30985

REPÚBLICA DEL PERÚ

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA Nº 149-2013-CONCYTEC-P

Lima, 11 OCT. 2013

VISTO:

El Informe N° 064-2013-CONCYTEC-SG-IMAGEN y el Informe N° 116-2013-CONCYTEC-OPP mediante el cual se propone el Plan de Estrategia Publicitaria del CONCYTEC, elaborado por la Especialista en Comunicaciones e Imagen Institucional; y

CONSIDERANDO:

Que, el Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC, es un organismo técnico especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con autonomía científica, técnica, económica y financiera, conforme a lo establecido en la Ley Nº 28613 y los Decretos Supremos Nºs 058-2011-PCM y 067-2012-PCM;

Que, mediante la Ley N° 28874 - Ley que Regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Regional y Local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, el literal a) del artículo 3° de la Ley N° 28874, establece que para la autorización de la realización de publicidad estatal, se debe cumplir con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, asimismo, el artículo 4° de la citada norma, establece que las erogaciones de recursos presupuestarios deberán limitarse al desarrollo de las actividades de difusión, información y promoción comprendidas en las campañas, así como sujetarse a las disposiciones que, en materia de austeridad y racionalidad del gasto público, emitan las autoridades competentes, y al cumplimiento de la Ley de Contrataciones del Estado y su Reglamento. Las entidades y dependencias se abstendrán de realizar erogaciones de recursos presupuestarios cuya finalidad sea distinta a la promoción de la imagen institucional, la comunicación de sus planes y programas, o a la venta de bienes y servicios, tratándose de actividad empresarial autorizada por Ley;

Que, de acuerdo a lo establecido en el literal i) del artículo 14° del Reglamento de Organización y Funciones del CONCYTEC aprobado mediante Decreto Supremo N° 029-2007-ED, la Secretaría General, tiene entre sus funciones i) Dirigir y supervisar las acciones de proyección institucional, relaciones públicas, protocolo y relaciones con los medios de difusión;

Que, mediante documento del visto, la Especialista en Comunicaciones e Imagen Institucional de la Secretaría General, sustenta la necesidad de aprobar el Plan Estratégico de Publicidad del CONCYTEC, correspondiente al 2013, el mismo que cuenta con la opinión favorable de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la disponibilidad presupuestal y se enmarca dentro de los fines institucionales;

Que, de conformidad con las normas glosadas y estando a lo propuesto, corresponde aprobar por el Plan de Estrategia Publicitaria;

Con el visado del Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, la Jefa de la Oficina General de Administración, la Jefa de la Oficina de Asesoría Jurídica y del Secretario General;

En uso de las facultades conferidas por la Ley N° 28613, así como por el Decreto Supremo Nº 029-2007-ED;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica – CONCYTEC, que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2°.- Disponer que la Secretaría General, evalúe la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria a que se refiere el artículo 1° de la presente resolución.

Artículo 3°.- Disponer que la Oficina General de Administración adopte las acciones que le correspondan, a efectos de brindar el apoyo necesario para la implementación de lo dispuesto en la presente Resolución.

Artículo 4°.- Encargar a la Dirección de Sistemas de Información y Comunicación la publicación de la presente resolución en el portal institucional: www.concytec.gob.pe

Regístrese y comuníquese.

Gisella Orjeda, PhD
Presidente
Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología
e Innovación Tecnológica
CONCYTEC

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2013

Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación

CONCYTEC

I.- INTRODUCCION

La Secretaria General tiene como una de sus funciones, establecidas en el Manual de Organización y Funciones vigente, el dirigir y supervisar las acciones de proyección institucional, relaciones públicas y relaciones con los medios de difusión, contando para ello con personal profesional y técnico especializado en la materia, a fin que coadyuven al cumplimiento de las mismas en consonancia con las normas vigentes que regulan la materia y bajo los principios de transparencia y acceso a la información de la entidad.

En ese sentido, mediante el Informe N° 059-2013-CONCYTEC-SG-IMAGEN, la Especialista en Comunicaciones de la Secretaria General, propuso la ejecución de acciones de comunicación masiva que además de sensibilizar e informar a la población en referencia a la Semana Nacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica, I Feria de Estudios de Postgrado y XXIII Feria Escolar de Ciencia y Tecnología y la Campaña Institucional, posicionen al CONCYTEC como el articulador y promotor de la ciencia, tecnología e innovación en el Perú.

Por ello, se ha considerado necesario elaborar un Plan de Estrategia Publicitaria que defina los objetivos comunicacionales de carácter institucional, sus estrategias y las acciones que deben llevarse a cabo para alcanzar dichos objetivos.

ESPECIALISTA EN COMUNICACIONES
PATRICIA VASQUEZ MONTES
CONCYTEC

II.- JUSTIFICACION

El CONCYTEC es la institución rectora del Sistema Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación Tecnológica, SINACYT, integrada por la Academia, los Institutos de Investigación del Estado, las organizaciones empresariales, las comunidades y la sociedad civil conforme a lo establecido en la Ley Marco de Ciencia y Tecnología N° 28303.

Tiene por finalidad normar, dirigir, orientar, fomentar, coordinar, supervisar y evaluar las acciones del Estado en el ámbito de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica y promover e impulsar su desarrollo mediante la acción concertada y la complementariedad entre los programas y proyectos de las instituciones públicas, académicas, empresariales organizaciones sociales y personas integrantes del SINACYT.

