Ley N.º 27867, Ley Orgánica de Gobiernos Regionales y sus modificatorias
- Ley N.º 28278, Ley de Radio y Televisión, y sus modificatorias





Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

- Ley N.º 27658, Ley Marco de la Modernización de la Gestión del Estado y sus modificatorias.
- Ley N.º 31515, Ley que modifica la Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal.
- Ordenanza Regional N.º 005-2021-GORE-ICA, que modifica el Reglamento de Organización y Funciones - ROF - 2019 (06-07-2021)
- Ordenanza Regional N.º 013-2019-GORE-ICA, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones - ROF - 2019 (18-09-2019)
- Resolución gerencial general regional N.º 0043-2020-GPRE-ICA/GGR

IV. ALCANCE

Conforme al art. 3º del ROF, lo establecido en el presente plan es de estricto cumplimiento por todas las áreas de comunicaciones y/o imagen institucional de cada una de las gerencias regionales de la sede central del Gobierno Regional de Ica.



RESPONSABILIDAD

Las responsables de dar cumplimiento a lo normado en el presente documento son todas las áreas de comunicaciones y/o imagen institucional, o la que haga sus veces, de cada una de las gerencias regionales y las dependencias adscritas a la sede central del Gobierno Regional de Ica.

La Gerencia General Regional, a través de la Oficina Regional de Imagen Institucional, es la encargada de fiscalizar el correcto cumplimiento de lo normado en el presente documento.

DISPOSICIONES GENERALES

Para un mejor proceder, debemos tener presente lo siguiente:

6.1. PÚBLICOS OBJETIVOS

El Gobierno Regional de Ica trabaja con distintos públicos. Capriotti (2021, pág. 141) define a los públicos "como un conjunto de sujetos (personas o entidades) que tienen unos intereses y objetivos específicos propios con respecto a una entidad, y que pueden afectar o ser afectados por ella".

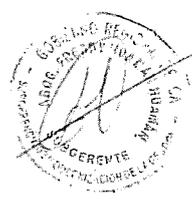
Así identificamos los siguientes públicos:

6.1.1. PÚBLICO PRIMARIO

- Los usuarios de la Entidad y la población en general
- Los funcionarios que integran la Alta Dirección de la Entidad.
- Los gerentes, directores y jefes de oficina de la Entidad y las Unidades Ejecutoras adscritas al Gobierno Regional de Ica.

6.1.2. PÚBLICO SECUNDARIO

- Los servidores públicos de la Entidad (D.L. 1057, D.L. 728, D.L. 276).
- Los proveedores de la Entidad y las Unidades Ejecutoras adscritas al Gobierno Regional de Ica.
- Los sindicatos de los servidores de la Entidad y las Unidades Ejecutoras adscritas al Gobierno Regional de Ica.





Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



6.2. LÍNEAS DE ACCIÓN

El presente documento considera cuatro líneas de acción. Capriotti (2021), citando a Garrido (2008), resalta la necesidad de comunicar la estrategia a través de líneas de acción, tanto por cuestiones operativas, motivacionales y de rendición de cuentas.

En tal sentido se han considerado las siguientes líneas de acción:

6.2.1. DIFUSIÓN Y PRENSA.

Planificar, organizar y ejecutar los procesos vinculados a la comunicación, prensa y difusión de la gestión institucional de las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

6.2.2. CEREMONIAL Y PROTOCOLO.

Planificar, organizar y conducir las ceremonias, actividades oficiales, celebraciones y eventos que ofrecen las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

6.2.3. IDENTIDAD Y REPUTACIÓN.

Planificar, ejecutar, monitorear y contribuir con las acciones que permitan mejorar la identidad corporativa de las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

Esta línea de acción comprende también detectar y contrarrestar toda clase de críticas contrarias a la imagen y buena reputación de la Entidad; sus gerencias regionales y demás dependencias adscritas.

