



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Secretaría General

Oficina General de Comunicación Social

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

Lima, 03 de Marzo de 2015

OFICIO N° 006-2015-PCM/OGCS-DN

Señora
María Luisa Silva
Representante Residente
PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO
Presente.-

Asunto: Remito Reporte Final del Proyecto

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted a fin de remitir el Reporte Final del Proyecto 00064522-00081288 "Desarrollo e implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo" correspondiente al 2014.

Agradeciéndole la atención al presente, hago propicia la ocasión para expresar los sentimientos de mi mayor consideración.

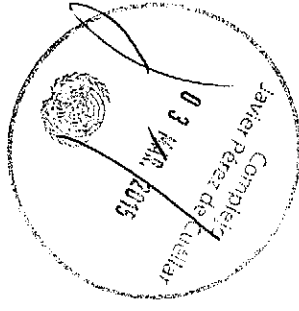
Atentamente,

Mg. BLANCA ROSALES VALENCIA
Directora Nacional Proyecto
"Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo"



REC. Y COMP. / UNDP LIMA - PERU
REG. N° 150106 RECEIVED 4 Marzo 2015

FILE CLASSIF.	ROUTER	ACTO	IMP	ROUTING	ACTION	INFO
	RR			OPER		
	SR			UAPP		
	FRM/LS/60/LV	✓		FIN		
	COMMUNIC			UDA		
	IPH			REPH		
	IMPSS			SERVADM		
				OTROS		





Annex IV

	Desarrollo e implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo
	BLANCA ROSALES VALENCIA
	00064522
	00081288
	La gobernabilidad es fortalecida por medio de la implementación de reformas al sistema político y al sistema electoral, y de la formulación e implementación de mecanismos para promover el diálogo y la gestión de conflictos
	Se han formulado estrategias de promoción de los derechos humanos y del diálogo social, se ha fortalecido la seguridad ciudadana, fomentado el diálogo y se han establecido mecanismos de gestión de conflictos
	Reformulación e implementación de la comunicación estratégica del Poder Ejecutivo, que contribuya a mejorar la cercanía entre el estado peruano y la población, bajo un enfoque de desarrollo humano y de género, basado en el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos de los sectores excluidos.
	Presidencia del Consejo de Ministros
	Prodoc
	información ingresada por el PNUD
	información ingresada por el PNUD
	información ingresada por el PNUD

Breve descripción del Proyecto

El presente proyecto se enmarca dentro del Programa "Fortalecimiento del Proceso de Descentralización y Modernización del Estado" y pretende la reformulación e implementación de la comunicación estratégica del Poder Ejecutivo, que contribuya a mejorar la cercanía entre el estado peruano y la población, bajo un enfoque de desarrollo humano y de género, basado en el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos de los sectores excluidos.

I) PRINCIPALES LOGROS DEL PROYECTO

Dentro de los logros cualitativos de la OGCS para el ejercicio 2014, se identifican 5 actividades:

Actividad 1: Estrategia de Comunicación General

- Se han realizado 31 reuniones de coordinación intersectorial con los directores de comunicación y/o comunicadores responsables de los ministerios para revisar y analizar sus agendas de comunicación sectorial.
- Se ha dado continuidad a la implementación de la plataforma de agendas interinstitucionales (SICARIS) formulada por la OGCS como medida sencilla y ágil para conocer las principales actividades del Ejecutivo.
- La coordinación intersectorial propiciada por la OGCS con los sectores ha permitido dar sugerencias de lineamientos de trabajo para desarrollar estrategias de gestión estratégica y de crisis en comunicaciones; así mismo se ha brindado apoyo en actividades en atención a las necesidades de difusión y posicionamiento de mensajes del Ejecutivo en medios comerciales y del Estado. Se ha brindado asesoría en temas de comunicación estratégica a los sectores Educación, Transportes y Comunicaciones, Energía y Minas, Producción, Salud y a la Procuraduría Anticorrupción.
- Con el objetivo de articular mejor el trabajo de comunicación de los ministerios, se ha participado en reuniones de coordinación en comunicaciones sobre temas específicos como la intervención del Estado en el VRAEM de PCM, la intervención del Estado en zonas alejadas a través de Tambos, así como ley laboral juvenil, obras de infraestructura, inclusión digital.
- Se ha articulado el trabajo de las oficinas de comunicación de los ministerios con el Instituto Nacional de Defensa Civil (Indeci) como acción preventiva frente a la eventualidad de algún fenómeno natural que se pueda presentar en el país.
- A nivel de institucionalización de la gestión estratégica de las comunicaciones del Estado, se han sostenido reuniones de trabajo con SERVIR para la institucionalización de un perfil del comunicador en las entidades del Estado.

Evidencias que sustenten dicho logro:

- Resolución Ministerial N° 305cv-2014-PCM que modifica el Plan de Estrategia Publicitaria "Perú Progreso para Todos"
- Cuadros semanales de actividades sectoriales y acciones de comunicación.
- Documento "Plan General de Comunicaciones del Gobierno Nacional 2014 - 2016", visado por la Premier.
- Agendas de reunión intersectorial y registro de actividades en la plataforma de agendas intersectoriales
- Documento "Plan General de Comunicaciones del Gobierno Nacional 2014 - 2016", visado por la Premier.
- Informes de reunión

