



PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO
GOBIERNO DEL PERU

Título del Proyecto: **Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo**

No. Proyecto: 00064522
Project ID: 00081288

Año de Inicio: 2012
Año de Término: 2016

Financiamiento del Presupuesto (US\$)			
Donante (Donor)	Fuente de financiamiento (Fund)	2014	2015
PCM	30071 Programme Cost Sharing Gov	13,600,000.00	11,813,975.00
Total Presupuesto		13,600,000.00	11,813,975.00
Gasto acumulado al 31.12.2013		21,903,219.88	
Total Proyecto		47,317,194.88	

Asociado en la Implementación: Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)

Revision Type: Revisión General 11

Breve Descripción

El presente proyecto - ejecutado por la Presidencia del Consejo de Ministros -, se somete a revisión a fin de incorporar el presupuesto del 2015, según lo detallado en el Plan Anual de Trabajo del presente año.

Aprobado por:

Firma

Fecha

Nombre/Cargo



- 4 MAR. 2015

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

PNUD

Ana Jara Velásquez
PRESIDENTA DEL CONSEJO DE MINISTROS

María Luisa Silva
Coordinadora Residente PNUD a.i.
Representante Residente PNUD a.i.





Annual Work Plan

Peru - Lima

Project: 00064522
 Project Title: Estrategia de Comunicación Poder Ejecutivo
 Year: 2015

Report Date: 23/2/2015



Output	Key Activities	Timeframe		Responsible Party	Planned Budget				
		Start	End		Fund	Donor	Budget Descr	Amount US\$	
00081288 Comunicaciones Poder Ejecutivo	A1: Estrat. Comunicación Ger	30/1/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip	3,390.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72800	Information Technology Equipm	3,390.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72500	Supplies	8,815.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	75100	Facilities & Administration	17,520.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72200	Equipment and Furniture	6,781.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72100	Contractual Services-Companie	13,722.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	73200	Premises Alternations	5,146.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74100	Professional Services	3,431.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	73100	Rental & Maintenance-Premises	3,390.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	73400	Rental & Maint of Other Equip	412.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72300	Materials & Goods	1,356.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74200	Audio Visual&Print Prod Costs	29,160.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71600	Travel	18,787.00
	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	1,715.00			
	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71300	Local Consultants	338,496.00			
	A2: Desarr. Campañas Com	30/1/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72800	Information Technology Equipm	8,536.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71600	Travel	10,251.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	0.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72500	Supplies	343.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	75100	Facilities & Administration	412,337.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip	3,431.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72100	Contractual Services-Companie	24,014.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74200	Audio Visual&Print Prod Costs	9,917,694.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74100	Professional Services	3,431.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71300	Local Consultants	340,716.00
	A3: Estudios opinión pública	30/1/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71300	Local Consultants	54,567.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72100	Contractual Services-Companie	168,096.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	359.00



Annual Work Plan

Peru - Lima

Project: 00064522
 Project Title: Estrategia de Comunicación Poder Ejecutivo
 Year: 2015

Report Date: 23/2/2015

Output	Key Activities	Timeframe		Responsible Party	Planned Budget				
		Start	End		Fund	Donor	Budget Descr	Amount US\$	
	A3: Estudios opinión pública	30/1/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	75100	Facilities & Administration	9,078.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71600	Travel	3,933.00
	A4: Acc.Comunic.Dir.Stakeh	30/1/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	3,620.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72100	Contractual Services-Companies	42,640.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	75100	Facilities & Administration	10,903.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74200	Audio Visual&Print Prod Costs	15,357.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	74100	Professional Services	3,087.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip	3,087.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71300	Local Consultants	70,428.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71600	Travel	134,358.00
	A5:Gestión riesgo comunica	31/10/2012	31/12/2012	PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	71300	Local Consultants	112,623.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	72800	Information Technology Equipm	1,029.00
				PER-PRESIDENCIA CONSEJO M	30071	PCM	75100	Facilities & Administration	4,546.00
	TOTAL								11,813,975.00
	GRAND TOTAL								11,813,975.00



PLAN DE TRABAJO 2015
PROYECTO 00064522-00081288 "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de
Comunicaciones del Poder Ejecutivo"

1. **Antecedentes**

En el año 2014 se suscribe el Documento de Proyecto "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo", ejecutado por la Presidencia del Consejo de Ministros.

El proyecto tiene como resultado esperado el diseño 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.

Para la mejora de la relación entre el Estado y la población es fundamental informar de manera transparente los avances y logros en materia de inclusión social, así como el desarrollo de programas de carácter social, económico y productivo en su beneficio. Se considera de particular interés, valiéndonos en el enfoque de desarrollo humano, promover las capacidades y fomentar oportunidades para la ampliación de las libertades individuales y colectivas de la nación mediante la comunicación social que se imparten en las campañas estratégicas.

En ese sentido, los estudios de opinión pública permiten tener una medición constante de la efectividad de la comunicación social, el conocimiento y la valoración de los servicios y beneficios que ofrece el Estado en su labor de proveer de las condiciones para el desarrollo de los ciudadanos de estratos sociales vulnerables, de grupos representativos como la mujeres y grupos etarios.

Como parte del proyecto, en los años anteriores se ha promovido la capacitación en materia de inclusión social y política de comunicadores del Estado y de la sociedad civil con los cuales se ha iniciado un proceso de formación de una red de comunicadores a nivel nacional con el fin de establecer agendas de diálogo representativas del desarrollo nacional.

Finalmente, los principales logros alcanzados en el 2014 han sido los siguientes:



Estrategia de comunicación general

- Un documento de estrategia de comunicación y campañas 2014.
- Formulación e implementación de un Plan de Estrategia Publicitaria Institucional "Perú: progreso para todos 2014", visado por la Premier.
- Implementación de una plataforma de agendas intersectoriales, como medida sencilla y ágil para conocer y coordinar las principales actividades del Ejecutivo.
- 15 reuniones de coordinación intersectorial, con la participación sostenida de 18 sectores, 03 OPD's y 02 empresas públicas.
- 08 Reuniones de coordinación multisectorial en temas específicos, para el apoyo en la formulación e implementación de actividades y planes estratégicos.
- Se han sostenido reuniones de coordinación con SERVIR para la institucionalización de un perfil del comunicador en las entidades
- Formulación de planes de prensa y comunicación intersectorial para la gestión de crisis en perfil del comunicador en las entidades



- Desarrollo de campañas de comunicación**
- 11 campañas de información implementadas

Estudios de opinión pública

- 02 estudios de investigación cuantitativa sobre opinión pública implementados.
- 01 estudio de investigación cualitativa sobre opinión pública implementado.

Gestión de la comunicación para el desarrollo y relacionamiento con stakeholders

- 07 foros macro-regionales y un (01) foro nacional con comunicadores del estado y la sociedad civil realizados.
- 1500 actores regionales y nacionales del Estado y la sociedad civil participaron en los foros "Hablemos Perú".
- Un documento que recoge el proceso de comunicación llevado a cabo durante los foros macroregionales que aporta al debate sobre las políticas de comunicación del estado.
- Conformación de una red de comunicadores ciudadanos "Hablemos Perú"; como mecanismo de fortalecimiento de la ciudadanía social y política, necesaria en un sistema democrático.

