



RESOLUCIÓN DE LA DIRECCIÓN EJECUTIVA N° 209-2013

Lima, 18 DIC. 2013

VISTOS:

El Informe Legal N° 367-2013-OAJ; el Memorándum N° 40-2013/OPP, el Memorándum N° 136-2013/DE- OCOIM y el Informe Técnico N° 2-2013/OCOIM;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 28660, se determina la naturaleza jurídica de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN, como organismo público descentralizado adscrito al sector Economía y Finanzas, con personería jurídica, autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera, constituyéndose en pliego presupuestal;

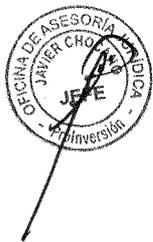
Que, mediante Informe N° 19-2013-OCI/PROINVERSIÓN, el Órgano de Control Institucional recomendó la elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria para el año 2013;

Que, mediante Resolución de la Dirección Ejecutiva N° 189-2013 del 31 de octubre del presente año, se aprobó el Plan de Estrategia Publicitaria correspondiente a los meses de noviembre y diciembre del año 2013;

Que, la Resolución Ministerial N° 083-2013-EF/10 aprobó el Reglamento de Organización y Funciones de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN, disponiéndose en el inciso c) del artículo 25°, que la Oficina de Planeamiento y Presupuesto evaluará permanentemente la estructura y funcionamiento de PROINVERSIÓN, incorporando los ajustes que fueran necesarios a través de instrumentos de gestión para el mejor cumplimiento de sus mandatos, incluyendo las acciones correspondientes a la desconcentración de sus funciones;

Que, el literal b) del artículo 13° del referido Reglamento regula las funciones de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, señalando entre otras, la de diseñar estrategias y campañas de comunicación promocionales y publicitarias;

Que, mediante Informe Técnico N° 2-2013/OCOIM, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional recomendó la aprobación de la Directiva que establece los Lineamientos para la Elaboración y Ejecución del Plan de Comunicaciones de esta Institución;



Que, en ese sentido, la Oficina de Planificación y Presupuesto ha manifestado su conformidad con el Proyecto de Directiva que establece los Lineamientos para la Elaboración y Ejecución del Plan de Comunicaciones de PROINVERSIÓN, elaborado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional;

Que, el inciso h) del artículo 9° del Reglamento de Organización y Funciones de PROINVERSIÓN, aprobado por Resolución Ministerial N° 083-2013-EF/10, establece entre las funciones del Director Ejecutivo, establecer las políticas de administración, personal, finanzas, contratación y relaciones institucionales;

Que, en ese sentido, el Director Ejecutivo es la más alta autoridad que ejerce funciones ejecutivas, de administración y de representación de PROINVERSIÓN, por lo que le corresponde aprobar la Directiva que establece los Lineamientos para la Elaboración y Ejecución del Plan de Comunicaciones de esta Institución;

En concordancia con lo dispuesto por el proyecto elaborado por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, la Resolución Ministerial N° 083-2013-EF/10, Reglamento de Organización y Funciones de PROINVERSIÓN, y la Directiva N° 005-2012-PROINVERSIÓN, Directiva que establece los "Lineamientos para la Elaboración, Aprobación, Modificación y Difusión de Directivas y Manuales de Procedimientos";

Con la conformidad de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y con las visaciones de la Oficina de Asesoría Jurídica y la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar la Directiva que establece los Lineamientos para la Elaboración y Ejecución del Plan de Comunicaciones de PROINVERSIÓN, que como anexo forma parte de la presente Resolución.

Artículo 2°.- La presente Directiva registrará a partir del día siguiente de su expedición.

Regístrese y Comuníquese.



JAVIER ILLESCAS MUCHA
Director Ejecutivo
PROINVERSIÓN





PERÚ

Ministerio
de Economía y Finanzas

Agencia de Promoción
de la Inversión Privada

Oficina de Planeamiento
y Presupuesto

“DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ”
“AÑO DE LA INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA”

DIRECTIVA N° 007-2013-PROINVERSIÓN

LINEAMIENTOS PARA LA ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE PROINVERSIÓN

I. OBJETIVO

Establecer las pautas para la elaboración del Plan de Comunicaciones así como su seguimiento y ejecución.

II. ALCANCE

La presente Directiva es de aplicación a todos los órganos de PROINVERSIÓN

III. RESPONSABILIDAD

3.1 De la Dirección Ejecutiva: Aprobar el Plan de Comunicaciones propuesto por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional.

3.2 De las Oficinas y Direcciones: Efectuar los envíos de reportes, planes, acuerdos, documentos, propuesta de campaña y todo tipo de información que les sea requerida por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional.

3.3 De la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional: Revisar el contenido de toda la información remitida y proceder con la elaboración, aprobación, ejecución y seguimiento del Plan de Comunicaciones.