Actividad 2: Desarrollo de campañas de comunicación

- De enero a marzo de 2014 se lanzó digitalmente la campaña “Perú Progreso para Todos”.
- En Enero y Febrero de 2014 se desarrolló la campaña “La Haya” con dos spots difundidos a través de los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita y vía pública.
- En Marzo de 2014 se desarrolló la campaña “El Metro 2” con un spot difundido a través de los siguientes medios: televisión, material digital – internet y prensa escrita.
- En Junio se desarrolló la Campaña de la Refinería de Talara (Televisión y Prensa)
- En Abril se desarrolló la Campaña del Nuevo Aeropuerto Chinchero – Cuzco (Prensa y Radio)
- En Junio se desarrolló en pauta el Spot Lucha contra la Minería ilegal (Televisión)
- En Junio se desarrolló la campaña de Logros 1 (Televisión y Radio)
- En Julio y Agosto de 2014 se desarrolló la campaña “Logros del Gobierno” en los siguientes medios: televisión, Radio y Prensa escrita.
- En Agosto de 2014 se desarrolló la campaña “Modernización de Infraestructura” a nivel nacional en los siguientes medios: televisión, radio y materiales impresos.
- En Setiembre y Octubre de 2014 se desarrolló la campaña “Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural” en los siguientes medios: televisión, radio y materiales impresos.
- En Noviembre y Diciembre de 2014 se desarrolló la campaña: “Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur” en los siguientes medios: televisión y radio
- En Noviembre y diciembre de 2014 se desarrolló la campaña: “Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra” en el siguiente medio: televisión.
- En Diciembre de 2014 se desarrolló la campaña “Nueva Ley de Empleo Juvenil” en los siguientes medios: televisión, radio, digital y materiales impresos (encartes).

Evidencias que sustenten dicho logro:

- Campañas realizadas

1	Campaña Fallo de La Haya	x	x			
2	Campaña marketing digital Perú Progreso para todos	x	x			
3	Campaña Metro 2			x		
4	Refinería de Talara					x
5	Nuevo Aeropuerto Chinchero - Cuzco				x	
6	Lucha contra la Minería ilegal					x
7	Campaña Logros.					X
8	Modernización de Infraestructura			x		
9	Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural				x	
10	Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur					x
11	Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra					x
12	Nueva Ley de Empleo Juvenil					x

Actividad 3: Estudios de Opinión Pública

- **Estudio cuantitativo nacional urbano rural (FEB 2014)- Resultados logrados**
Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma son los programas sociales más conocidos por la población y con mejor reconocimiento de sus beneficios, beneficiarios y objetivos. Esta percepción es alta en todas las regiones donde los programas están focalizados y en ejecución. En estos lugares la población califica a estos programas como “muy eficaces” o “eficaces” .
- **Estudio cualitativo (D-E) en Región Tacna- Resultados logrados**
Los programas sociales mejor posicionados son Pensión 65 y Beca 18. La población de niveles socioeconómicos más bajos tiene genuina preocupación por el correcto funcionamiento de los mismos, dado que benefician a sus familiares directos, conocidos o amigos.
- **Estudio cualitativo (E) en Región Junín - Distrito Pangoa Zona Vraem Resultados logrados**
Los programas sociales mejor posicionados son Juntos, Cuna Más y Beca 18. La población de niveles socioeconómicos más bajos tiene genuina preocupación por el correcto funcionamiento de los mismos, dado que benefician a sus familiares directos, conocidos o amigos. Además solicitan que los servicios y funcionamiento de los programas sociales se adapten a las necesidades de la zona en las que se aplican.
- **Estudio cuantitativo nacional urbano rural (AGO 2014)- Resultados logrados**
Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma se mantienen como los programas sociales más conocidos y muestran un aumento de conocimiento por parte de la población y con mejor reconocimiento de sus beneficios. Esta percepción es alta en todas las regiones donde los programas están focalizados y en ejecución. En estos lugares la población califica a estos programas como “muy eficaces” o “eficaces”.
- **Estudio cuantitativo nacional urbano rural (NOV 2014)- Resultados logrados**
Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma son los programas sociales más conocidos. Sin embargo se muestran un estancamiento en términos propios de aumentar el número de personas que conocen los programas sociales. Empero se ha mostrado un aumento de personas que conocen los programas sociales y que califican como “eficaces” y “muy eficaces” los programas sociales. Esta calificación positiva se mantiene constante y en aumento en los programas sociales más conocidos Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma.
- **Estudio cualitativo (18 A 24 AÑOS) en Lima - Resultados logrados**
El estudio recogió las percepciones de los jóvenes respecto a los beneficios laborales, su forma de empleo, las expectativas sobre el empleo juvenil en marco de la nueva ley del empleo juvenil. Se identificó que la capacitación era uno de los motivos que valoraban de la nueva ley. Así como expresaron preocupaciones respecto a temas de otros beneficios laborales. Esta información sirvió para la elaboración de una estrategia de campaña de comunicaciones.
- **Diseño y elaboración de TDR de estudio cualitativo nacional (6 regiones)**
- **Se realizó la primera convocatoria del proceso y se declaró desierta. Se encuentra en proceso la segunda convocatoria.**

Actividad 4: Gestión de la comunicación para el desarrollo y relacionamiento con stakeholders

- Se ha realizado la transcripción de las grabaciones de todos los foros.
- 975 actores sociales de cada región participaron activamente en los foros macroregionales, de los cuales más de un tercio corresponde al género femenino.
- Se coordinó con autoridades de los gobiernos regionales y/o locales para articular esfuerzos en la realización de los foros macroregionales realizados en las ciudades de **Abancay, Piura, Tacna, Pucallpa, Ayacucho, Iquitos y Lima.**
- Se cuentan con un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales. Este documento constituye la base para la edición de un libro que se corregirá y publicará entre el primer y segundo trimestre del año 2015.
- Se cuenta con una lista de comunicadores del Estado, la Sociedad Civil y la Academia que participarán de la red de comunicadores Hablemos Perú.
- A continuación colocamos una lista completa y detallada de los foros realizados.