Análisis del entorno mediático para la Comunicación estratégica y la Gestión de riesgo comunicacional

- Implementación del 100% del Sistema de Monitoreo de Actores y Temas de Gobernabilidad.
- Formulación de reportes SIMAT especiales (para la toma de decisiones de gobierno) y reportes SIMAT express (para la gestión de riesgo comunicativo en medios tradicionales).

Se debe agregar en esta materia, que se ha cumplido el segundo año de utilización del SIMAT, software que ha sido otorgado por el PNUD de manera gratuita y, de acuerdo a un estudio de mercado por una empresa externa donde se calcula un precio de mercado para los softwares ofrecidos por el Programa SIGOB, en el caso del SIMAT, el precio de mercado del software oscila entre US\$ 448,962 y US\$ 575,701.

A efectos de colocar el aporte del PNUD en lo que respecta a este software, se ha calculado un promedio de esta estimación, es decir US\$ 512,331.50.

Plan de Trabajo

Dados los logros alcanzados en el 2014, se espera en 2015, fortalecer la institucionalidad de la gobernabilidad democrática a través de la implementación de la estrategia de comunicación del Poder Ejecutivo a nivel nacional que permitirá dar a conocer los programas de carácter general, económico y productivo que impulsa el Estado valiéndose del derecho a la información y la comunicación de los peruanos y peruanas

Partir del mes de enero hasta el 31 de diciembre del 2015, se prevé realizar actividades de comunicación estratégica en general, de campañas sociales de comunicación, de medición del impacto de las acciones de comunicación, de gestión de la comunicación para el desarrollo y de riesgo comunicativo en medios tradicionales.

Asimismo, en el marco del Proyecto se prevé fortalecer la formulación e implementación de

las actividades de comunicación social en el Ejecutivo que permitan optimizar la gestión de las



comunicaciones en el sector público.

III. Metas a alcanzar

En el marco del seguimiento de las actividades del proyecto con miras al cumplimiento de los resultados y las metas planteadas para el presente año, se ha considerado realizar algunas modificaciones respecto a las metas planteadas el año anterior, incluyendo aquellas derivadas de los logros no programados.

El proyecto busca principalmente el acercamiento del Estado a la ciudadanía y dar a conocer programas de carácter social, económico y productivo que impulsa el Estado, evaluando las expectativas ciudadanas sobre el conocimiento de los mismos así como los resultados de las campañas que buscan ampliar este conocimiento.

Dentro de las acciones referidas a los documentos de gestión e instrumentos para la implementación de la estrategia de comunicación general, se plantea la formulación y puesta a marcha del documento de estrategia 2015 y la implementación del Plan de Estrategia Social 2015 y las acciones previstas de implementación, coordinación intersectorial y gestión administrativa dentro de la actividad.

Así mismo, dentro de las acciones relacionadas con la realización de estudios de investigación sobre la opinión pública, se ha planteado la realización de dos estudios cuantitativos de carácter nacionales que servirán para evaluar las acciones de comunicación realizadas uno a nivel nacional y otro estudio cuantitativo nacional urbano – rural que permita mapear el nivel de conocimiento de los programas sociales.

Dados los logros alcanzados a raíz de la implementación de los Foros de Comunicación “Hablemos Perú”, como de la conformación de la red de comunicadores ciudadanos, para este año se plantea consolidar dicha red a fin que se instituya una práctica de comunicación ciudadana respecto a temas de interés nacional, bajo un enfoque de desarrollo humano y género basado en el ejercicio pleno de los derechos de los sectores excluidos, entre otras actividades.

Dentro de la línea de actividades orientada a la gestión de riesgo comunicativo, se seguirá realizando los informes del Sistema de Monitoreo de Actores y Temas de Gobernabilidad – SMAT como instrumentos para la toma de decisiones y el planteamiento de planes de prensa y/o medios tradicionales.

En base a lo expuesto, se presenta a continuación el Plan de Trabajo 2015:

Actividad 1.

Estrategia de Comunicación General

Esta actividad está dirigida a la formulación e implementación de la estrategia de comunicación del ejecutivo, considerando las acciones de coordinación intersectorial en los temas de relevancia nacional. Además, contribuye a la implementación administrativa de dicha estrategia general de comunicaciones del proyecto que soporta todas las actividades del presente proyecto. Se incluye en éste los recursos humanos y logísticos

necesarios para la implementación del día a día de las actividades programadas en el marco del proyecto.

Esta actividad también servirá como apoyo de gestión a las demás actividades del proyecto y en ella se incluyen a los productos de consultorías locales para productos específicos así como las acciones de coordinación del proyecto y articulación con los demás sectores, que implicarán algunos insumos y servicios necesarios para la óptima ejecución del proyecto. Servicios de asesoría y/o auditoría también son considerados, así como viáticos, materiales y bienes cuando se requieran acciones de comunicación al Interior del país, equipo de tecnologías de la información, misceláneos, entre otros.

Se continuará con la realización de las reuniones de coordinación intersectorial a fin de fortalecer las acciones comunicacionales del gobierno en sus diferentes instancias, potenciando los mensajes sectoriales e intersectoriales, así como contribuyendo a la optimización de uso de los canales y medios de comunicación cuando sea necesario. Así mismo, como mecanismo de apoyo, se continuará con la puesta en marcha del Sistema de coordinación de agendas sectoriales (ACARIS) de modo sencillo y ágil para registrar los principales eventos comunicacionales de su sector para que luego sean consolidados en un registro integrado de actividades que permita visualizar las sinergias de la acción comunicacional del Gobierno.

Metas:

- Incrementar el nivel de conocimiento de los programas sociales en 3% respecto al año 2014.
- 6 estrategias de comunicación carácter multi y/o intersectorial sobre los programas de mayor relevancia social, económica y productiva, formuladas e implementadas en el año.

Acciones:

- 1. Revisión, gestión y optimización de las acciones y los procesos de comunicación Institucional, estratégica y de gestión de crisis en el Poder Ejecutivo.
- 2. Reuniones de coordinación intersectorial de la comunicación en el Ejecutivo con directores de Comunicación de los ministerios y organismos públicos descentralizados.
- 1.3. Reuniones de coordinación para la gestión de comunicaciones de gobierno para temas específicos.
- 1.4. Gestión administrativa del proyecto.

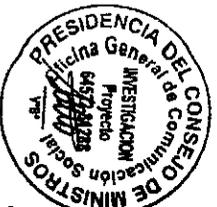
Indicadores:

- Porcentaje de aumento del conocimiento de los programas sociales
- N° de estrategias de comunicación carácter multi y/o intersectorial sobre los programas de mayor relevancia social, económica y productiva, formuladas e implementadas en el año.

Actividad 2.

