



Municipalidad de Santiago de Surco

586

RESOLUCIÓN N° -2013-RASS  
Santiago de Surco,

03 JUL. 2013

EL ALCALDE DE SANTIAGO DE SURCO

VISTO: El Memorandum N° 18-2013-GCII-MSS de la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional, el Memorando N° 285-2013-GPPDI-MSS de la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Desarrollo Institucional, el Informe N° 286-2013-GAJ-MSS de la Gerencia de Asesoría Jurídica, sobre el proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria 2013 de la Municipalidad de Santiago de Surco; y

CONSIDERANDO:

Que, el Artículo 3° de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece que: "Bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales. b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo. c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse técnicamente la razón por la que una determinada entidad o dependencia eligió a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas. d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas";

Que, mediante Memorando N° 018-2013-GCII-MSS del 22.01.2013, la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional remite el proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria 2013, para su evaluación y aprobación;

Que, con Memorando N° 285-2013-GPPDI-MSS del 12.04.2013, la Gerencia de Planeamiento, Presupuesto y Desarrollo Institucional señala que el Plan de Estrategia Publicitaria 2013 de la Municipalidad de Santiago de Surco, se encuentra alineado al Plan Estratégico Institucional (PEI) y al Plan de Desarrollo Concertado (PDC) vigentes;

Que, la Gerencia de Asesoría Jurídica mediante Informe N° 286-2013-GAJ-MSS del 17.04.2013 informa que, el proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria 2013 de la Municipalidad de Santiago de Surco, elaborado por la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional tiene como finalidad plantear un orden a seguir en el tema de contratación de publicidad por cuanto las actividades que requieran difusión deberán considerarse como parte del Plan Operativo de cada una de las unidades orgánicas que lo requieran;

Que, agrega la Gerencia de Asesoría Jurídica, que resulta necesario emitir una norma interna que apruebe el Plan de Estrategia Publicitaria 2013 de la Municipalidad de Santiago de Surco, conforme lo solicita la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional, debiendo efectuarse mediante Resolución de Alcaldía;

Estando al Informe N° 286-2013-GAJ-MSS de la Gerencia de Asesoría Jurídica, en uso de las facultades contenidas en el numeral 6 del Artículo 20° de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades, concordante con el Artículo 3° de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal;

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013 DE LA MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO DE SURCO, conforme al Anexo I, que forma parte integrante de la presente Resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO.- ENCARGAR a la Gerencia de Tecnologías de la Información, la publicación de la presente Resolución en la Intranet y en el Portal Web de la Municipalidad de Santiago de Surco.

ARTÍCULO TERCERO.- ENCARGAR el cumplimiento del presente Plan a la Gerencia Municipal y a la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional.

Regístrese, comuníquese y cúmplase.

Municipalidad de Santiago de Surco

PEDRO CARLOS MONTAÑA ROMERO  
SECRETARIO GENERAL

Municipalidad de Santiago de Surco

ROBERTO GOMEZ BACA  
ALCALDE

RHGB/PCMR/ram



# Municipalidad de Santiago de Surco

## ANEXO I

DE LA RESOLUCIÓN N° 586 -2013-RASS

### PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013 DE LA MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO DE SURCO

#### 1. INTRODUCCIÓN

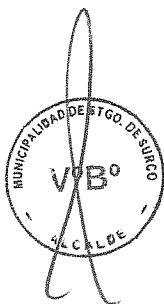
Mediante Acuerdo de Concejo N° 009-2013-ACSS, se aprobó el Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad de Santiago de Surco, documento de gestión que se encuentra alineado al Plan de Desarrollo Concertado del distrito de Santiago de Surco al 2021 aprobado mediante Ordenanza N° 324-MSS.

En el Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad de Santiago de Surco para el período 2013-2016, se han definido los mismos temas estratégicos o líneas estratégicas contenidos en el Plan de Desarrollo Concertado del distrito de Santiago de Surco al 2021.