Sede	Regiones	N° Participantes	Mes/ 2014
Foro Abancay	Apurímac-Cusco-Madre de Dios	113	15 y 16 de mayo
Foro Piura	Tumbes-Piura-Lambayeque-La Libertad	287	5 y 6 de junio
Foro Tacna	Arequipa-Moquegua-Tacna	152	3 y 4 de julio
Foro Pucallpa	Huánuco-Ucayali-San Martín	132	14 y 15 de agosto
Foro Ayacucho	Ayacucho-Junin-Pasco-Huancavelica	96	18 y 19 de septiembre
Foro Iquitos	Loreto	103	16 y 17 de octubre
Foro Lima Provincias	Ica-Lima-Ancash	92	26 y 27 de noviembre

Evidencias que sustenten dicho logro:

- Listas de registro de participantes a los foros.
- Videos que registran la participación de las autoridades en los dos eventos.
- Reportes técnicos de la realización de cada foro.
- Libro del Foro Hablemos

Actividad 5: Gestión de riesgo comunicativo

- El SIMAT está 100% implementado en la OGCS y se encuentra en pleno funcionamiento. Esto significa que opera como área de monitoreo de actores y temas para la gobernabilidad y genera, a partir de la data recopilada, reportes sobre presencia y favorabilidad mediática necesarios para el análisis de la coyuntura política y la toma de decisiones en el ámbito comunicacional.

- **REPORTES EXPRESS**

Desde el 7 de marzo se generan a diario reportes de presencia y favorabilidad mediática de coyuntura (reportes Express) basados en el monitoreo sistemático de un corpus de medios y programas representativo del paisaje mediático nacional.

Los reportes Express constituyen un insumo para la generación de mensajes y contenidos en la OGCS y los sectores involucrados y una herramienta para la toma de decisiones en situaciones de crisis (o próximas a crisis) tanto para los consultores senior de la OGCS como para los comunicadores y actores políticos de la PCM y los sectores involucrados.

- **REPORTES MINISTERIALES MENSUALES**

El 13 de marzo se concluyó la fase piloto para la elaboración de reportes mensuales ministeriales. La primera tanda de esto informes evaluó la performance de los tres últimos meses de gestión del gabinete Villanueva (lapso monitoreado 24/11 al 24/2).

A partir de abril, apenas asumiera el relevo el gabinete Cornejo, se ha comenzado a evaluar la performance mediática de los 18 ministerios cada mes.

Los reportes ministeriales mensuales contienen información sobre la presencia y favorabilidad mediática de cada uno de los sectores y sus titulares, hacen un análisis cualitativo de los principales temas de gestión de cada ministerio e identifican posibles amenazas y oportunidades para la comunicación del Ejecutivo.

Los reportes Express y los Reportes ministeriales se plantean como herramientas de gestión de la comunicación del gobierno en la medida en que constituyen un mecanismo de registro y control sobre la performance mediática de actores clave del Ejecutivo (comunicación sectorial y multisectorial). Además, los reportes del SIMAT permiten advertir oportunamente la formación de percepciones ciudadanas, e implementar acciones antes de que escalen a demandas y eventualmente a conflictos.

Evidencias que sustenten dicho logro:

- 188 Reportes Express (Reportes de favorabilidad mediática de coyuntura)
- 22 Reportes Especiales
- 18 Reportes de presencia y favorabilidad mediática de los ministerios correspondientes a abril, mayo, junio y julio.
- Desarrollo de planes de prensa y comunicación sectorial e intersectorial para la gestión de crisis en comunicación.

II) PERFORMANCE DEL PROYECTO

Indicar el grado de avance de las actividades programadas en el Prodoc en el primer semestre del presente año

Resultados	Reformulación e implementación de la comunicación estratégica del Poder Ejecutivo, que contribuya a mejorar la cercanía entre el estado peruano y la población, bajo un enfoque de desarrollo humano y de género, basado en el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos de los sectores excluidos.
Línea de base	<ul style="list-style-type: none"> • El nivel de conocimiento de los programas sociales es de 53-51% a diciembre 2011 (encuesta IMASEN, diciembre 2011) • La opinión favorable de los programas sociales es de 44-97% a diciembre de 2011 (encuesta IMASEN, diciembre 2011) • El estado cuenta con un Plan de Estrategia Publicitaria. • El estado cuenta con información dispersa para una efectiva política de comunicaciones • No hay una instancia de coordinación intersectorial en políticas de comunicación del estado.
Meta	<ul style="list-style-type: none"> • Se implementa un documento Plan de Gestión estratégica de comunicación y campañas sociales 2014. • Se han realizado 11 campañas de comunicación de tipo publicitaria, en redes sociales y en medios masivos de comunicación, una de tipo temática por trimestre y dos por cuestiones de coyuntura. • Se han realizado estudios cualitativos y cuantitativos para evaluar la percepción e impacto de las estrategias comunicativas y campañas sociales del gobierno, de acuerdo al siguiente detalle: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Al menos un Estudio cualitativo nacional ✓ Al menos un Estudio cuantitativo nacional ✓ Al menos un Estudio cuantitativo nacional urbano-rural • Al menos 800 actores regionales y nacionales participan activamente en los foros macroregionales y el foro nacional de los cuales al menos un tercio corresponde al género femenino. • Se coordina con autoridades de 05 gobiernos regionales y/o locales para articular esfuerzos en la realización de los foros macroregionales que contribuya al acercamiento del Estado a la población de los sectores más excluidos. • Se cuenta con un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales que aporte al conocimiento de los derechos que tienen los ciudadanos a la comunicación. • Se cuenta con el diseño de una red de comunicadores del Estado y Sociedad civil. • Se cuenta con un proceso de gestión de riesgo comunicativo para la orientación de la estrategia de comunicación social del poder ejecutivo. • Se ha iniciado la instalación e implementación de un (01) Sistema de Monitoreo de Actores y Temas de Gobernabilidad – SIMAT.
Indicadores	<ul style="list-style-type: none"> • Un documento Plan de Gestión estratégica de comunicación y campañas sociales 2014 • Número de campañas de comunicación social desarrolladas durante 2014 • Documentos de estudios de opinión pública –uno cualitativo y dos cuantitativos- para evaluar la comunicación social del poder ejecutivo. <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudio cualitativo nacional ✓ Estudio cuantitativo nacional ✓ Estudio cuantitativo nacional urbano-rural • Número de actores regionales y nacionales participan activamente en los foros macroregionales y el foro nacional. • Porción de participantes que corresponden al género femenino