Desarrollo de campañas de comunicación

En esta actividad se vincularán los estudios o consultorías específicas para la





implementación de campañas de comunicación de acuerdo a las necesidades de información de la ciudadanía así como los temas estratégicos planteados en los documentos marco. Contempla la realización de acciones de comunicación a través de elementos publicitarios y de promoción, con medios de comunicación tradicionales y no tradicionales. Se prevé que estas acciones de comunicación, además de informar a la población sobre sus derechos para acceder a diferentes productos y servicios de carácter social, económico y productivo, así como programas sociales fortalecerán la gobernabilidad democrática y el empoderamiento de ciudadanas y ciudadanos.



Por ello, se han planteado 6 campañas de información a lo largo del año; cuya implementación se concentrará en el primer semestre. Las campañas a desarrollar tienen por objetivo difundir de manera transparente los avances y el cumplimiento de los logros en materia de inclusión social, con especial énfasis en los programas de carácter educativo, económico y productivo que impulsa el Estado; así como los beneficios colectivos derivados de los mismos, bajo un enfoque de desarrollo humano y de género, basado en el ejercicio pleno de los derechos ciudadanos de los sectores excluidos y más vulnerables de la población. Por tanto la estrategia publicitaria estará enfocada en realzar las capacidades y oportunidades obtenidas como impulso para el desarrollo de las poblaciones históricamente excluidas; el enfoque de género se incorporará con la presencia de perfiles femeninos y jóvenes dentro de las campañas publicitarias.



Es imprescindible que el Estado comunique a la población objetivo los alcances de sus decisiones y los logros alcanzados en respuesta a las demandas ciudadanas, principalmente, considerando algunas poblaciones en situación de vulnerabilidad.

Metas:

- Población a nivel nacional, con énfasis en los sectores C, D y E, conocen o han escuchado sobre alguna de las campañas de comunicación implementada por el proyecto.



Acciones:

- Acción 2.1. Formulación de Plan de Estrategia Publicitaria 2015
- Acción 2.2. Diseño e implementación de campañas publicitarias en medios tradicionales
- Acción 2.3. Diseño e implementación de campañas y/o acciones de prensa.
- Acción 2.4. Diseño, coordinación e implementación de campaña y/o acciones en medios no tradicionales.
- Acción 2.5. Diseño, coordinación e Implementación de campañas y/o acciones de comunicación en redes sociales.
- Acción 2.6. Gestión de procesos comunicativos para seleccionar, producir y distribuir el contenido de la acción comunicacional a los medios de comunicación y otros espacios.
- Acción 2.7. Evaluación del impacto del mensaje en los medios de comunicación.



Indicadores:

% de la población a nivel nacional, con énfasis en los sectores C, D y E, que conoce o ha escuchado sobre alguna de las campañas de información implementadas.



Actividad 3.



- Estudios de opinión pública

Corresponde a los estudios de investigación y análisis de opinión pública cuantitativos y cualitativos que servirán de base para la implementación de acciones de comunicación dirigida a públicos específicos de la ciudadanía a nivel nacional. Se considerará en las mismas el conocimiento sobre el nivel de conocimiento de los programas del gobierno, así como de las campañas de información.



En ese sentido los estudios de opinión pública cuantitativos permiten tener una medición constante de eficacia, conocimiento y valoración de los programas sociales así como de otros servicios y/o beneficios sociales que buscan acercar el Estado a los ciudadanos de estratos sociales D y E, así como de grupos representativos como la mujeres, el ámbito rural, como grupos étnicos. En ese sentido, los estudios desagregarán la información por sexo, zona geográfica, grupos étnicos, entre otros criterios. Los estudios cualitativos sirven para obtener las percepciones y conocimientos subjetivos de los grupos sociales D y E, así como de beneficiarios directos de los programas sociales.



Meta:

- 01 Estudio cuantitativo nacional: El estudio tendrá como objetivo medir el conocimiento, valoración y percepción de eficacia de la población respecto de los programas sociales, así como de otros temas sociales, económicos y política de comunicación como parte de la estrategia de comunicación del Poder Ejecutivo.



01 Estudio cuantitativo nacional urbano-rural: El Estudio tomará como muestra todas las regiones del país en los dos ámbitos urbano y rural donde se medirá además de los programas sociales, las campañas de comunicación realizadas, así como los temas sociales, económicos y de política de comunicación como parte del trabajo de la estrategia de comunicación.

- 02 estudios cualitativos: Se realizarán en zonas específicas puntuales se realizaran de acuerdo a la necesidad de obtener percepciones y conocimientos cualitativos en torno a los programas sociales.



Acciones:

Acción 3.1. Diseño y coordinación de estudio cuantitativo de investigación de mercados de alcance nacional.

Acción 3.2. Diseño y coordinación de estudio cuantitativo de investigación de mercados de alcance nacional urbano-rural.

Acción 3.2. Diseño, coordinación e implementación de los estudios cualitativos de carácter específico



Indicadores:

Nº de documentos de estudios de opinión pública cuantitativos realizados de acuerdo a los criterios establecidos (género, geográfico, etc)

Nº de informes de estudios de carácter cualitativo sobre temas específicos relacionados a los programas sociales



Actividad 4.

- **Gestión de la comunicación para el desarrollo y relacionamiento con stakeholders**

El objetivo general de esta actividad es promover el fortalecimiento de los sectores del Estado peruano con la sociedad civil en torno a la ciudadanía y desarrollo sostenible bajo un enfoque intercultural; aportando a la construcción de gobernabilidad e institucionalidad democrática en el país.

Se cumplirá dicho objetivo a través de la generación y promoción del debate ciudadano que se genera en cada foro. Este debate se promueve en relación con temáticas de interés nacional y las políticas públicas de comunicación. La realización de cada foro en las diversas regiones del Perú, se convierte en el espacio ideal para que los comunicadores convocados sean parte principal de este debate. Las convocatorias se realizarán por primera vez en un esfuerzo conjunto entre la OGCS y los Delegados de cada región.

Asimismo, a partir del debate ciudadano se conformó en el año 2014 la red de comunicadores sociales “Hablemos Perú”, la cual podrá empoderar a los delegados del foro de cada región con la finalidad de hacer auto sostenible el foro y generar capacidades técnicas a través de la creación de productos comunicacionales con enfoque ciudadano. En el año 2015 se iniciará formalmente el trabajo para la consolidación de esta red ciudadana de comunicación social, la Red Hablemos Perú, fortaleciendo los espacios de diálogo, articulación y aprendizaje que se han ido construyendo durante los años 2012, 2013 y 2014.

En estas sesiones de intercambio se impulsará la igualdad de género con la inclusión de un mínimo de 30% de participantes de sexo femenino y se incluirá en las exposiciones la participación de personal técnico especializado del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP), así como sus correspondientes temáticas. Con el fin de brindarle un enfoque autosostenible a la Red, se asistirá en la construcción de alianzas para la capacitación básica de los comunicadores desde diversas plataformas mediáticas, apuntalando la inclusión y el desarrollo social.

Finalmente, como herramienta para la gestión del conocimiento, se producirá un libro histórico-interpretativo del foro Hablemos Perú, con el aporte y colaboración de las diversas personalidades que han participado desde el año 2012 al presente.