Las líneas estratégicas son las siguientes:

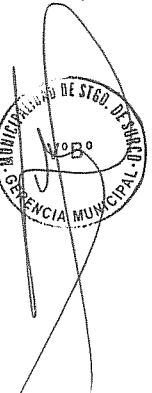
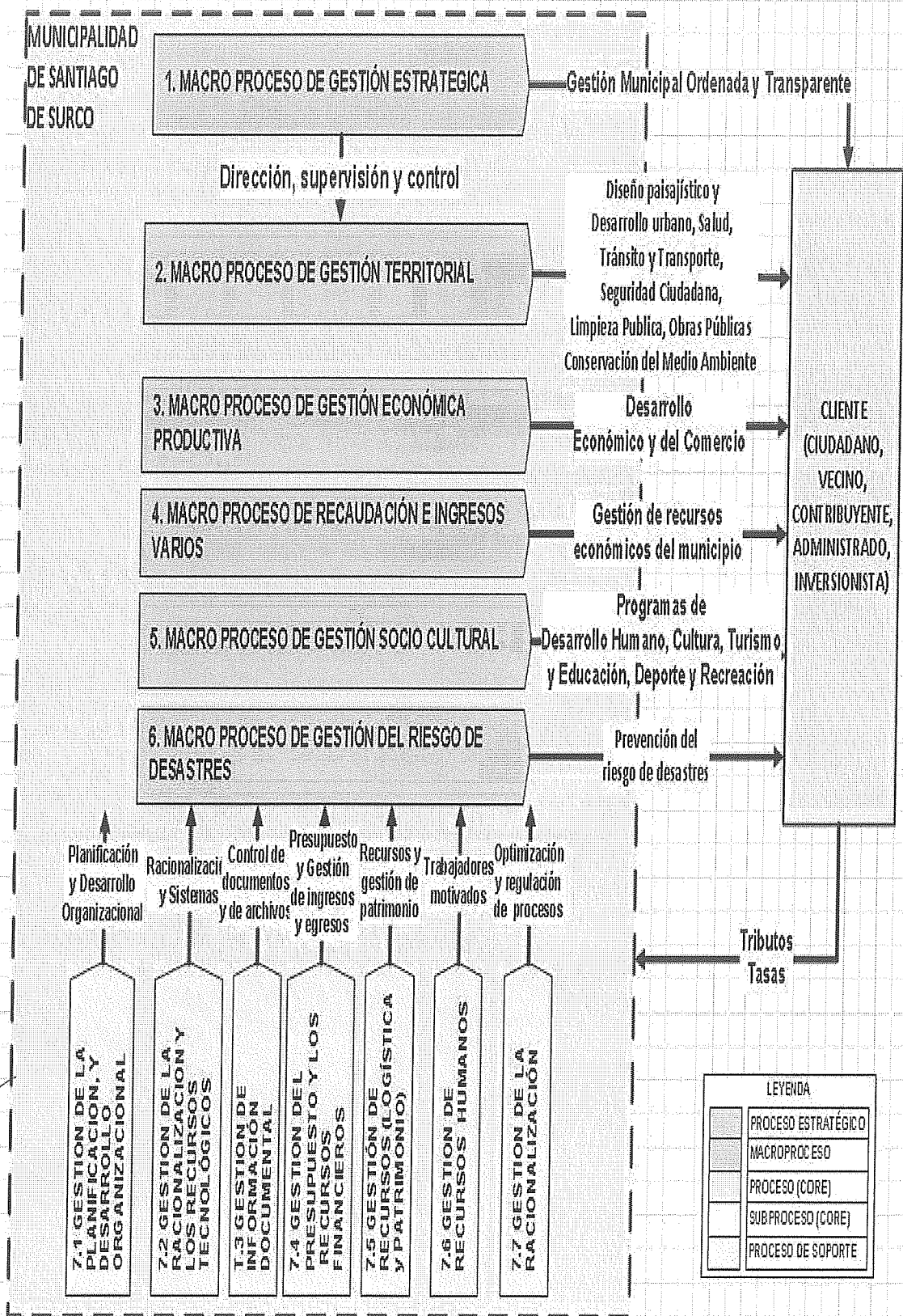
LÍNEA ESTRATÉGICA	TEMÁTICA
<b>DISTRITO SEGURO</b>	Seguridad ciudadana, Juntas de participación para la Seguridad, Defensa Civil, preparación ante desastres.
<b>GESTIÓN URBANA Y ECONÓMICA</b>	Desarrollo urbano, vialidad, densificación urbana, actividades comerciales, de servicios y empresariales.
<b>DISTRITO AMBIENTALMENTE SOSTENIBLE</b>	Medio ambiente, contaminación, residuos sólidos, agua, educación ambiental.
<b>DISTRITO SALUDABLE</b>	Salud, nutrición, ambiente cultura saludable, promoción de la salud, hábitat saludable, población vulnerable, igualdad de oportunidades.
<b>EDUCACIÓN Y CULTURA</b>	Educación, valores, identidad, cohesión social, tradición, calidad educativa, promoción de la cultura.
<b>PARTICIPACIÓN Y BUEN GOBIERNO</b>	Participación ciudadana, concertación, fortalecimiento institucional e interinstitucionalidad. Transparencia y valores ciudadanos.