- Número de autoridades de los gobiernos regionales y/o locales participaron en la realización de los foros macroregionales
- Documento de proceso de comunicación de foros macroregionales
- Documento de diseño y formación de la red de comunicadores.
- Número de tomadores de decisión del Poder Ejecutivo cuentan con insumos para la gestión de riesgo comunicativo.
- Número de reportes mensuales del monitoreo efectuado en base a información suministrada por el SIMAT y SICARIS.
- Reporte de avance de instalación del SIMAT

Mes	Indicador	% de logro al ser. Semestre 2013
<p>Se implementa un Plan Estratégico Comunicacional del Sistema de Informabilidad para la Gobernabilidad (SIGOB)</p> <p>Se implementa un Plan de Gestión estratégica de comunicación y campañas sociales 2014</p>	<p>Un documento Plan de Gestión estratégica de comunicación y campañas sociales 2014</p> <p>Un documento Plan Estratégico Comunicacional del Sistema de Informabilidad para la Gobernabilidad (SIGOB)</p>	<p>✓ Se han realizado 31 reuniones de coordinación con los directores de comunicación y/o comunicadores responsables de los ministerios para revisar y analizar sus agendas de comunicación sectorial.</p> <p>✓ Se han dado lineamientos de trabajo para desarrollar estrategias de gestión de crisis en comunicaciones, así como apoyo en actividades en atención a las necesidades de difusión y posicionamiento de mensajes del Ejecutivo en medios comerciales y del Estado.</p> <p>✓ Se ha dado continuidad a la implementación de la plataforma de agendas interinstitucionales (SICARIS) formulada por la OGCS como medida sencilla y ágil para conocer las principales actividades del Ejecutivo.</p>
<p>Se implementa un Plan de Gestión estratégica de comunicación y campañas sociales 2014</p>	<p>Un documento Plan Estratégico Comunicacional del Sistema de Informabilidad para la Gobernabilidad (SIGOB)</p>	<p>✓ La coordinación intersectorial propiciada por la OGCS con los sectores ha permitido dar sugerencias de lineamientos de trabajo para desarrollar estrategias de gestión estratégica y de crisis en comunicaciones; así mismo se ha brindado apoyo en actividades en atención a las necesidades de difusión y posicionamiento de mensajes del Ejecutivo en medios comerciales y del Estado. Se ha brindado asesoría en temas de comunicación estratégica a los sectores Educación, Transportes y Comunicaciones, Energía y Minas, Producción, Salud y a la Procuraduría Anticorrupción.</p>
		<p>✓ Con el objetivo de articular mejor el trabajo de comunicación de los ministerios, se ha participado en reuniones de coordinación en comunicaciones sobre temas específicos como la intervención del Estado en el VRAEM de PCM, la</p>

			<p>intervención del Estado en zonas alejadas a través de Tambos, así como ley laboral juvenil, obras de infraestructura, inclusión digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Se ha articulado el trabajo de las oficinas de comunicación de los ministerios con el Instituto Nacional de Defensa Civil (Indect) como acción preventiva frente a la eventualidad de algún fenómeno natural que se pueda presentar en el país. ✓ A nivel de institucionalización de la gestión estratégica de las comunicaciones del Estado, se han sostenido reuniones de trabajo con SERVIR para la institucionalización de un perfil del comunicador en las entidades del Estado. ✓ Se ha formulado un documento de trabajo denominado "Plan General de Comunicaciones del Gobierno Nacional 2014 - 2016" que ha sido compartido con los sectores para validación. ✓ Se ha desarrollado el plan de Estrategia Publicitaria "Perú, Progreso para Todos 2014" aprobado mediante Resolución Ministerial N° 114-2014-PCM y modificatorias.
--	--	--	---

Comentario

Actividad

Mes

Indicador

% de logro

<p>Se han realizado 11 de campañas de comunicación de tipo publicitaria, en redes sociales y en medios masivos de comunicación, una de tipo temática por trimestre y dos por cuestiones de coyuntura.</p>	<p>Número de campañas de comunicación social desarrolladas durante 2014</p>	<p>11 campañas de comunicación social</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ De enero a marzo de 2014 se lanzó digitalmente la campaña "Perú Progreso para Todos". ✓ En Enero y Febrero de 2014 se desarrolló la campaña "La Haya" con dos spots difundidos a través de los siguientes medios: televisión, radio, prensa escrita y vía pública. ✓ En Marzo de 2014 se desarrolló la campaña "El Metro 2" con un spot difundido a través de los siguientes medios: televisión, material digital - internet y prensa escrita. ✓ En Junio se desarrolló la Campaña de la Refinería de Talara (Televisión y Prensa) ✓ En Abril se desarrolló la Campaña del Nuevo Aeropuerto Chinchero - Cuzco (Prensa y Radio)
---	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> ✓ En Junio se desarrolló en pauta el Spot Lucha contra la Minería Ilegal (Televisión) ✓ En Junio se desarrolló la campaña de Logros 1 (Televisión y Radio) ✓ En Julio y Agosto de 2014 se desarrolló la campaña "Logros del Gobierno" en los siguientes medios: televisión, Radio y Prensa escrita. ✓ En Agosto de 2014 se desarrolló la campaña "Modernización de Infraestructura" a nivel nacional en los siguientes medios: televisión, radio y materiales impresos. ✓ En Setiembre y Octubre de 2014 se desarrolló la campaña "Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural" en los siguientes medios: televisión, radio y materiales impresos. ✓ En Noviembre y Diciembre de 2014 se desarrolló la campaña: "Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur" en los siguientes medios: televisión y radio ✓ En Noviembre y diciembre de 2014 se desarrolló la campaña: "Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra" en el siguiente medio: televisión. ✓ - En Diciembre de 2014 se desarrolló la campaña "Nueva Ley de Empleo Juvenil" en los siguientes medios: televisión, radio, digital y materiales impresos (encartes).
--	--	--	---