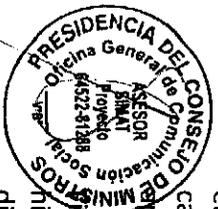
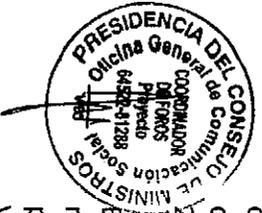
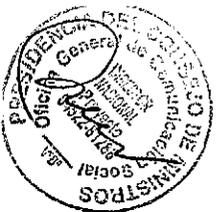
Metas:

- 800 actores regionales y nacionales participen en los foros realizados a nivel nacional, reflexionando y debatiendo activamente en relación con el desarrollo sostenible bajo un enfoque ciudadano, intercultural e inclusivo, con 30% de participación mínima del sexo femenino y se tratan al menos un tema de género por foro.

- Acciones conjuntas emprendidas por la red Hablemos Perú en el marco de las agendas temáticas mínimas.

- Acciones conjuntas emprendidas por los sectores del Estado y la red Hablemos Perú, en el marco de las agendas temáticas mínimas.

- Consolidación de la red “Hablemos Perú” a través foros de comunicación con enfoque ciudadano e inclusivo.



- Sistematización de los foros en un documento, donde se resaltan los principales temas de interés de quienes han participado.

Acciones:

Acción 4.1. Se desarrollan 10 foros micro regionales y locales y 01 foro nacional, que presentan las siguientes características.
Temática general: Red, ciudadanía y medio ambiente.

Tópicos:

1. Trabajo en red.
2. Ciudadanía y democracia.
3. Enfoque de género y temas prioritarios.
4. Mitigación y adaptación al cambio climático.
5. Comunicación intercultural.
6. Adquisición de habilidades laborales y empoderamiento digital.
7. Voces múltiples, las radios comunitarias.



Acción 4.2. Consolidación de la Red Hablemos Perú y la elaboración de la plataforma virtual.

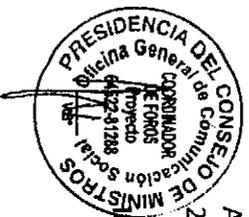
Acción 4.3. Producción y sistematización de la información recogida de los foros. Registro

en audio y video los foros y su transcripción completa.

Acción 4.4. Edición y coordinación general para la publicación del Libro Hablemos Perú 2015.

Indicadores:

- Número de comunicadores, periodistas y especialistas participantes y capacitados en los foros. 30% de participación mínima del género femenino.
- Número de acciones conjuntas emprendidas por los sectores del Estado y la red Hablemos Perú, en el marco de las agendas temáticas mínimas.
- Número de integrantes de la red Hablemos Perú.
- Número de foros realizados bajo un enfoque ciudadano e inclusivo.
- Plataforma virtual de la Red Hablemos Perú puesta *en línea* y funcionando.
- Libro Hablemos Perú 2015 publicado.

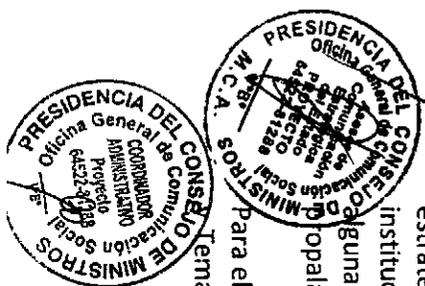


Actividad 5.

Análisis del entorno mediático para la Comunicación estratégica y la Gestión de Riesgo comunicacional

Esta actividad contempla el monitoreo y análisis de los medios de comunicación adicionales como insumo indispensable para el despliegue de acción comunicacional estratégica de la OGCS y sectores clave para la acción de gobierno. Además apunta a la institucionalización de un proceso de gestión de riesgo comunicativo en la OGCS y en algunas instancias del Poder Ejecutivo a partir del análisis de los contenidos publicados y recopilados por los medios de comunicación nacionales.

Para ello, en el 2014, la OGCS se implementó al 100% el Sistema de Monitoreo de Actores Temáticos de Gobernabilidad – SIMAT, una herramienta que forma parte del componente



de Relaciones Gobierno-Sociedad del SIGOB, y que permite realizar un seguimiento sistémico de los medios de comunicación a fin de evaluar la forma como estos construyen a los actores y temas de interés gubernamental y contribuyen a generar las percepciones de los ciudadanos. El procesamiento, sistematización y análisis de la data recopilada en el SIMAT es uno de los insumos para la elaboración, seguimiento y evaluación de los planes de comunicación estratégica del gobierno y permite organizar acciones preventivas en escenarios potencialmente conflictivos y contribuye a la gestión de situaciones de crisis.

Por el amplio abanico de temas y actores que monitorea, en el 2015 el equipo encargado del SIMAT requiere de mayor personal que en el 2014.

Metas:

- Al menos 5 entidades del Poder Ejecutivo conocen y hacen uso de los reportes SIMAT como insumos para la concepción y despliegue de acciones de comunicación estratégica y para la gestión de riesgo comunicativo.
- Al menos 60 reportes SIMAT al año como instrumentos para la toma de decisiones en temas centrales de gobierno y al menos 40 Reportes SIMAT al año como instrumentos para la toma de decisiones en temas de prevención y gestión de crisis

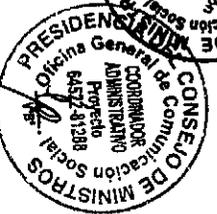
Acciones:

- Acción 5.1. Monitoreo de actores y temas en medios de comunicación tradicional.
- Acción 5.2. Procesamiento, sistematización y análisis del entorno mediático y sus contenidos para la concepción, seguimiento y evaluación de la estrategias de comunicación del Poder Ejecutivo.
- Acción 5.3. Producción y difusión de insumos analíticos para la prevención y gestión de situaciones de crisis.

Indicadores:

Número de tomadores de decisión del Poder Ejecutivo que conocen y hacen uso de los reportes SIMAT como insumos para la concepción y despliegue de acciones de comunicación estratégica y para la gestión de riesgo comunicativo.

Número de reportes de análisis del entorno mediático elaborados sobre la base de la información suministrada por el SIMAT en temas centrales de gobierno, y en prevención y gestión de crisis.



MONITOREO, SEGUIMIENTO, ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DEL PROYECTO

- A fin de asegurar el cumplimiento de las metas trazadas, en los plazos correspondientes y que éstas contribuyan al objetivo del proyecto, se realizarán reuniones mensuales al interior del proyecto, para analizar los avances y en caso de retrasos, tomar las medidas necesarias para corregirlos.

Se realizará una reunión mensual con la Funcionaria que, por parte del PNUD, participa en el aseguramiento de la calidad de proyecto, así como al menos dos reuniones en el año con la Representación del PNUD. En el marco de los procesos de monitoreo del PNUD, se analizarán los logros frente a lo esperado en ese periodo.

- De acuerdo a la normativa vigente, el proyecto está sujeto a la presentación de informes semestrales y anuales.

Debe destacarse la importancia de recoger las evidencias del caso que demuestren de manera concreta los logros y cumplimiento de metas que se reporten.

- El proyecto será incluido en el Plan de Evaluación del PNUD, dado que anteriormente no ha sido evaluado. En ese sentido, se analizará el cumplimiento de resultados esperados y aporte al Outcome al que pertenece.