Asimismo; se encuentra incluido el Mapa de Procesos de La Municipalidad de Santiago de Surco, el cual se muestra a continuación en el siguiente gráfico:





# Municipalidad de Santiago de Surco





## Municipalidad de Santiago de Surco

En el Mapa de Procesos de la Municipalidad de Santiago de Surco, tenemos el Macro Proceso de Gestión Estratégica, el cual incluye el conjunto de acciones necesarias para efectuar la Gestión Municipal, la misma que apoya la Gestión de Alcaldía que organiza, administra y gobierna el territorio (jurisdicción) y la población (Artículo 1° de la Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades).

Uno de los procesos que contiene el Macro proceso en mención se denomina: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN VECINAL, cuyo resultado está orientado a implementar una estrategia de comunicación y participación vecinal efectiva en beneficio del CLIENTE (vecino, contribuyente, inversionista, administrado, población o ciudadano).

De acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad de Santiago de Surco, aprobado mediante Ordenanza N° 439-MSS, la Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional, es un órgano de apoyo de la Alcaldía, que tiene como objetivo planificar, dirigir y controlar las actividades de comunicación, prensa y difusión de la gestión institucional; así como fortalecer las relaciones interinstitucionales con la Municipalidad.

Como parte de sus funciones se encarga de formular e implementar los lineamientos, y estrategias de difusión y publicidad para potenciar la imagen municipal de acuerdo con las políticas institucionales y mejorar el posicionamiento de la Municipalidad como gobierno local; así como supervisar su cumplimiento.

La Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad de Santiago de Surco, se constituye como una de las unidades orgánicas responsables del proceso: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN VECINAL.

De acuerdo al lineamiento estratégico de la Municipalidad, el proceso mencionado se encuentra en la Línea Estratégica denominado: "Participación y Buen Gobierno", sin embargo; de acuerdo a la estructura de procesos de la Municipalidad, las necesidades de comunicar, difundir e informar se presentan en cada uno de los servicios públicos que brinda la municipalidad.

En ese sentido, es importante establecer que la comunicación de la Municipalidad de Santiago de Surco debe conservar un significativo sentido social y de servicio público. Es decir, comunicación integral y articulada dirigida al servicio del ciudadano.

En este contexto; la finalidad del Plan de Estrategia Publicitaria 2013, es ser una guía para la ejecución de las actividades en el ámbito publicitario de la Municipalidad, a fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales de la Corporación.

La contratación de los servicios publicitarios, deberán realizarse bajo los principios de transparencia y austeridad del gasto, en mérito a lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.

El Plan de Estrategia Publicitaria es un requisito obligatorio de acuerdo al Artículo 30° inciso "a" de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, que indica que este documento debe corresponder a las competencias de la Entidad y de acuerdo a los objetivos y prioridades de los programas sectoriales.