Comentarios

Actividad

Método

Instrumento

% de logro

<p>Se han realizado estudios cualitativos y cuantitativos para evaluar la percepción e impacto de las estrategias comunicativas y campañas sociales del gobierno, de acuerdo al siguiente detalle:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Al menos un Estudio cualitativo nacional ✓ Al menos un Estudio cuantitativo nacional ✓ Al menos un Estudio cuantitativo nacional urbano-rural 	<p>Documentos de estudios de opinión pública – uno cualitativo y dos cuantitativos- para evaluar la comunicación social del poder ejecutivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudio cualitativo nacional ✓ Estudio cuantitativo nacional ✓ Estudio cuantitativo nacional urbano-rural 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudio cuantitativo nacional urbano rural (FEB 2014)- Resultados logrados Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma son los programas sociales más conocidos por la población y con mejor reconocimiento de sus beneficios, beneficiarios y objetivos. Esta percepción es alta en todas las regiones donde los programas están focalizados y en ejecución. En estos lugares la población califica a estos programas como "muy eficaces" o "eficaces". ✓ Estudio cualitativo (D-E) en Región Tacna- Resultados logrados Los programas sociales mejor posicionados son Pensión 65 y Beca 18.
--	--	--

La población de niveles socioeconómicos más bajos tiene genuina preocupación por el correcto funcionamiento de los mismos, dado que benefician a sus familiares directos, conocidos o amigos.

✓ **Estudio cualitativo (E) en Región Junín - Distrito Pangoa Zona Vraem Resultados logrados**

Los programas sociales mejor posicionados son Juntos, Cuna Más y Beca 18. La población de niveles socioeconómicos más bajos tiene genuina preocupación por el correcto funcionamiento de los mismos, dado que benefician a sus familiares directos, conocidos o amigos. Además solicitan que los servicios y funcionamiento de los programas sociales se adapten a las necesidades de la zona en las que se aplican.

✓ **Estudio cuantitativo nacional urbano rural (AGO 2014)- Resultados logrados**

Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma se mantienen como los programas sociales más conocidos y muestran un aumento de conocimiento por parte de la población y con mejor reconocimiento de sus beneficios. Esta percepción es alta en todas las regiones donde los programas están focalizados y en ejecución. En estos lugares la población califica a estos programas como "muy eficaces" o "eficaces".

✓ **Estudio cuantitativo nacional urbano rural (NOV 2014)- Resultados logrados**

Se ha logrado medir el conocimiento e impacto de los programas sociales en la ciudadanía. Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma son los programas sociales más conocidos. Sin embargo se muestran un estancamiento en términos propios de aumentar el número de personas que conocen los programas sociales. Empero se ha mostrado un aumento de personas que conocen los

		<p>programas sociales y que califican como "eficaces" y "muy eficaces" los programas sociales. Esta calificación positiva se mantiene constante y en aumento en los programas sociales más conocidos Pensión 65, Beca 18, Cuna Más y Qaliwarma.</p> <p>✓ Estudio cualitativo (18 A 24 AÑOS) en Lima - Resultados logrados</p> <ul style="list-style-type: none"> - El estudio recogió las percepciones de los jóvenes respecto a los beneficios laborales, su forma de empleo, las expectativas sobre el empleo juvenil en marco de la nueva ley del empleo juvenil. Se identificó que la capacitación era uno de los motivos que valoraban la nueva ley. Así como expresaron preocupaciones respecto a temas de otros beneficios laborales. Esta información sirvió para la elaboración de una estrategia de campaña de comunicaciones. - Diseño y elaboración de TDR de estudio cualitativo nacional (6 regiones) - Se realizó la primera convocatoria del proceso y se declaró desierta. Se encuentra en proceso la segunda convocatoria.
--	--	--

Gobierno

Actividad

Meta

Indicador

% de logro

<p>Al menos 800 actores regionales y nacionales participan activamente en los foros macroregionales y el foro nacional de los cuales al menos un tercio corresponde al género femenino.</p> <p>Se coordina con autoridades de 05 gobiernos regionales y/o locales para articular</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de actores regionales y nacionales participan activamente en los foros macroregionales y el foro nacional. • Porción de participantes que corresponden al género femenino 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 975 actores sociales de cada región participaron activamente en los foros macroregionales, de los cuales más de un tercio corresponde al género femenino. ✓ Se coordinó con autoridades de los gobiernos regionales y/o locales para articular esfuerzos en la realización de los foros macroregionales realizados en las ciudades de Abancay, Piura, Tacna, Pucallpa, Ayacucho, Iquitos y Lima. ✓ Se cuentan con un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales. Este documento constituye la base para la
--	---	---

esfuerzos en la realización de los foros macroregionales que contribuya al acercamiento del Estado a la población de los sectores más excluidos.

Se cuenta con un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales que aporte al conocimiento de los derechos que tienen los ciudadanos a la comunicación.

Se cuenta con el diseño de una red de comunicadores del Estado y Sociedad civil.

Comentario

Actividad

Mej

Indicador

% de logro

• Número de autoridades de los gobiernos regionales y/o locales participaron en la realización de los foros macroregionales

• Documento de proceso de comunicación de foros macroregionales

• Documento de diseño y formación de la red de comunicadores..

edición de un libro que se corregirá y publicará entre el primer y segundo trimestre del año 2015.

✓ Se cuenta con una lista de comunicadores del Estado, la Sociedad Civil y la Academia que participarán de la red de comunicadores Hablamos Perú.

✓ A continuación colocamos una lista completa y detallada de los foros realizados.

Sede	Regiones	N° Participantes	Mes/ 2014
Foro Abancay	Apurímac-Cusco-Madre de Dios	113	15 y 16 de mayo
Foro Piura	Tumbes-Piura-Lambayeque-La Libertad	287	5 y 6 de junio
Foro Tacna	Arequipa-Moquegua-Tacna	152	3 y 4 de julio
Foro Pucallpa	Huánuco-Ucayali-San Martín	132	14 y 15 de agosto
Foro Ayacucho	Ayacucho-Junin-Pasco-Huancavelica	96	18 y 19 de septiembre
Foro Iquitos	Loreto	103	16 y 17 de octubre
Foro Lima Provincias	Ica-Lima-Ancash	92	26 y 27 de noviembre

Se cuenta con un proceso de gestión de riesgo comunicativo para la orientación de la estrategia de comunicación social del poder ejecutivo.