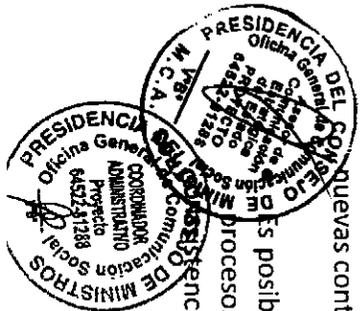
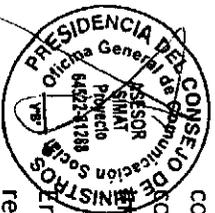
ACUERDOS DE GESTIÓN

De acuerdo a lo indicado en el Oficio No. 001-2015PCM/OGCS-DN, el proyecto indicó su intención de aplicar la modalidad de administración y gestión del proyecto con arreglo a los principios del Manual para la Implementación Nacional de parte del Gobierno, para proyectos apoyados por el PNUD: Pautas y Procedimientos y las directrices que lo contienen; para el periodo comprendido entre el 01 de enero al 31 de diciembre de 2015, con la finalidad de garantizar la mejor combinación de economía, eficiencia, justicia, integridad y transparencia.

En el marco del proyecto, con el fin de mejorar los procesos conducentes al logro de los resultados esperados del mismo, se debe asegurar el cumplimiento de la normativa del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y minimizar los riesgos del proyecto y de sus socios estratégicos (PNUD y la Presidencia del Consejo de Ministros) en el contexto pre-electoral. Dado que el periodo pre-electoral conlleva una serie de sensibilidades; es necesario preservar los principios de neutralidad y transparencia del PNUD en sus actividades de cooperación con las contrapartes. Asimismo, la contraparte del gobierno responsable de la implementación considera importante la necesidad de mantener de la neutralidad y transparencia de las actividades y procesos a realizar.

- De acuerdo a las normas del PNUD y a lo establecido en los contratos y otros documentos del expediente de contratación, las contrataciones de consultores/as—las existentes y las nuevas contrataciones—, entre otros criterios establecidos, se rigen por lo siguiente:

Es posible la contratación de consultores/as y/o personas jurídicas, como producto de procesos de selección amparados en la normativa de la organización, para realizar actividades técnicas y productos puntuales. No se debe hacer uso de la normativa del





- PNUD para la contratación de personal que lleve a cabo funciones de línea i.e. no se puede utilizar la normativa del PNUD para el pago de las planillas de las entidades.
- Los contratos por resultados estarán vinculados con productos concretos.
- Los términos de referencia para consultores/as contratados/as bajo contratos periódicos, deben precisar las actividades a realizar y los consultores/as, deberán presentar informes semestrales y anuales que se compartirán con el PNUD, previo a la solicitud de pago de éstos.
- Los/as consultores/as contratados/as no tendrán cargos de línea de la PCM ni de las entidades adscritas a la misma – en la referencia a los cargos de línea se incluye a las Presidencias y Gerencias.
- Los/as consultores/as contratados/as no deberán llevar a cabo ni estar relacionados con ninguna actividad de proselitismo político --directa ni indirectamente.
- No se contratará personas que hayan que hayan tenido vinculación contractual previa inmediata a la PCM: no haber sido funcionario/a o servidor/a público/a en los últimos seis meses.
- En el caso de las personas contratadas a tiempo completo que reciban dietas deben renunciar a las mismas.



- El Proyecto compartirá con el PNUD ex ante (i.e. antes de que los contratos hayan sido firmados) los términos de referencia de contratos y de enmiendas a contratos existentes, así como la documentación sobre los procesos de selección conducentes a las contrataciones.

Del mismo modo, el Proyecto compartirá con el PNUD, los términos de referencia de los procesos de adquisiciones a realizar, precisando la campaña o actividad a realizar, el tema y objetivo.

El Proyecto se asegurará de que en los procesos de adquisición no haya riesgo de conflictos de interés resultantes de la vinculación de los/as consultores/as contratados/as a entidades del sector privado.

Transparencia: En los TDR se debe incluir todas las labores llevadas a cabo por el/la contratado/a. Si ello implica hacer una enmienda al contrato, la misma será hecha a la brevedad.



ANEXOS:

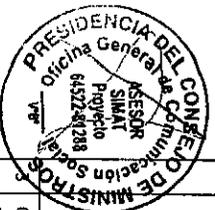
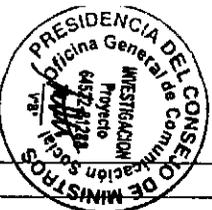


Presupuesto 2015
Plan de Adquisiciones 2015
Plan de Desembolsos 2015
Matriz de Riesgos 2015



REGISTRO DE RIESGOS

Nombre del Proyecto:	PROYECTO 00064522	Award ID: 00064522	Fecha: Enero 2015					
00081288 Desarrollo e implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo	Project ID: 00081288							
<p>Descripción: Disponibilidad de recursos</p>	<p>Fecha de Identificación: Junio 2012</p>	<p>Tipo: Financiero</p>	<p>Impacto (I) y Probabilidad (P) (Ver escalas)</p> <p>Escasos de recursos para ejecutar las actividades programadas I= 2 P= 2</p>	<p>Respuesta Gerencial/ Medidas de Mitigación</p> <p>Solicitud de transferencia solicitada oportunamente Ampliación Presupuestal presentada sustentada oportunamente</p>	<p>Responsable</p> <p>Secretaría Gerl. PCM Y OGA, OGPP de PCM</p>	<p>Remitido y Actualizado por:</p> <p>Área Administrativa del Proyecto</p>	<p>Última Actualización:</p> <p>Enero 2015</p>	<p>Estado</p> <p>Dado que se reconoce la agilidad en la ejecución y tratamiento de los temas por el Proyecto, en el año precedente se presentaron demandas adicionales debido a temas de coyuntura y soporte para los sectores del Poder Ejecutivo. I= 2 P= 2</p>
<p>2 Cambios políticos podrían afectar la marcha del proyecto</p>	<p>Julio 2012</p>	<p>Político</p>	<p>Paralización de actividades y evaluación objetivos existentes I= 2 P= 3</p>	<p>Reformulación de los planes operativos y/o adecuación a la nueva coyuntura</p>	<p>Titular del Pliego</p> <p>Secretaría Gerl. PCM</p> <p>Instancias jerárquicas superiores a la OGCS</p>	<p>Director(a) y Consultor del Proyecto</p>	<p>Enero 2015</p>	<p>Hasta el momento no se han presentado cambios políticos que representen la reformulación o paralización temporal de las actividades del Proyecto. Sin embargo, se considera un riesgo de nivel alto por encontrarnos en periodo pre-electoral I= 2 P= 3</p>
<p>Criticas a la política de comunicaciones del gobierno</p>	<p>Julio 2012</p>	<p>Político</p>	<p>Questionamientos a la efectividad de la gestión I= 3 P= 3</p>	<p>Recopio de opiniones externas y reformulación de las estrategias de comunicación, así como de la forma en la que se gestionan los recursos del proyecto.</p>	<p>Titular del Pliego</p> <p>Secretaría Gerl. PCM</p> <p>Dirección Nacional del Proyecto</p>	<p>Director(a) del Proyecto</p>	<p>Enero 2015</p>	<p>Por tratarse de un tema político y encontramos en periodo pre-electoral, existen altas posibilidades de cuestionar el trabajo técnico del proyecto. I= 3 P= 3</p>
<p>4 Posibilidad de baja respuesta de parte de los sectores</p>	<p>Julio 2012</p>	<p>Técnico</p>	<p>Poca o nula coordinación con los sectores I= 2 P= 3</p>	<p>Sensibilización respecto a la importancia del trabajo inter/multi sectorial - Trabajo con pares de cada departamento/área/jefatura en</p>	<p>Titular del Pliego</p> <p>Dirección Nacional del Proyecto</p>	<p>Director(a) del Proyecto</p>	<p>Enero 2015</p>	<p>El en los años anteriores se ha presentado baja respuesta de los sectores; sin embargo, las medidas de mitigación efectuadas han permitido un</p>