6.2.4. CAPACITACIÓN Y MEJORA CONTINUA.

Promover, planificar, ejecutar y evaluar las habilidades comunicativas de los equipos responsables de las oficinas de comunicación o las que hagan sus veces en todas las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

6.3. ESTRATEGIA PUBLICITARIA

Es el conjunto de acciones que se adoptan para publicitar las políticas públicas de forma articulada con los demás niveles de gobierno y con cada uno de los sectores, para la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de la entidad y sus respectivas gerencias regionales. Estas estrategias se detallan en los anexos del presente documento.

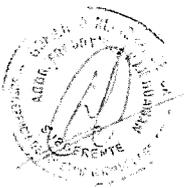
VII. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

Conforme a las funciones que el ROF precisa para la ORII, tenemos las siguientes estrategias de comunicación:

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y ACTIVIDADES

7.1. ACTIVIDADES SOBRE DIFUSIÓN Y PRENSA.

ESTRATEGIA/ACCIÓN	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
Planificar, organizar y ejecutar los procesos	➤ Preparar y publicar notas de prensa.	Según el costo del mercado.





Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

vinculados a la comunicación, prensa y difusión de la gestión institucional de las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

- Elaborar informes, fichas técnicas, ayudas memorias
- Diseñar contenidos gráficos u audiovisuales para medios on-line y soporte tradicional.
- Preparar informes, reportajes, spots y otros contenidos audiovisuales.
- Producir, editar y publicar boletines y revistas institucionales,
- Preparar la Memoria anual institucional.
- Otras actividades sobre comunicación que encargue la Alta Dirección.

(El monto a considerar debe ser ANUAL)
Fuente de financiamiento:
R.O. y/o R.D.R.



7.2. ACTIVIDADES SOBRE CEREMONIAL Y PROTOCOLO.

ESTRATEGIA/ACCIÓN
Planificar, organizar y conducir las ceremonias, actividades oficiales, celebraciones y eventos que ofrecen las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

- ACTIVIDADES**
- Planificar, organizar y ejecutar las ceremonias protocolares y oficiales.
 - Preparar y realizar las ceremonia conmemorativas
 - Programar, realizar y evaluar las celebraciones de fechas festivas y demás efemérides
 - Supervisar las actividades en materia protocolar.
 - Otras actividades vinculadas al ceremonial y protocolo que encargue la Alta Dirección.

PRESUPUESTO
Según el costo del mercado.
(El monto a considerar debe ser ANUAL)
Fuente de financiamiento:
R.O. y/o R.D.R.



7.3. ACTIVIDADES SOBRE IDENTIDAD Y REPUTACIÓN.

ESTRATEGIA/ACCIÓN
Planificar, ejecutar, monitorear y contribuir con las acciones que permitan mejorar la identidad corporativa de las

- ACTIVIDADES**
- Planificar, coordinar e implementar al personal de imagen con prendas e indumentaria institucional y/o uniformes

PRESUPUESTO
Según el costo del mercado.
(El monto a considerar debe ser ANUAL)





gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica, así como detectar y contrarrestar toda clase de críticas contrarias a la imagen y buena reputación de las mismas.

- Realizar el monitoreo de medios de comunicación convencional y digital
- Preparar y convocar al comité de manejo de crisis sobre temas de comunicación
- Otras actividades vinculadas a la comunicación que encargue la Alta Dirección.

Fuente de financiamiento:
R.O. y/o R.D.R.

7.4. ACTIVIDADES SOBRE CAPACITACIÓN Y MEJORA CONTINUA.

ESTRATEGIA/ACCIÓN
Promover, planificar, ejecutar y evaluar las habilidades comunicativas de los equipos responsables de las oficinas de comunicación o las que hagan sus veces en todas las gerencias regionales y demás órganos del Gobierno Regional de Ica.