Se ha iniciado la instalación e implementación de un (01)

• Número de tomadores de decisión del Poder Ejecutivo cuentan con insumos para la gestión de riesgo comunicativo.

• Número de reportes

- El SIMAT está 100% implementado en la OGCS y se encuentra en pleno funcionamiento. Esto significa que opera como área de monitoreo de actores y temas para la gobernabilidad y genera, a partir de la data recopilada, reportes sobre presencia y favorabilidad mediática necesarios para el análisis de la coyuntura política y la toma de decisiones en el ámbito comunicacional.

- REPORTE EXPRESS

Desde el 7 de marzo se generan a diario reportes de presencia y favorabilidad

<p>Sistema de Monitoreo de Actores y Temas de Gobernabilidad – SIMAT.</p> <p>Se ha iniciado la instalación e implementación de un (01) Sistema de Comunicación de Alerta de Riesgo Social.</p>	<p>mensuales del monitoreo efectuado en base a información suministrada por el SIMAT y SICARIS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reporte de avance de instalación del SIMAT 	<p>mediática de coyuntura (reportes Express) basados en el monitoreo sistemático de un corpus de medios y programas representativo del paisaje mediático nacional. Los reportes Express constituyen un insumo para la generación de mensajes y contenidos en la OGCS y los sectores involucrados y una herramienta para la toma de decisiones en situaciones de crisis (o próximas a crisis) tanto para los consultores senior de la OGCS como para los comunicadores y actores políticos de la PCM y los sectores involucrados.</p> <p>- REPORTES MINISTERIALES MENSUALES</p> <p>El 13 de marzo se concluyó la fase piloto para la elaboración de reportes mensuales ministeriales. La primera tanda de esto informes evaluó la performance de los tres últimos meses de gestión del gabinete Villanueva (lapso monitoreado 24/11 al 24/2). A partir de abril, apenas asumiera el relevo el gabinete Cornejo, se ha comenzado a evaluar la performance mediática de los 18 ministerios cada mes.</p> <p>Los reportes ministeriales mensuales contienen información sobre la presencia y favorabilidad mediática de cada uno de los sectores y sus titulares, hacen un análisis cualitativo de los principales temas de gestión de cada ministerio e identifican posibles amenazas y oportunidades para la comunicación del Ejecutivo.</p> <p>Los reportes Express y los Reportes ministeriales se plantean como herramientas de gestión de la comunicación del gobierno en la medida en que constituyen un mecanismo de registro y control sobre la performance mediática de actores clave del Ejecutivo (comunicación sectorial y multisectorial). Además, los reportes del SIMAT permiten advertir oportunamente la formación de percepciones ciudadanas, e implementar acciones antes de que escalen a demandas y eventualmente a conflictos.</p>
--	--	--

100%	<p>01 documento</p> <p>Evidencias que sustentan dicho logro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Resolución Ministerial N° 114-2014-PCM y modificatorias del Plan de Estrategia Publicitaria "Perú Progreso para Todos" ✓ Cuadros semanales de actividades sectoriales y acciones de comunicación. ✓ Documento "Plan General de Comunicaciones del Gobierno Nacional 2014-2016", visado por la Premier. ✓ Agendas de reunión intersectorial y registro de actividades en la plataforma de agendas intersectoriales ✓ Documento "Plan General de Comunicaciones del Gobierno Nacional 2014-2016", visado por la Premier. ✓ Informes de reunión Registro de actividades en la plataforma SICARIS 	<p>Un documento de Plan de Gestión de comunicación y campañas sociales 2014: Se ha desarrollado el plan de Estrategia Publicitaria "Perú, Progreso para Todos 2014" aprobado mediante Resolución Ministerial N° 114-2014-PCM y modificatorias</p>	<p>Actividad 1: Estrategia de Comunicación General: Modernización de la comunicación Pública del Estado</p>																																																																																																																																												
100%	<p>11 campañas</p> <p>Evidencias que sustentan dicho logro:</p> <table border="1" data-bbox="824 514 1563 1354"> <tr> <td colspan="10" style="background-color: black; color: black;">[Redacted]</td> </tr> <tr> <td>Campaña Fallo de La Haya</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Campaña marketing digital Perú Progreso para todos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Campaña Metro 2</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Refinería de Talara</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> <tr> <td>Nuevo Aeropuerto Chinchero - Cuzco</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lucha contra la Minería ilegal</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Campaña Logros.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="10" style="background-color: black; color: black;">[Redacted]</td> </tr> <tr> <td>Modernización de Infraestructura</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Nueva Ley de Empleo Juvenil</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>X</td> </tr> </table>	[Redacted]										Campaña Fallo de La Haya					X					Campaña marketing digital Perú Progreso para todos				X						Campaña Metro 2					X					Refinería de Talara									X	Nuevo Aeropuerto Chinchero - Cuzco					X					Lucha contra la Minería ilegal								X		Campaña Logros.								X		[Redacted]										Modernización de Infraestructura					X					Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural				X						Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur							X			Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra						X				Nueva Ley de Empleo Juvenil									X	<p>Número de campañas de comunicación social desarrolladas durante 2014</p>	<p>Actividad 2: Desarrollo de Campañas de Comunicación</p>
[Redacted]																																																																																																																																															
Campaña Fallo de La Haya					X																																																																																																																																										
Campaña marketing digital Perú Progreso para todos				X																																																																																																																																											
Campaña Metro 2					X																																																																																																																																										
Refinería de Talara									X																																																																																																																																						
Nuevo Aeropuerto Chinchero - Cuzco					X																																																																																																																																										
Lucha contra la Minería ilegal								X																																																																																																																																							
Campaña Logros.								X																																																																																																																																							
[Redacted]																																																																																																																																															
Modernización de Infraestructura					X																																																																																																																																										
Logros de Fin de Año: Masificación del Gas Natural				X																																																																																																																																											
Logros de Fin de año: Noticiero Gasoducto Sur							X																																																																																																																																								
Logros de Fin de año: Noticiero Carretera Longitudinal de la Sierra						X																																																																																																																																									
Nueva Ley de Empleo Juvenil									X																																																																																																																																						
100%	<p>02 estudios</p> <p>Evidencias que sustentan dicho logro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formulación de los TdR para la implementación del "Estudio cuantitativo nacional. ✓ Documento de resultados obtenidos por el Estudio cuantitativo nacional - Resultados logrados ✓ Documento de resultados obtenidos por el Estudio (en sectores D-E) en la Región Tacna. ✓ Documento de resultados obtenidos por el Estudio cualitativo (E) en Región Junín - Distrito Pangoa Zona Vraem ✓ Documento de resultados obtenidos por el Estudio cuantitativo nacional urbano rural (AGO 2014) ✓ Documento de resultados obtenidos por el Estudio cuantitativo nacional urbano rural (NOV 2014) 	<p>Documentos de opinión pública - uno cualitativo y dos cuantitativos- para evaluar la comunicación social del poder ejecutivo.</p>	<p>Actividad 3: Estudios de Opinión Pública</p>																																																																																																																																												