## Municipalidad de Santiago de Surco

### 2. BASE LEGAL

- Ley N° 27972, Ley Orgánica de Municipalidades.
- Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.
- Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- Decreto Legislativo N° 1017, Ley de Contrataciones del Estado, su Reglamento aprobado por D.S. N° 184-2008- EF y sus modificatorias.
- Ordenanza N° 439-MSS, Reglamento de Organización y Funciones de la Municipalidad de Santiago de Surco.
- Acuerdo de Concejo N° 009-2013-ACSS, Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad de Santiago de Surco para el período 2013-2016.
- Acuerdo de Concejo N° 117-2012-ACSS, Aprobar el Plan Operativo y el Presupuesto Institucional de Apertura año fiscal 2013.

### 3. FINALIDAD.

El presente Plan de Estrategia Publicitaria plantea un orden a seguir en el tema de contratación de publicidad. Por tanto; las actividades que requieren difusión deben considerarse como parte del Plan Operativo Institucional de cada una de las unidades orgánicas involucradas. Sin perjuicio de ello, las Gerencias que lo estimen conveniente, pueden solicitar su inclusión en el Plan de Estrategia Publicitaria, cuya modificación se dará de acuerdo a la evaluación del mismo.

### 4. OBJETIVOS

#### 4.1. Objetivos Generales:

- a. Informar a los vecinos, contribuyentes del distrito y público en general, aquellas acciones que requieren de una mayor difusión en temas como seguridad y participación ciudadana, cultura, salud, entre otros, con la finalidad de lograr una transparencia de las funciones y lograr la intervención más activa de la comunidad.
- b. Promover la transparencia y racionalidad de los recursos municipales para la contratación de servicios de publicidad en los diferentes medios de comunicación masiva.
- c. Hacer que el público objetivo actúe o tome la decisión de participar en los eventos, actividades y en los procesos de gestión municipal del gobierno corporativo.
- d. Generar reconocimiento de la organización en el público objetivo.
- e. Crear confianza de la población en la organización y la gestión municipal.

#### 4.2. Objetivos Específicos

- a. Concientizar a la población surcana sobre la importancia de su participación para alcanzar las metas planteadas por la gestión municipal en beneficio de la comunidad.
- b. Fomentar la participación de nuestros vecinos en diferentes programas de proyectos sociales de la Municipalidad.
- c. Difundir en la jurisdicción aquellos programas, proyectos y logros institucionales que vayan en beneficio de la comunidad.
- d. Posicionar en la población del distrito los productos y servicios de la Municipalidad de Santiago de Surco.
- e. Promover conductas de relevancia social (respeto y cumplimiento de las leyes, ordenanzas y normas, limpieza pública, seguridad ciudadana, protección del medio ambiente, prevención de riesgo de desastre, etc.).
- f. Recordar periódicamente la marca: "Surco Mi Casa".
- g. Mejorar la imagen de la organización.





## Municipalidad de Santiago de Surco

### 5. SUSTENTO PARA PUBLICACIÓN

La Municipalidad de Santiago de Surco podrá contratar a diversos medios de comunicación escrita de mayor circulación, credibilidad o utilizar otros medios o canales publicitarios según los objetivos de la comunicación, teniendo en consideración el público objetivo al que se dirige la comunicación y considerando los requisitos, criterios y prohibiciones establecidas en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.

Las publicaciones a realizarse por parte de las unidades orgánicas de la Corporación Municipal, a fin de difundir sus actividades previstas en su Plan Operativo Institucional 2013, se realizarán de la siguiente manera:

#### MACROPROCESO DE GESTIÓN ESTRÁTEGICA

- **PROCESO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN VECINAL**

**GERENCIA RESPONSABLE: Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional.**

Las publicaciones que se realizarán son dirigidas al distrito de Santiago de Surco y al público en general, así como a las entidades nacionales e internacionales con presencia en el distrito. Esta comunicación será sobre acciones y comunicados que la gestión impartirá en diversos temas, tales como convocatorias, difusión de eventos y/o servicios y aquellos avisos que comuniquen un beneficio para los vecinos. También se considera como una necesidad la eventual publicación de comunicados que fijen una posición institucional de ser el caso. Además de saludos protocolares frente a un tema determinado.