				<ul style="list-style-type: none"> - cada sector con personal técnico de la alta dirección de los sectores - Apoyo en la formulación de planes sectoriales de comunicación cuando se requiera 					reconocimiento de la importancia del proyecto y el modelo de gestión para acciones comunicacionales con mayor nivel de impacto. I=2 P=3
--	--	--	--	---	--	--	--	--	---



Escalas para impacto y probabilidad de ocurrencia:

Impacto:

- Bajo: 1
- Medio: 2
- Alto: 3

Probabilidad de ocurrencia:

- Baja: 1
- Media: 2
- Alta: 3



MARCO DE RESULTADOS Y RECURSOS

Resultado Esperado del Programa de País: 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.

Key Result Area del Plan Estratégico del PNUD: Gobernabilidad Democrática

Denominación y Número del Proyecto: 00064522-00081288 "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo"

PRODUCTOS ESPERADOS	ACTIVIDADES	PARTES RESPONSABLES	INSUMOS
<p>Producto 1: Diseño 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.</p> <p>Línea Base:</p> <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. <p>Meta al 2015:</p> <ul style="list-style-type: none"> Incrementar el nivel de conocimiento de los programas sociales en 3% respecto al año 2014. Se formula e implementa un Plan de Estrategia Publicitaria 2015 Población a nivel nacional, con énfasis en los sectores C, D y E, conocen o han escuchado sobre alguna de las campañas de comunicación implementada por el proyecto. Se han realizado 8 reuniones de coordinación intersectorial 6 campañas de comunicación que incluya intervenciones en medios masivos, medios no tradicionales y/o redes sociales. 01 Estudio cuantitativo nacional: El estudio tendrá como objetivo medir el conocimiento, valoración y percepción de eficacia de la población respecto de los programas sociales, así 	<p>Actividad 1: Estrategia de Comunicación General</p> <p>1.1. Revisión, gestión y optimización de las acciones y los procesos de comunicación institucional, estratégica y de gestión de crisis en el Poder Ejecutivo.</p> <p>1.2. Reuniones de coordinación intersectorial de la comunicación en el Ejecutivo con Directores de Comunicación de los ministerios y organismos públicos descentralizados.</p> <p>1.3. Reuniones de coordinación para la gestión de comunicaciones de gobierno para temas específicos.</p> <p>1.4. Gestión administrativa del proyecto.</p> <p>Actividad 2: Desarrollo de Campañas de Comunicación</p> <p>Acción 2.1. Formulación de documentos de gestión sobre campañas publicitarias.</p> <p>Acción 2.2. Diseño e implementación de campañas publicitarias en medios tradicionales</p> <p>Acción 2.3. Diseño e implementación de campañas y/o acciones de prensa.</p> <p>Acción 2.4. Diseño, coordinación e implementación de campaña y/o acciones en medios no tradicionales.</p> <p>Acción 2.5. Diseño, coordinación e Implementación de campañas y/o acciones de comunicación en redes sociales.</p> <p>Acción 2.6. Gestión de procesos comunicativos para seleccionar, producir y distribuir el contenido de la acción comunicacional a los medios de</p>	<p>Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)</p>	<p>Consultores. Viajes. Contratos de Servicios. Materiales de oficina. Equipos de tecnologías de la información. Gastos misceláneos Consultorías, Impresiones. Auditoría</p> <p>Consultorías, Contratos de Servicios. Costos de producción, impresiones y audiovisuales.</p>



como de otros temas sociales, económicos y política de comunicación como parte de la estrategia de comunicación del Poder Ejecutivo.

- 01 Estudio cuantitativo nacional urbano-rural: El Estudio tomará como muestra todas las regiones del país en los dos ámbitos urbano y rural donde se medirá además de los programas sociales, las campañas de comunicación realizadas, así como los temas sociales, económicos y de política de comunicación como parte del trabajo de la estrategia de comunicación.
- 02 estudios cualitativos: Se realizarán en zonas específicas puntuales se realizaran de acuerdo a la necesidad de obtener percepciones y conocimientos cualitativos en torno a los programas sociales.
- 800 actores regionales y nacionales participan en los foros realizados a nivel nacional, reflexionando y debatiendo activamente en relación con el desarrollo sostenible bajo un enfoque ciudadano, intercultural e inclusivo, con 30% de participación mínima del sexo femenino y se tratan al menos un tema de género por foro.
- Acciones conjuntas emprendidas por la red Hablemos Perú en el marco de las agendas temáticas mínimas.
- Acciones conjuntas emprendidas por los sectores del Estado y la red Hablemos Perú, en el marco de las agendas temáticas mínimas.
- Consolidación de la red "Hablemos Perú" a través foros de comunicación con enfoque ciudadano e inclusivo.
- Al menos 5 entidades del Poder Ejecutivo conocen y hacen uso de los reportes SIMAT como insumos para la concepción y despliegue de acciones de comunicación estratégica y para la gestión de riesgo comunicativo.
- Al menos 60 reportes SIMAT al año como instrumentos para la toma de decisiones en temas centrales de gobierno y al menos 40 Reportes SIMAT al año como instrumentos para la toma de

comunicación y otros espacios.
Acción 2.7. Evaluación del impacto del mensaje en los medios de comunicación.

Actividad 3: Estudios de opinión pública
Acción 3.1. Diseño y coordinación de estudio cuantitativo de investigación de mercados de alcance nacional.
Acción 3.2. Diseño y coordinación de estudio cuantitativo de investigación de mercados de alcance nacional urbano-rural.
Acción 3.2. Diseño, coordinación e implementación de los estudios cualitativos de carácter específico

Actividad 4: Gestión de la comunicación para el desarrollo y relacionamiento con stakeholders
Acción 4.1. Se desarrollan 10 foros micro regionales y locales y 01 foro nacional, que presentan las siguientes características.
Temática general: Red, ciudadanía y medio ambiente.
Tópicos:
1. Trabajo en red.
2. Ciudadanía y democracia.
3. Enfoque de género y temas prioritarios.
4. Mitigación y adaptación al cambio climático.
5. Comunicación intercultural.
6. Adquisición de habilidades laborales y empoderamiento digital.
7. Voces múltiples, las radios comunitarias.
Acción 4.2. Consolidación de la Red Hablemos Perú y la elaboración de la plataforma virtual.