ACTIVIDADES

- Supervisar y evaluar los procesos de comunicación y prensa para implementar acciones de mejora continua.
- Planificar, programar y ejecutar eventos de capacitación en comunicación y manejo de crisis.
- Otras actividades vinculadas a la capacitación sobre comunicación que encargue la Alta Dirección.

PRESUPUESTO

Según el costo del mercado.
(El monto a considerar debe ser ANUAL)

Fuente de financiamiento:
R.O. y/o R.D.R.

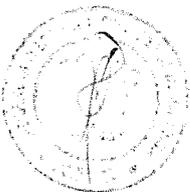


7.5. EQUIPO HUMANO Y RECURSOS LOGÍSTICOS

Para poder desarrollar las estrategias y actividades planteadas en los puntos precedentes se contará con el siguiente equipo humano y recursos logísticos.

7.5.1. EQUIPO HUMANO.

- Jefe de Oficina
- Coordinador regional
- Supervisor de Comunicaciones
- Especialista en ceremonial y protocolo
- Especialista en redes sociales – community manager
- Redactor
- Reportero gráfico – fotos
- Camarógrafo – audiovisuales
- Editor de contenidos
- Secretaria
- Asistente administrativo - conductor





7.5.2. RECURSOS LOGÍSTICOS

- Van H1 para 12 pasajeros y camioneta 4x4
- Equipos de cómputo: 02 laptops, 05 computadoras, 02 impresoras a color
- Equipos para producción audiovisual: 02 cámaras fotográficas, 02 filmadoras, 02 tachos de iluminación, 04 micrófonos percheros, etc.
- Equipos de sonido: 02 parlantes, 04 micrófonos inalámbricos
- Movillario: 06 escritorios de madera y 01 de metal, 07 sillas ergonómicas

7.6. FINANCIAMIENTO

Las acciones y actividades que se consideran en el presente documento serán financiados por el presupuesto asignado a la Oficina Regional de Imagen Institucional a través de los recursos ordinarios y/o recursos directamente recaudados.



DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS

8.1. CONTROVERSIAS

Todo lo no precisado en el presente documento será resuelto por la unidad formuladora y elevado como propuesta a la Alta Dirección del GORE y el Comité de Crisis que se conformara, para la decisión final.



IX.

GLOSARIO O CONCEPTOS DE REFERENCIA

Ayuda memoria. Texto donde se detallan aspectos precisos de un evento como son los objetivos, la propuesta del programa, los mensajes claves, entre otros.

Boletín institucional. Publicación impresa o digital periódica donde se dan a conocer obras y actividades institucionales del Gobierno Regional de Ica.

Ceremonia conmemorativa. Actividad que sirve para conmemorar una fecha festiva institucional como los aniversarios, las fechas cívicas, entre otras.

Ceremonias protocolares y oficiales. Actividad oficial donde se aplican las reglas de protocolo, la precedencia y la presentación de autoridades. Ocurre en fechas especiales como las Fiestas Patrias, la juramentación de autoridades, entre otras.

Comité de manejo de crisis. Grupo de trabajo conformado por funcionarios de la Alta Dirección para adoptar acciones respecto de una eventual crisis comunicativa que afecte la imagen institucional y/o la reputación de la entidad.

Efemérides. Calendario de fechas festivas y/o aniversarios institucionales los cuales se recuerda a través de *flyers* en las redes sociales de la entidad.

Fichas técnicas. Documento que contiene información precisa sobre un evento institucional y/o actividad. Allí se detallan los antecedentes, objetivos del evento, descripción del acto, la propuesta del programa, los mensajes claves, entre otros.





Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



Identidad corporativa. Conjunto de valores institucionales a través de los cuales se pone en práctica la misión y visión de la entidad.

Memoria anual institucional. Documento que contiene información sobre las obras y las demás acciones de gestión que realiza la entidad.

Monitoreo de medios. Conjunto de acciones que sirven para el registro de informaciones publicadas sobre la entidad en los medios de comunicación análogos y digitales.