100%	<p>-Se ha realizado la transcripción de las grabaciones de todos los foros.</p> <p>-975 actores sociales de cada región participaron activamente en los foros macroregionales, de los cuales más de un tercio corresponde al género femenino.</p> <p>-Se coordinó con autoridades de los gobiernos regionales y/o locales para articular esfuerzos en la realización de los foros macroregionales realizados en las ciudades de Abancay, Piura, Tacna, Pucallpa, Ayacucho, Iquitos y Lima.</p> <p>-Se cuentan con un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales. Este documento constituye la base para la edición de un libro que se corregirá y publicará entre el primer y segundo trimestre del año 2015.</p> <p>-Se cuenta con una lista de comunicadores del Estado, la Sociedad Civil y la Academia que participarán de la red de comunicadores Hablamos Perú.</p> <p>Evidencias que sustenten dicho logro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Documento de transcripción del Foro Hablamos 2013. ✓ Propuesta de Foro Hablamos 2014 (definición temática y programación) aprobada. ✓ Línea gráfica definida. ✓ Listas de registro de participantes a los foros. ✓ Videos que registran la participación de las autoridades en los dos eventos. ✓ Archivos digitales de la transcripción completa del foro. 	<ul style="list-style-type: none"> •Número de actores regionales y nacionales participan activamente en los foros macroregionales y el foro nacional. •Porción de participantes que corresponden al género femenino •Número de autoridades de los gobiernos regionales y/o locales participan en la realización de los foros macroregionales •Documento de proceso de comunicación de foros macroregionales • Documento de diseño y formación de la red de comunicadores. 	<p>Actividad 4: Desarrollo de Acciones de Comunicación Social Directa con Stakeholders</p> <p>-Foros Macro Regionales</p>
100%	<p>El SIMAT está 100% implementado en la OGCS y se encuentra en pleno funcionamiento. Esto significa que opera como área de monitoreo de actores y temas para la gobernabilidad y genera, a partir de la data recopilada, reportes sobre presencia y favorabilidad mediática necesarios para el análisis de la coyuntura política y la toma de decisiones en el ámbito comunicacional.</p> <p>Evidencias que sustenten dicho logro:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Reporte de instalación del SIMAT ✓ 188 Reportes Express (Reportes de favorabilidad mediática de coyuntura) ✓ 22 Reportes Especiales ✓ 18 Reportes de presencia y favorabilidad mediática de los ministerios correspondientes a abril, mayo, junio y julio. ✓ Desarrollo de planes de prensa y comunicación sectorial e intersectorial para la gestión de crisis en comunicación. 	<p>Reporte de avance de instalación del SIMAT</p> <p>Número de tomadores de decisión del Poder Ejecutivo cuentan con insumos para la gestión de riesgo comunicativo.</p> <p>Número de reportes mensuales del monitoreo efectuado en base a información suministrada por el SIMAT y SICARIS.</p>	<p>Actividad 5: Gestión de riesgo comunicativo</p>

II) PRINCIPALES PROBLEMAS Y OBSTACULOS EN LA IMPLEMENTACION

Describir los principales obstáculos experimentados durante la implementación. Incluir las medidas que han sido adoptadas para enfrentar las dificultades.

<p>La dinámica actual de comunicación del Estado no ofrece una estructura que permita una coordinación articulada de trabajo entre los diversos sectores del Estado, necesidad fundamental para una adecuada comunicación efectiva entre el Estado y la sociedad.</p> <p>Asimismo, no existen procesos de trabajo establecidos en documentos oficiales protocolares que permitan estandarizar la labor de comunicaciones en los diferentes sectores, además de indicadores que permitan medir la eficiencia y efectividad de las acciones de trabajo desarrolladas.</p> <p>La situación actual de las oficinas de comunicación a nivel nacional en el Estado se encuentra en una fase de desarrollo incipiente, se observa la falta de prevención de escenarios de riesgo comunicativo, los sectores no destinan recursos para investigación de públicos, necesidades y evaluaciones, no existe información sistematizada de espacios y medios de comunicación, Las estrategias de comunicación de los sectores se plantean bajo un enfoque difusionista salvo la experiencia de algunos ministerios que han contado con el apoyo técnico y/o económico de la Cooperación Internacional para el fortalecimiento organizacional.</p> <p>En este sentido, ante la falta de metodologías de evaluación y medición de la efectividad de la aplicación del modelo y de las estrategias de comunicación social, surge la necesidad de una nueva estructura y funciones, a través de unidad técnico normativa en materia de Comunicación Social que permita una coordinación multisectorial que mejore la gestión colectiva de comunicación entre los diversos ministerios que componen el Poder Ejecutivo.</p>	<p>Dado que la plataforma AGINTER no cumple con las condiciones básicas para su implementación, se ha decidido no implementarla. En su lugar, la plataforma SICARIS muestra importantes logros en materia de coordinación de actividades entre los sectores.</p> <p>Hacia finales del primer semestre está pendiente de ejecución una modificación en el sistema que permitirá hacer una mejor y más eficiente tratamiento de la data referente a actores emisores y referidos y el proceso que permitirá ponderar el impacto de los medios y programas que el SIMAT monitorea (según tiraje, lectoría y rating). La primera tarea pendiente está en manos del SIGOB, mientras que la segunda está planteada como acción conjunta del SIGOB y la OGCS</p>
<p>Actividad 1: Estrategia de Comunicación General</p> <p>En las reuniones de coordinación intersectorial se realizan sugerencias para la mejora de la comunicación y los procesos conjuntos; sin embargo no contamos con una estructura que permita liderar procesos efectivos. En muchas ocasiones, los acuerdos quedan como sugerencias no mandatorias que imposibilitan un buen flujo de la comunicación estratégica.</p> <p>Los sectores tienen poca costumbre de completar la agenda de sus actividades principales y hay poca iniciativa por parte de ellos de iniciar procesos conjuntos. Se insta fortalecer el trabajo bajo una mayor presencia y coordinación con altos</p>	

