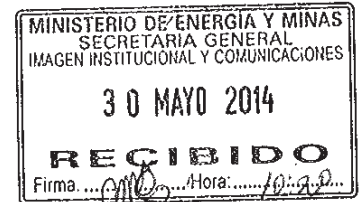


I-9649



MINISTERIO DE ENERGIA Y MINAS



Resolución Ministerial No. 249-2014-MEM/DM

Lima, 29 de mayo 2014

VISTO: El Informe N° 002-2014-MEM-SEG/IMA de 27 de mayo de 2014 de la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones del Ministerio de Energía y Minas, por el cual se remite el Plan de Estrategia Publicitaria de la entidad, como instrumento que permita proyectar una imagen de institución pública que promueve el desarrollo integral y sostenible de las actividades minero – energéticas.

CONSIDERANDO:

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, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, en el literal a) del artículo 3 de la norma referida en el considerando precedente, se establece que para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe cumplir, entre otros, con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, de acuerdo a lo establecido en los literales a), b), c) y e) del artículo 22 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas, aprobado mediante Decreto Supremo N° 031-2007-EM, la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones es la encargada de proponer a la Alta Dirección las políticas y estrategias de comunicación, protocolo y relaciones públicas del Ministerio, así como dirigir y desarrollar programas y actividades de comunicación interna y externa de acuerdo a las políticas establecidas por la Alta Dirección, informar a la opinión pública a través de los medios masivos y/o especializados sobre los objetivos, planes, programas y actividades oficiales del Ministerio, y proponer y desarrollar actividades de promoción y difusión de la imagen de la entidad;

De conformidad con el Decreto Ley N° 25962 - Ley Orgánica del Sector Energía y Minas, y a lo establecido en los literales a), h) y k) del artículo 9 del Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Energía y Minas, aprobado por Decreto Supremo N° 031-2007-EM;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Energía y Minas correspondiente al año 2014, que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución Ministerial.



Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones del Ministerio de Energía y Minas evalúe periódicamente la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria a que se refiere el artículo 1 de la presente Resolución Ministerial.

Artículo 3.- Deléguese en la Secretaría General del Ministerio de Energía y Minas, la facultad de aprobar las modificaciones que resulten necesarias al Plan de Estrategia Publicitaria del Ministerio de Energía y Minas correspondiente al año 2014.

Regístrese y comuníquese,



.....
ELEODORO MAYORGA ALBA
MINISTRO DE ENERGÍA Y MINAS





PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2014

Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones

I. INTRODUCCIÓN

La Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones del Ministerio de Energía y Minas es el órgano de apoyo de la Secretaría General, encargado de asesorar a la Alta Dirección en la formulación e implementación de estrategias de comunicación. Asimismo, es la responsable del seguimiento y análisis de la información emitida por los medios sobre temas de competencia de la institución. La Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones, además, se encarga de formular el Plan Estratégico Institucional de Publicidad y canaliza la publicidad requerida por las distintas direcciones generales cuyo alcance debe ser conocido en el ámbito nacional e internacional.

II. JUSTIFICACIÓN

Corresponde al Ministerio de Energía y Minas formular, en armonía con la política general y los planes del Gobierno, las políticas de alcance nacional en materia de electricidad, hidrocarburos y minería, supervisando y evaluando el cumplimiento de dichas medidas. Asimismo, lleva a cabo una política de promoción del desarrollo integral y sostenible de las actividades minero-energéticas, normando y/o supervisando, según sea el caso, el cumplimiento de las políticas de alcance nacional.

Para ello, es importante brindar información de los beneficios que los distintos proyectos de inversión minero-energéticos proveen a la población en su conjunto.

III. BASE LEGAL

- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Decreto Legislativo N° 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones del Estado, y su Reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 184-2008-EF y modificatorias.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Ley N° 30114 - Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2014.





PERU

Ministerio
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

IV. MISIÓN

Brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de las políticas de alcance nacional en materia de electricidad, hidrocarburos y minería que la institución desarrolle, con la finalidad de mantener informada a la población en general sobre las actividades a ejecutar, objetivos y alcances de las mismas.

V. LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN

- La publicidad será la necesaria y deberá contar con programación de gastos elaborada por la Oficina de Logística de la Oficina General de Administración, y constar en la partida correspondiente a gastos de publicidad.
- Para las campañas de difusión se podrá recurrir a los medios masivos convencionales (televisión, radio y prensa escrita), y/o no convencionales.
- Cuando se trate de publicaciones en medios escritos, estas podrán ser a color o blanco y negro.
- Quedan suspendidos los avisos (publicaciones o spots) de tipo protocolar y/o saludos institucionales.
- En los casos que la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones no cuente con presupuesto, o exceda al asignado, solicitará autorización a la Secretaría General para que, en coordinación con la Oficina General de Administración y la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, se asignen los recursos que sean necesarios para el cumplimiento de los fines del Plan de Estrategia Publicitaria.