Consultorías, contratos de servicios, impresiones, viajes.

Consultorías, Contratos de servicios, impresiones, viajes.



decisiones en temas de prevención y gestión de crisis

Indicadores:

- Porcentaje de aumento del conocimiento de los programas sociales
- N° de estrategias de comunicación carácter multi y/o intersectorial sobre los programas de mayor relevancia social, económica y productiva, formuladas e implementadas en el año.
- % de la población a nivel nacional, con énfasis en los sectores C, D y E, que conoce o ha escuchado sobre alguna de las campañas de información implementadas.
- N° de documentos de estudios de opinión pública cuantitativos realizados de acuerdo a los criterios establecidos (género, geográfico, etc)
- N° de informes de estudios de carácter cualitativo sobre temas específicos relacionados a los programas sociales
- Número de comunicadores, periodistas y especialistas participantes y capacitados en los foros. 30% de participación mínima del género femenino.
- Número de acciones conjuntas emprendidas por los sectores del Estado y la red Hablemos Perú, en el marco de las agendas temáticas mínimas.
- Número de integrantes de la red Hablemos Perú.
- Número de tomadores de decisión del Poder Ejecutivo que conocen y hacen uso de los reportes SIMAT como insumos para la concepción y despliegue de acciones de comunicación estratégica y para la gestión de riesgo comunicativo.
- Número de reportes de análisis del entorno mediático elaborados sobre la base de la información suministrada por el SIMAT en temas centrales de gobierno, y en prevención y gestión de crisis.

Acción 4.3. Producción y sistematización de la información recogida de los foros. Registro en audio y vídeo los foros y su transcripción completa.
Acción 4.4. Edición y coordinación general para la publicación del Libro Hablemos Perú 2015.

Actividad 5: Gestión de riesgo comunicativo

Acción 5.1. Monitoreo de actores y temas en medios de comunicación tradicional.
Acción 5.2. Procesamiento, sistematización y análisis del entorno mediático y sus contenidos para la concepción, seguimiento y evaluación de la estrategias de comunicación del Poder Ejecutivo.
Acción 5.3. Producción y difusión de insumos analíticos para la prevención y gestión de situaciones de crisis.

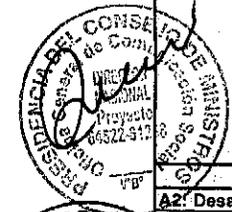
Consultorías, software de oficina, contratos de servicios, impresiones, viajes.



PLAN ANUAL DE TRABAJO

Award Id: 00064522
 Award Title: "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicación del Poder Ejecutivo"
 Year: 2015
 Project ID: 00081288 "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicación del Poder Ejecutivo"

										PRESUPUESTO 2015				
										PPTO 2015		SALDO 2014		TOTAL
Actividad	Parte Responsable	Plazos				Fund	Donor	Account	Budget Description	Amount US\$	S/. (Lc 2.915)	Amount US\$	S/. (Lc 2.985)	Amount US\$
		T1	T2	T3	T4									
Estrategia de Comunicación General:										X	X	X	X	
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71300	Local Consultants	291,595	850,000	46,901	140,000	338,496
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71600	Travel	15,437	45,000	3,350	10,000	18,787
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72100	Contractual Services-Companies	13,722	40,000	0	0	13,722
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72200	Equipment and Furniture	3,431	10,000	3,350	10,000	6,781
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72300	Materials & Goods	686	2,000	670	2,000	1,356
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip.	1,715	5,000	1,675	5,000	3,390
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72500	Supplies	4,460	13,000	4,355	13,000	8,815
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72800	Information Technology Equipmt	1,715	5,000	1,675	5,000	3,390
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	73100	Rental & Maintenance-Premises	1,715	5,000	1,675	5,000	3,390
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	73200	Premises Alternations	5,146	15,000	0	0	5,146
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	73400	Rental & Maint of other Equip	412	1,200	0	0	412
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74100	Professional Services	3,431	10,000	0	0	3,431
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74200	Audio Visual&Print Prod Costs	29,160	85,000	0	0	29,160
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	1,715	5,000	0	0	1,715
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	75100	Facilities & Administration	14,974	43,548	2,546	7,600	17,520
ACTIVITY1										389,313	1,134,848	66,198	197,600	466,611
A2: Desarrollo de Campañas de Comunicación										X	X	X	X	
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71300	Local Consultants	300,515	876,000	240,201	120,000	340,716
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71600	Travel	8,576	25,000	1,675	5,000	10,251
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72100	Contractual Services-Companies	24,014	70,000	0	0	24,014
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip	3,431	10,000	0	0	3,431
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72500	Supplies	343	1,000	0	0	343
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72800	Information Technology Equipmt	6,861	20,000	1,675	5,000	8,536
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74100	Professional Services	3,431	10,000	0	0	3,431
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74200	Audio Visual&Print Prod Costs	8,576,329	25,000,000	1,341,021	4,002,949	9,917,351
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	343	1,000	0	0	343
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	75100	Facilities & Administration	356,954	1,040,520	55,383	165,318	412,337
ACTIVITY2										9,280,795.88	27,053,520.00	1,439,955	4,298,287	10,720,751
Estudios de opinión pública										X	X	X	X	
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71300	Local Consultants	41,166	120,000	13,400	40,000	54,567
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71600	Travel	3,431	10,000	503	1,500	3,933
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72100	Contractual Services-Companies	168,096	490,000	0	0	168,096
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	359	1,046	0	0	359
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	75100	Facilities & Administration	8,522	24,842	556	1,660	9,078
ACTIVITY3										221,574	646,888	14,469	43,160	236,033
A4: Gestión de la comunicación para el desarrollo y										X	X	X	X	
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71300	Local Consultants	60,377	176,000	10,050	30,000	70,428
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	71600	Travel	100,858	294,000	33,501	100,000	134,358
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72100	Contractual Services-Companies	32,590	95,000	10,050	30,000	42,640
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	72400	Communic & Audio Visual Equip	3,087	9,000	0	0	3,087
	Presidencia del Consejo de Ministros					30071	PCM	74100	Professional Services	3,087	9,000	0	0	3,087





Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	74200	Audjo Visual&Print Prod Costs	12,007	35,000	3,350	10,000	15,357	
Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	74500	Miscellaneous Expenses	2,950	8,800	670	2,000	3,620	
Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	75100	Facilities & Administration	8,598	25,064	2,305	6,880	10,903	
ACTIVITY4								223,555	661,664	69,926	178,880	283,482	
Gestión de riesgo comunicativo X X X X													
Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	71300	Local Consultants	102,573	299,000	10,050	30,000	112,623	
Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	72800	Information Technology Equipmt	1,029	3,000	0	0	1,029	
Presidencia del Consejo de Ministros				30071	PCM	75100	Facilities & Administration	4,144	12,080	402	1,200	4,546	
ACTIVITY5								107,746	314,080	10,452	31,200	118,198	
2015								TOTAL ANUAL - FOUND:30071	10,222,986	30,800,000	1,590,990	4,749,107	11,813,976
SALDO 2014								TOTAL ANUAL - FOUND:30071	1,590,990	4,744,823			
TOTAL PROYECTO								11,813,976	34,544,823			11,813,976	