Notas de prensa. Artículo informativo sobre un hecho de interés público que va acompañado de imágenes o videos. Para el caso del Gobierno Regional, las notas de prensa son de carácter institucional y van enumeradas de forma nominal.

Publicidad institucional. "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 impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias"¹.



Reputación. Prestigio, buena imagen y buen nombre que las entidades y la población en general tienen respecto a la entidad.

Revista institucional. Publicación impresa y/o digital de forma periódica que contiene información sobre las obras y las demás acciones de gestión institucional que realiza la Alta Dirección de la entidad y sus respectivas gerencias regionales.

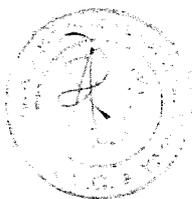


Spot publicitario. Piezas gráficas de diversos tamaños y colores que pueden ser también audiovisuales de corta duración, que presentan contenido relevante a cerca de hechos de interés público. Su uso es usual como parte de la estrategia publicitaria para las campañas de comunicación.

9.1. REFERENCIAS

Capriotti, P. (2021). *DircomMAP, Dirección estratégica de comunicación*. Barcelona, España: Bidireccional.

Garrido, F. (2008). *Comunicación de la estrategia*. Barcelona: Deusto.



¹ Definición conforme al artículo 1 de la Ley N° 31515, Ley que modifica la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.



Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



ANEXOS

ANEXO N.º 1.- PROPUESTA DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Finalidad.

En esta parte se precisa el motivo de la campaña publicitaria a realizar, la cual, debe ser motivada por el interés público de dar a conocer una política pública regional o una acción que se trabaja de acuerdo a los acuerdos o convenios suscritos por la entidad con otras entidades u organizaciones.

Justificación.

En esta parte se deberá detallar la justificación de la campaña publicitaria a realizar, debiendo mencionar obligatoriamente la relevancia de la actividad y quiénes serán los públicos beneficiados con las acciones o actividades que se promuevan.

Público objetivo.

La campaña publicitaria que se emprenda debe identificar específicamente a los públicos para los cuales están dirigidos los mensajes a publicar.

Duración de la campaña.

Es el tiempo que durará la campaña publicitaria, debiendo precisarse de forma obligatoria la fecha de inicio y la fecha de término de dicha campaña publicitaria.

Financiamiento.

Se debe señalar la parte presupuestaria y de dónde se asignarán los recursos ya sean de la partida de ordinarios o si se trata de la partida de los recursos directamente recaudados.

Evaluación de impacto y resultados.

PROYECTO DE PRESUPUESTO

ACTIVIDAD	FAUTA	MEDIDA	PRESUPUESTO
Se detalla el motivo de la campaña publicitaria	Televisión	Segundos	S/
	Radio	Segundos	S/
	Impresos	Módulos / columna	S/

JUSTIFICACIÓN TÉCNICA DE SELECCIÓN DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN

Cobertura.

De acuerdo al alcance del medio de comunicación.

Audiencia.

De acuerdo los ranking que se tienen en los estudios de mercado.

Precio.

Fijado por la libre oferta y demanda de cada medio de comunicación.



Gobierno Regional de Ica

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"



ANEXO N.º 2.- PLANIFICACIÓN COMUNICACIONAL ESTRATÉGICA DE PUBLICIDAD ESTATAL

Conforme al inciso g) del artículo 3.- Requisitos de la Ley N.º 31515, Ley que modifica la Ley 28874, Ley que regula la publicidad estatal; el siguiente es el esquema que debe contener necesariamente la planificación comunicacional estratégica de la publicidad estatal que vaya a contratar el Gobierno Regional de Ica:

NOMBRE DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA

Definición.

Descripción

División

Justificación de las acciones, actividades, campañas, programas, proyectos y otras necesidades comunicacionales a difundir

Pertinencia

Impacto social, económico y producto esperado

Definición y ubicación geográfica de la población o público objetivo

Marco legal acorde con las competencias y funciones de la entidad pública