VI. OBJETIVO

Contribuir a promover el rol promotor y el desarrollo sostenible del sector energía y minas.

VII. ESTRATEGIA

En el año 2014 se continuarán desarrollando importantes proyectos en el sector minero - energético que permitirán garantizar su crecimiento económico sostenido, y, en consecuencia, traer bienestar a todos los peruanos, y en especial a la población y familias más vulnerables.

En este contexto, el Ministerio de Energía y Minas tiene por finalidad promover la actividad minero – energética. Asimismo ejecutar el rol subsidiario del Estado en energía.





PERU

Ministerio
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

Todo ello implica dar a conocer las oportunidades de inversión del sector, así como los beneficios de sus proyectos y/o programas sociales, a través de campañas de difusión a nivel nacional.

VIII. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

Aunque no son las únicas, las principales campañas de difusión a realizarse el 2014 son:

1. Modernización de Refinería de Talara.
2. Gasoducto Sur Peruano.
3. Masificación del Gas.
4. Electrificación Rural.
5. Formalización Minera.
6. Uso Eficiente de la Energía.

Modernización de Refinería de Talara.- Campaña orientada a difundir los beneficios que representan para el país la ejecución del proyecto de Modernización de la Refinería de Talara, que busca afianzar la Seguridad Energética, crucial para la estabilidad económica y social del país.

Dicha campaña publicitaria se enmarca en la Ley N° 30130, Ley que declara de necesidad pública e interés nacional la prioritaria ejecución de la Modernización de la Refinería de Talara (PMRT), para asegurar la preservación de la calidad del aire y la salud pública, al contar con unidades de proceso de refinación de petróleo que reduzcan el contenido de azufre en los combustibles.

Dicha norma tiene como objetivo asegurar la preservación de la calidad del aire y la salud pública, a través de la construcción de nuevas instalaciones industriales, así como la modernización y ampliación de las instalaciones existentes en la Refinería de Talara, lo cual permitirá alcanzar los objetivos de la Política Energética Nacional 2010 – 2040.

Gasoducto Sur Peruano.- Esta campaña pretende propiciar una opinión pública informada respecto a la ejecución del Gasoducto Sur Peruano y los beneficios que traerá no solo al sur sino a todo el país.

La campaña se enmarca en la Ley N° 29970 que declara de interés nacional la implementación de medidas para el afianzamiento de la seguridad energética del país mediante la diversificación de las fuentes generadoras de energía, la reducción de la dependencia externa y la confiabilidad de la cadena de suministro de energía.



www.minem.gob.pe

Av. Las Artes Sur 260
San Borja, Lima 41, Perú
T: (511) 411 1100
Email: webmaster@minem.gob.pe



PERU

Ministerio
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

El Gasoducto Sur Peruano, permitirá consolidar la masificación del gas natural en la Macro Región Sur y el desarrollo industrial que necesita el país a través de la desconcentración de la generación de energía y la petroquímica.

Masificación del Gas.- Bajo el nombre de “Gas para todos”, esta campaña pretende difundir las ventajas del uso del gas en las diversas actividades económicas nacionales, pero principalmente vehicular y domiciliario. En este aspecto, se priorizará la información sobre los programas que ejecuta el MEM a través del FISE y Cocina Perú, para incluir a los peruanos en situación de pobreza en estos beneficios.

La campaña se enmarca en Ley N° 29852 que crea el Fondo de Inclusión Social Energético y precisa el objetivo, la obtención y fines de los recursos del FISE; en la cual se destaca la compensación social y promoción para el acceso al GLP de los sectores vulnerables, y las características y administración del fondo.

Esta campaña busca informar a la población en general que el cambio de matriz energética no es solo para la industria, comercio y vehículos, sino también para los hogares peruanos, lo que repercute en beneficio de su economía.

Electrificación Rural y Usos Productivos de la Electricidad.- Campaña que busca informar sobre los esfuerzos que ha emprendido el Gobierno Nacional para ampliar la frontera eléctrica y dotar de energía a las poblaciones rurales, aún incluso a las localidades más alejadas y en zonas limítrofes del territorio nacional.

La campaña incluirá información sobre el proyecto de instalación de medio millón de paneles solares que ha emprendido el Ministerio de Energía y Minas, así como los usos productivos de la electricidad, a fin de promover un uso proactivo de la energía en comunidades rurales electrificadas para contribuir en la obtención de beneficios adicionales (producción, negocios), mejorando la calidad de vida de sus pobladores.

La presente campaña se enmarca en la Resolución Ministerial N° 203-2013-EM/DM que aprobó el Plan de Acceso Universal a la Energía 2013-2022, el cual tiene como objetivo de brindar acceso a la electricidad y acceso a tecnologías/combustibles para la población de menores recursos.