**GERENCIA RESPONSABLE: Gerencia de Participación Vecinal**

Las publicaciones en este caso son para convocar a los vecinos a procesos y prácticas democráticas tales como talleres, audiencias vecinales distritales, cabildo juvenil, cabildo infantil, cabildo para adultos mayores, entre otros. Los mismos que serán programados de acuerdo a la agenda de actividades que se organice conforme a las necesidades de los mismos.

#### MACROPROCESO DE RECAUDACIÓN E INGRESOS VARIOS

- **PROCESO DE RECAUDACIÓN TRIBUTARIA.**
- **PROCESO DE COBRANZA COACTIVA.**

**GERENCIA RESPONSABLE: Gerencia de Administración Tributaria.**

Las publicaciones serán de acuerdo al cronograma y agenda de pago que están destinadas a promover y/o reforzar el cumplimiento oportuno de las obligaciones tributarias en los vecinos, por lo que se requiere su difusión ante la proximidad de la culminación de cada período tributario. La publicación de avisos publicitarios será de manera complementaria a diversas acciones tomadas con el objetivo de promover la puntualidad en los pagos. La elección de los medios en dónde publicar se dará previa evaluación al objetivo trazado.

#### MACROPROCESO DE GESTIÓN SOCIO CULTURAL

- **PROCESO DE PRODUCIR Y ENTREGAR SERVICIOS DE EDUCACIÓN, CULTURA, TURISMO DEPORTES Y RECREACIÓN.**



## Municipalidad de Santiago de Surco

- **PROCESO DE PRODUCIR Y ENTREGAR SERVICIOS DE PROGRAMAS SOCIALES, DEFENSA Y PROMOCIÓN DE DERECHOS, DESARROLLO HUMANO (LOCAL), PREVENCIÓN, REHABILITACIÓN Y LUCHA CONTRA EL CONSUMO DE DROGAS.**

**GERENCIA RESPONSABLE:** Gerencia de Desarrollo Humano y Educación

La publicación de avisos está relacionada al anuncio: de talleres, realización de eventos y campañas que requieran ser anunciados como parte de la difusión de los servicios y actividades que brinda la municipalidad a la comunidad.

**GERENCIA RESPONSABLE:** Gerencia de Inclusión Deportiva

Los avisos podrán ser usados como una alternativa de publicidad para anunciar talleres o actividades que necesiten de gran convocatoria.

### MACROPROCESO DE GESTIÓN TERRITORIAL

- **PROCESO DE PRODUCIR Y ENTREGAR OBRAS PÚBLICAS**

**GERENCIA RESPONSABLE:** Gerencia de Obras Públicas y Proyectos

Se publicará el inicio o desarrollo de obras que por su impacto en el tránsito de los vecinos deben ser necesariamente informadas. Este concepto incluye la necesidad de informar el cierre de calles o vías por el desarrollo de obras, así como el planteamiento de rutas alternas.

- **PROCESO DE PRODUCIR Y ENTREGAR SERVICIOS DE MATRIMONIO.**

**GERENCIA RESPONSABLE:** Secretaría General

Puede publicar hasta dos avisos en diarios como máximo para convocar a las parejas que deseen formalizar su relación en el matrimonio civil comunitario. En este caso específico se podrá anunciar en diarios de circulación nacional que lleguen a los diferentes estratos sociales.

- **PROCESO DE PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO FÍSICO Y ORGANIZACIÓN DEL USO DE SUELO.**

**GERENCIA RESPONSABLE:** Gerencia de Desarrollo Urbano.

La publicación de avisos está relacionada a la necesidad de anunciar ordenanzas y resoluciones, así como el otorgamiento de habilitaciones urbanas, que anuncien cambios en temas urbanos y que deben ser de conocimiento de la comunidad en su conjunto.