ANO 2015

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSOS PRODOC

FECHA	MONEDA NUBLOS	MONEDA DOLARES AMERICANOS	tipo de cambio referencial
ene-15	200,000	68,611	2.915
feb-15	250,000	85,763	2.915
mar-15	4,000,000	1,372,213	2.915
abr-15	1,000,000	343,053	2.915
may-15	4,000,000	1,372,213	2.915
jun-15	4,400,000	1,509,434	2.915
jul-15	4,400,000	1,509,434	2.915
ago-15	1,000,000	343,053	2.915
sep-15	4,400,000	1,509,434	2.915
oct-15	500,000	171,527	2.915
nov-15	500,000	171,527	2.915
dic-15	400,893	137,528	2.915
TOTAL	25,814,000	10,184,779	

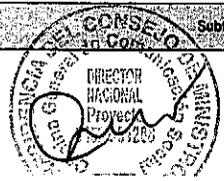
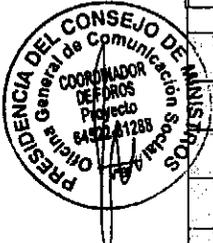


ANEXO 4.B
PLAN DE ADQUISICIONES AÑO 2015

Nombre del Programa "Fortalecimiento del Proceso de Descentralización y Modernización del Estado"

Nombre del Proyecto "Desarrollo e Implementación de la Estrategia de Comunicaciones del Poder Ejecutivo"

Cuenta Presupuestal	fund	Descripción	Monto Estimado USD x 2.915 T.C	Monto Estimado \$I.	Tipo de Competencia	Método de Adquisición	Tipo de Contrato	Fecha estimada inicio proceso SDC IAL/SDP	Fecha estimada recepción/apertura ofertas/propuestas	Fecha estimada de adjudicación del contrato (CAP)	Fecha estimada término del contrato	Comentarios
1		Gastos de Personal										
71300	30071	Local Consultants - actividad 1	291,595	850,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	enero a diciembre	sustento arreglos de gestion
71300	30071	Local Consultants - actividad 2	300,515	876,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	enero a diciembre	sustento arreglos de gestion
71300	30071	Local Consultants - actividad 3	41,166	120,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	enero a diciembre	sustento arreglos de gestion
71300	30071	Local Consultants - actividad 4	60,377	176,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	enero a diciembre	sustento arreglos de gestion
71300	30071	Local Consultants - actividad 5	102,573	299,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	enero a diciembre	sustento arreglos de gestion
74110	30071	Auditoria - actividad 1	3,431	10,000	LN	N/A	Suma Alzada	enero	enero	febrero	febrero a marzo	la contratación la hace PNUD
75100	30071	Facilities & Administration - Implementación	27,883	81,280								
		Sub total Fund 30071	827,540	2,412,280								
		Subtotal 1	827,540	2,412,280								
2		Servicios de Consultoría										
72100	30071	Contractual Services-Companies - Actividad 3	68,611	200,000	LN	SDP	Suma Alzada	abril	mayo	mayo	mayo	
72100	30071	Contrato de Servicios - Compañías - Actividad 3	85,763	250,000	LN	SDP	Suma Alzada	julio	julio	julio	agosto	
72100	30071	Contrato de Servicios Plataforma red - Compañías - Actividad 4	10,292	30,000	LN	SDC	Suma Alzada	agosto	agosto	agosto	octubre	
72100	30071	Contrato de Servicios Transcripción y edición de audios y videos institucionales- Compañías - Actividad 4	17,153	50,000	LN	SDC	Suma Alzada	febrero	febrero	noviembre	noviembre	
75100	30071	Facilities & Administration - Implementación	7,273	19,200								
		Subtotal 2	189,091	549,200								
3		Bienes										
72400	30071	Communic & Audio Visual Equip - ACT 4	3,087	9,000	LN	SDC	Suma Alzada	febrero	febrero	febrero	marzo	
72800	30071	Information Technology Equipmt- Actividad 2	5,146	15,000	LN	SDC	Suma Alzada	febrero	febrero	febrero	marzo	
75100	30071	Facilities & Administration - Implementación	206	980								
		Subtotal 3	8,439	24,980								



4		Gastos Operativos Varios											
74200	30071	Trabajos de Impresión y/o Publicación Libro - ACT 1	29,160	85,000	LN	SDC	Suma Alzada	febrero	febrero	febrero	febrero - abril		
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 1:	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	febrero	febrero	febrero	febrero		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 1	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	febrero	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 1	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	febrero	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 1	205,832	600,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	febrero	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 2	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	marzo	marzo	marzo	marzo		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 2	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	abril	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 2	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	abril	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 2	205,832	600,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	abril	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 3	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	mayo	mayo	mayo	mayo		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 3	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	mayo	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 3	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	mayo	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 3	205,832	600,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	mayo	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 4	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	junio	junio	junio	junio		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 4	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	junio - julio	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 4	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	junio - julio	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 4	205,832	600,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	junio - julio	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 5	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	julio	julio	julio	julio		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 5	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	julio - agosto	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 5	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	julio - agosto	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 5	205,832	600,000	LN	SDC	Suma Alzada	julio	julio	julio	julio - agosto	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Producción audiovisual CAMPANA 6	75,472	220,000	LN	SDC	Suma Alzada	septiembre	septiembre	septiembre	septiembre		
74200	30071	Publicidad en medio escrito en cumplimiento de metas - campaña 6	68,611	200,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	septiembre - oct	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Televisivo en cumplimiento de metas - campaña 6	1,029,160	3,000,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	septiembre - oct	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
74200	30071	Difusión de avisos en Medio Radial en cumplimiento de metas - campaña 6	205,832	600,000	LN	N/A	Suma Alzada	N/A	N/A	N/A	septiembre - oct	o/t no requieren proceso sustento informe justificatorio	
75100	30071	Facilites & Administration - Implementación	332,144	968,200									



			Subtotal 4	8.635,746	25.173,200															
			TOTAL (1 + 2 + 3 + 4)	\$ 9,660,816	S/. 28,159,640															

Elaborado por: _____

Aprobado por: _____

Glosario:

LPI: Licitación Pública Internacional

LRI: Licitación Internacional Restringida

LN: Licitación Nacional

CD: Contratación Directa

SC: Solicitud de Cotización (Para contratos > USD5,000 < USD100,000)

IL: Invitación a Licitar (Para contratos de >= USD100,000). Se utiliza para la adquisición de bienes. También se puede usar para obras civiles y servicios que puedan expresarse cuantitativamente y cualitativamente.

SP: Solicitud de Propuesta (Para contratos >= USD100,000). Se utiliza cuando los insumos y/o productos no puedan expresarse de modo cuantitativo o cualitativo. Se utiliza generalmente para la adquisición de bienes complejos (servicios).