PERU

Ministerio
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

La norma establece lineamientos mecanismos, proyectos, programas de masificación y metas para el cumplimiento de la provisión energía a los peruanos en situación de vulnerabilidad.

Formalización Minera.- Esta campaña busca reforzar el proceso de formalización de los mineros informales en todo el país e informar sobre la instalación de las ventanillas únicas en diferentes regiones, con el objetivo de agilizar y facilitar los trámites para aquellos que se acogieron al mencionado proceso.

La campaña se basa en el Decreto Supremo 029-2014-PCM, que aprobó la Estrategia de Saneamiento de la Pequeña Minería y de la Minería Artesanal, en la que incluye a las casi 70 mil personas (naturales y jurídicas) que firmaron su declaración de compromiso en el 2012, el primero de cinco pasos para la formalización.

Esta campaña busca informar a los mineros informales la necesidad de acogerse y continuar con los procesos de formalización para recibir apoyo del Estado en esta labor, así como proteger su salud por el uso de insumos químicos en las labores mineras, y desterrar la práctica de la minería ilegal que depreda el ambiente, causando daños irreversibles al ecosistema y al entorno de las zonas donde operan.

Uso Eficiente de la Energía.- Campaña informativa orientada a promover una cultura del uso eficiente de la energía, la misma que se enmarca en la Ley N° 27345 - Ley de Promoción del Uso Eficiente de la Energía, específicamente el artículo 2° que indica que: "El Ministerio de Energía y Minas es la autoridad competente del estado para la promoción del Uso Eficiente de la Energía, con atribuciones para: a) Promover la creación de una cultura orientada al empleo racional de los recursos energéticos para impulsar el desarrollo sostenible del país buscando un equilibrio entre la conservación del medio ambiente y el desarrollo económico."



En virtud a los lineamientos de inclusión social, es pertinente realizar la difusión de mensajes a fin de sensibilizar a la ciudadanía en el cuidado del uso de la energía eléctrica con la intención de compartir este valioso recurso con aquellas familias que aún no cuentan con el servicio. Asimismo, con los ahorros obtenidos no solo se logrará impulsar la universalidad del servicio, sino también el abastecimiento competitivo.

Finalmente, cabe mencionar que el presente Plan podría incorporar campañas adicionales que la coyuntura del sector requiera.

www.minem.gob.pe

Av. Las Artes Sur 260
San Borja, Lima 41, Perú
T: (511) 411 1100
Email: webmaster@minem.gob.pe



PERU

Ministerio
de Energía y Minas

SECRETARÍA (Gestión)

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

IX. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para la difusión de las campañas publicitarias a nivel nacional se emplearán preferentemente los medios impresos (diarios y revistas de circulación nacional), radioemisoras y televisión, en ese orden, en la medida que cubran los requerimientos de alcance al público objetivo al cual se quiere llegar con la publicidad.

En cuanto a las variables a tomar en cuenta para determinar los medios a contratar, tenemos:

- Público objetivo al que pretenden dirigirse los mensajes de las campañas de difusión, sobre cada tema y sub tema.
- Objetivos de la estrategia comunicacional del sector.
- Tiempos en los que se requiere hacer llegar la comunicación al público.
- Tiraje, distribución, ubicación y lectoría para el caso de los medios escritos.
- Rating y cobertura para el caso de radio y televisión.

Cabe señalar que estas variables se definirán a través de la selección de medios, según los alcances y características de cada campaña a difundir.

X. PRESUPUESTO

Para la ejecución de la campaña comunicacional de todo el año 2014, se requiere un presupuesto de S/. 6'000,000.00 (Seis Millones con 00/100 Nuevos Soles).

Dentro del presupuesto antes señalado, la cantidad a gastar en cada campaña se definirá en base a las características y la selección de medios de cada una de ellas.

En caso de aparecer temas de coyuntura ligados al sector, que requieran de una campaña de difusión, el presupuesto deberá ser redistribuido o aumentado si fuese necesario.

XI. PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS

- Contar con la disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas.





PERU

Ministerio
de Energía y Minas

Secretaría General

Oficina de Imagen Institucional
y Comunicaciones

- Informe Técnico del área usuaria.
- Opinión Técnica emitida por la Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones.
- Opinión Técnica emitida por la Oficina de Logística de la Oficina General de Administración.
- Contratación del Servicio de Publicidad, en concordancia a la normatividad vigente que rige para las Contrataciones del Estado y conforme a las exigencias de la Ley N° 28874, Ley de Publicidad Estatal.

XII. LIMITACIONES

- Las dependencias se abstendrán de realizar erogaciones de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la promoción de la imagen institucional, la comunicación de sus planes y programas.
- La entidad y sus dependencias no podrán erogar recursos presupuestarios en acciones proselitistas.



.....
Lic. JULISSA ASTE ALCANTARA
Directora (e)
Oficina de Imagen Institucional y Comunicaciones