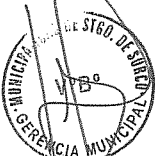
### 6. PÚBLICO OBJETIVO

Las publicaciones que integran el presente Plan de Estrategia Publicitaria están orientadas a la comuna surcana, a los contribuyentes, al público general, así como a la sociedad civil organizada, a las entidades del gobierno nacional con presencia en el distrito, además a las entidades internacionales residentes en Santiago de Surco, de acuerdo al contexto de la necesidad de las diferentes unidades orgánicas de la Municipalidad de Santiago.

### 7. PROPUESTA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para el logro de objetivos es necesario emplear diversos medios publicitarios que nos brinda el mercado, tales como:

- Publicidad en televisión
- Publicidad en radio
- Publicidad en prensa escrita
- Otros medios no convencionales de publicidad.





## Municipalidad de Santiago de Surco

La evaluación de los medios de comunicación se realizará tomando en cuenta las siguientes variables:

- Rating, cobertura y credibilidad.
- Aparte del tiraje, se debe evaluar la credibilidad del medio periodístico. (periódicos, revistas, etc.).
- Afinidad entre el mensaje, el objetivo o finalidad y el público objetivo.

### 8. PRESUPUESTO ASIGNADO

Los presupuestos deben ser asignados como parte de tareas específicas estableciendo montos aproximados, determinados por la Subgerencia de Logística. El costo de los avisos están sujetos a determinadas variables, como horarios de emisión, día de publicación, tamaño del aviso, entre otros.

El costo por los servicios de publicidad debe contar con la disponibilidad presupuestal y financiera en el ejercicio fiscal 2013.

### 9. SEGUIMIENTO Y MONITOREO DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA

El Plan de Estrategia Publicitaria, puede actualizarse en función a las necesidades del municipio y a la disponibilidad del presupuesto asignado. Esta actualización debe ser aprobada mediante Resolución de Gerencia Municipal y de acuerdo a los requerimientos solicitados.

La evaluación del Plan de Estrategia Publicitaria se realizará a través del nivel de cumplimiento de las metas y actividades establecidas en el Plan Operativo Institucional (POI) 2013 de las Unidades Orgánicas involucradas.

### 10. PROGRAMACIÓN ANUAL

ITEM	UNIDAD ORGÁNICA	MOTIVO PUBLICIDAD	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	CANTIDAD PREVISTA	FECHA ABIERTA
1.-	Gerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional	Comunicados diversos			x										6	Dependerá de las acciones que requieran su publicación en medios de comunicación.
2	Gerencia de Administración Tributaria	Vencimiento de cuota predial		x			x			x			x	x	5	Con posibilidad de Publicar avisos para Anunciar Prórrogas, Sorteos, entre otros.
3	Gerencia de Planeamiento Presupuesto y Desarrollo Institucional	Convocatoria al Presupuesto Participativo												x	1	
4	Gerencia de Desarrollo Humano y Educación	Difusión de talleres culturales													3	Cuando surja la necesidad de anunciar algún programa de interés para los vecinos.
5	Gerencia de Participación Vecinal	Convocatoria a audiencias distritales													6	Se pueden publicar avisos de acuerdo a la necesidad de convocar a cabildo vecinales audiencias distritales y entre otros.
6	Gerencia de Inclusión Deportiva	Difusión de actividades													4	El inicio de talleres o escuelas deportivas así como la realización de eventos deportivos con la participación masiva de vecinos.
7	Gerencia de Obras Públicas y Proyectos	Avisos													4	Anuncio de inicio de obras, cierre de calles entre otros.
8	Secretaría General	Avisos											x		1	Comunicar realización de Matrimonio Comunitario.
9	Gerencia de Desarrollo Urbano	Avisos													3	Cuando surja la necesidad de anunciar una medida a favor de los vecinos.