IV. BASE LEGAL

- 4.1 Ley N° 28660, Ley que determina la naturaleza jurídica de la Agencia de Promoción de la Inversión Privada – PROINVERSIÓN.
- 4.2 Resolución Ministerial N° 083-2013-EF/10 que aprueba Reglamento de Organización y Funciones de PROINVERSIÓN.
- 4.3 Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.
- 4.4 Decreto Legislativo N° 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado, y su Reglamento aprobado por D.S 184-2008-EF.
- 4.5 Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.

V. CONSIDERACIONES GENERALES

5.1. Definiciones

- a) **Plan de Comunicaciones.-** Es un documento que recoge los objetivos, estrategias, plazos, recursos, actividades y acciones de comunicación, que se propone realizar para fortalecer la imagen de la institución mediante la comunicación de sus avances y logros de gestión a su público objetivo.



“DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ”
“AÑO DE LA INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA”

- b) **Actividades de Comunicación.**- Contiene las estrategias de prensa, relaciones públicas, eventos, protocolos, estrategias comunicacionales internas y, en general, acciones comunicacionales a ejecutarse durante el respectivo ejercicio.
- c) **Estrategia de Comunicación Digital.**- Contiene la estrategia a implementarse en medios digitales, organización y administración de la información a publicar en plataformas digitales, como redes sociales y canales de video.
- d) **Plan de Estrategia Publicitaria.**- Contiene la descripción y justificación de las campañas publicitarias que se realizarán durante el año, así como la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo, cobertura, duración e impacto que se busca lograr.
- e) **Productos Comunicacionales.**- Son aquellos documentos y piezas gráficas y/o audiovisuales producidas para comunicar mejor las funciones, proyectos y logros de la entidad a sus stakeholders.

5.2. Estructura del Plan de Comunicaciones

La estructura del Plan de Comunicaciones comprende los siguientes puntos:

- a) Introducción.
- b) Objetivo General y Objetivos Específicos.
- c) Análisis Contextual o Contexto
- d) Público Objetivo o Audiencias Claves.
- e) Mensajes Clave.
- f) Actividades de Comunicación Institucional
- g) Estrategia de Comunicación Digital.
- h) Plan de Estrategia Publicitaria.
- i) Cronograma de trabajo.
- j) Presupuesto.

5.3. Plazo de presentación y duración del Plan de Comunicaciones

5.3.1. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional someterá a aprobación el Plan de Comunicaciones, a la Dirección Ejecutiva, siendo el plazo máximo de presentación hasta la primera quincena de enero de cada ejercicio.

5.3.2. Las actividades, acciones y estrategias contempladas en el Plan de Comunicaciones tendrán una duración anual.

VI. PROCEDIMIENTO

6.1. Del Plan de Estrategia Publicitaria

- 6.1.1. Corresponde a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional elaborar, supervisar y hacer el seguimiento al Plan de Estrategia Publicitaria.



PERÚ

Ministerio
de Economía y Finanzas

Agencia de Promoción
de la Inversión Privada

Oficina de Planeamiento
y Presupuesto

“DECENIO DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL PERÚ”
“AÑO DE LA INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL Y LA SEGURIDAD ALIMENTARIA”

6.1.2. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional se encargará de la formulación del Plan de Estrategia Publicitaria para lo cual solicitará vía memorando a las unidades orgánicas la información pertinente dentro de los plazos que se establezcan en dicho documento, a fin de incluirse en este plan.

6.1.3. La estructura del Plan de Estrategia Publicitaria:

- I. Introducción
- II. Justificación
- III. Base Legal
- IV. Misión
- V. Lineamientos para autorización
- VI. Objetivo
- VII. Estrategia
- VIII. Campañas de difusión
- IX. Medios de Comunicación a utilizarse
- X. Presupuesto
- XI. Procedimiento Administrativo para la ejecución de las campañas
- XII. Responsabilidades

6.2. Sobre las Actividades de Comunicación, Estrategia de Comunicación Digital y Productos Comunicacionales

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional coordinará y realizará el seguimiento con las oficinas y direcciones de solicitudes de envíos de reportes, planes estratégicos, acuerdos, eventos, documentos, y todo tipo de información relacionada o que sirva de insumo para la estrategia y las actividades comunicacionales, que forman parte del Plan de Comunicaciones.

6.3. De la consolidación del Plan de Comunicaciones

6.3.1. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional recopilará todas las propuestas y elaborará el Plan de Comunicaciones, para presentarlo a la Dirección Ejecutiva para su posterior aprobación.

6.3.2. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional subsanará en un plazo de dos (2) días calendarios las observaciones que se presenten, después de dicho plazo solicitará la aprobación.

6.4. Seguimiento y Ejecución del Plan de Comunicaciones

6.4.1. Corresponde a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional la ejecución del Plan de Comunicaciones.

6.4.2. La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional determinará los mecanismos de control para el seguimiento de actividades a implementar y elaborará el informe de gestión, el cual presentará dentro de los primeros treinta (30) días del siguiente año.