funcionarios y/o directivos de los sectores.

El documento Plan Estratégico Comunicacional del Sistema de Información para la Gobernabilidad (SIGOB), formulado por los consultores internacionales, ha presentado algunas deficiencias en su operativización por lo cual se determinó no implementarlo. En su lugar, se plantearon documentos de Planificación Estratégica que han servido como referencia para la definición y puesta en marcha de las intervenciones comunicativas.

Dado que la plataforma AGINTER no cumplía con las condiciones básicas para su implementación, se decidió no implementarla y por ello se ha mantenido el sistema de agendas formulado por la OGCS como mecanismo sencillo y ágil para coordinación de agendas sectoriales e intersectoriales.

Actividad 2: Desarrollo de campañas de comunicación

El desarrollo y pauta de las campañas se vio obstaculizada por los impedimentos que mostraba el Jurado Nacional de Elecciones (JNE) por motivos de contenido durante épocas electorales. Motivos que no se contraponían con posibles mensajes partidarios, sino, se decidía por su imposterabilidad o necesidad urgente de comunicar, lo que debilita una buena y tendida comunicación del Gobierno.

Actividad 5: Gestión de riesgo comunicativo

Los consultores del SIGOB - PNUD sólo ejecutaron parcialmente las modificaciones que requería el sistema para hacer un mejor y más eficiente tratamiento de la data referente a actores emisores y referidos.

La implementación plena del SIMAT y su funcionamiento se vieron retrasadas por fallos y vacíos del sistema mismo (en específico en las funcionalidades previstas para el registro de noticias y en el instrumentalario para generar reportes), por un lado; y por la necesidad de hacer modificaciones en el sistema de trabajo del equipo conformado en la OGCS para efectuar el monitoreo, por otro. La mayor parte de estos problemas iniciales se resolvieron.

Se consideró que no existían las condiciones necesarias para la implementación del Sistema de Acción Comunicacional (ACOM).

No existía un protocolo claro de gestión de las crisis en comunicación, hecho que fue corregido con una mejor gestión de los reportes SIMAT y su difusión con los sectores.

IV) LECCIONES APRENDIDAS*

Describir brevemente las lecciones aprendidas durante la vida del proyecto.

La Presidencia del Consejo de Ministros-PCM, a través de la Oficina General de Comunicación Social ha dado inicio al proceso de Reforma del Estado, impulsando el proceso de **Modernización de la Comunicación Pública del Estado**, a través del diseño de la nueva estructura de la Secretaría de Comunicación Social (Propuesta) con la visión de un organismo estatal rector en la gestión estratégica de la comunicación pública, cuyo posicionamiento y liderazgo contribuyan a garantizar la gobernabilidad del país y consolidar el sistema democrático e inclusivo en el Perú.

Actividad 1: Estrategia de Comunicación General

Se ha planteado reforzar el sistema de coordinación con los sectores, a partir de la incorporación de temas de planificación estratégica en las reuniones. Esta medida, permitirá evaluar de forma más eficiente la calidad de coordinación y entendimiento del rol de las comunicaciones estratégicas en el Ejecutivo.

Reforzar el uso de la plataforma SICARIS, y establecer directivas y/o lineamientos que permitan hacer sostenible la práctica de coordinación de actividades sectoriales e intersectoriales.

Actividad 2: Desarrollo de campañas de comunicación

Se mantendrá la misma estrategia de intervención. Desarrollo de campañas de comunicación, de acuerdo a temas prioritarios para la ciudadanía en concordancia con los servicios del Estado.

Actividad 3: Estudios de Opinión Pública

Para el segundo semestre se dará inicio al Estudio cuantitativo nacional.

Actividad 4: Gestión de la comunicación para el desarrollo y relacionamiento con stakeholders

Mantener como aliados estratégicos a las universidades públicas de cada región. Acción que le otorga al evento neutralidad política y valida su carácter formativo.

Asimismo, mantener a los participantes dentro del mismo recinto o en los alrededores de donde se desarrolla el foro, permite maximizar el tiempo. Es por ello que se mantendrá esta estrategia en el próximo semestre de trabajo.

Actividad 5: Gestión de riesgo comunitario

Además de los reportes Express y los Reportes ministeriales mensuales, y siempre y cuando lo permita su dotación de recursos humanos, el área SIMAT se plantea la elaboración de reportes especiales. Estos reportes se proponen estudiar temas o hechos clave para la acción de gobierno y que requieran de un análisis y tratamiento más profundo y reposado.

* Las lecciones aprendidas se refieren a aquellos aprendizajes, positivos y negativos, basados en la experiencia, relativos a formas de resolver problemas y/o maneras de llevar adelante actividades que puedan servir a otros actores en procesos similares. Las lecciones aprendidas del IFP podrán servir como insumo para las evaluaciones de proyecto, así como para compartir con los demás proyectos que se implementan en conjunto con el Gobierno.