Así, entre sus funciones se encuentra el desarrollo y ejecución de programas especiales de ciencia, tecnología e innovación orientados a la formación, perfeccionamiento, retención y colaboración

de científicos y tecnólogos, así como el apoyo de la investigación universitaria y la promoción de proyectos de innovación, transferencia, difusión, intercambio y divulgación de la ciencia, la tecnología y la innovación.

De esta forma, en el Plan Operativo Institucional (POI) 2013 el CONCYTEC ha contemplado el desarrollo de acciones de proyección institucional, relaciones públicas, protocolo y relaciones con los medios de comunicación. Asimismo en el Plan Estratégico Institucional (PEI) las actividades de difusión se encuentran relacionadas con el Objetivo Estratégico General No 4: Mejorar el uso y apropiación del conocimiento científico y tecnológico en la sociedad y específicamente con el objetivo estratégico 4.2: Mejorar la valoración social de la ciencia, tecnología e innovación.

En este sentido y tomando en cuenta que con el desarrollo, promoción de la ciencia, tecnología y la innovación tecnológica se debe contribuir al cierre de la brecha económica y social, es importante incentivar las actividades científicas y tecnológicas en nuestro país promoviendo la descentralización de las actividades de ciencia, tecnología e innovación en el ámbito regional y local.

Bajo este contexto, el CONCYTEC viene organizando de manera anual diversas actividades y eventos en materia de ciencia, tecnología e innovación tecnológica, las cuales deben ser difundidas con un lenguaje claro y sencillo utilizando los medios más idóneos para que sea de conocimiento de la población en general.

III.- BASE LEGAL

- Ley Nº 28874 - Ley que Regula la Publicidad estatal.
- Ley Nº 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y sus modificatorias.
- Ley Nº 29951, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2013.
- Ley de Radio y Televisión, Ley Nº 28278
- Decreto Legislativo Nº 1017 que aprueba la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado modificada por la Ley Nº 29873.
- Reglamento del DL Nº 1017 aprobado por D.S 184-2008-EF y modificado por DS Nº 138-2012-EF.

ESPECIALISTA EN COMUNICACIONES
PATRICIA VASQUEZ MONTES
CONCYTEC

IV.- FINALIDAD

Brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de las actividades de ciencia, tecnología e innovación de tal manera de acercar y popularizar estos temas a la población en general.

V.- LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN

- La publicidad será la necesaria y deberá constar en la programación de gastos elaborada por la Oficina de Presupuesto y Planeamiento-OPP y en la meta presupuestaria correspondiente.

- Para las campañas de difusión se podrá recurrir a los medios masivos convencionales (televisión, radio y prensa) y/o no convencionales.
- Cuando se trate de publicaciones en medios escritos, éstas podrán ser a color o blanco y negro.
- Quedan suspendidos los avisos (publicaciones o spots) de tipo protocolar y/o saludos institucionales.
- En las piezas publicitarias no deberá aparecer ningún funcionario del CONCYTEC.
- En los casos que se exceda el presupuesto asignado con la debida justificación, las direcciones a través de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto podrán transferir el monto que se requiera para cubrir los costos de difusión de las campañas aprobadas en el presente plan.

VI.- OBJETIVO

- Sensibilizar e informar a la población en referencia a la importancia de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica para la mejora de la calidad de vida de todos los peruanos.
- Informar de los avances del CONCYTEC como ente rector, promotor y articulador del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica dando a conocer los servicios que ofrece tales como subvenciones a publicaciones, proyectos de investigación, becas de postgrado, entre otros.
- Contribuir al posicionamiento del CONCYTEC como el ente que lidera la promoción de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica en el país como puntales del bienestar, generación de oportunidades e inclusión social.

VII.- ESTRATEGIA

Para sostener el crecimiento económico en el largo plazo es imprescindible construir un país basado en el conocimiento, con recursos humanos altamente calificados, con incremento en la inversión en I&D, con redes de información al alcance de todos y con una población con mayores niveles educativos.

En ese sentido, es necesario un mayor acercamiento de la ciudadanía a temas científicos, tecnológicos y de innovación, a través de un mayor entendimiento de la importancia de la ciencia en la vida cotidiana.

La Secretaría General, a través de su especialista en comunicaciones, considera que es preciso tener en cuenta que la difusión es la herramienta más efectiva para asegurar que la población entienda la importancia del desarrollo científico y tecnológico para la generación de bienestar, oportunidades de desarrollo e inclusión social, reduciendo de esta forma su distanciamiento hacia estos temas.

Una forma de poner la información al alcance de nuestro público objetivo es a través de la publicidad estatal. Los mensajes deberán ser claros y precisos para garantizar que puedan ser entendidos por la mayor parte de la población.

VIII.- PRODUCTOS - CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

1. CAMPAÑA DE DIFUSIÓN – III SEMANA NACIONAL DE LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

Campaña de difusión a nivel nacional, dirigida a la población en general, cuyo objetivo será difundir la realización de la III Semana Nacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica en donde se presentará lo mejor de la producción científica y tecnológica a través de diversos stands en los cuales exhibirán las universidades, los institutos superiores tecnológicos, las empresas, entre otros.

Adicionalmente, en el marco de la III Semana Nacional de la Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica se llevará a cabo la I Feria Internacional de Estudios de Postgrado en Ciencia y Tecnología cuyo objetivo es dar a conocer la oferta académica en estudios de postgrado, a nivel nacional e internacional entre jóvenes universitarios y profesionales.

2. CAMPAÑA DE DIFUSIÓN – XXIII FERIA ESCOLAR NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA.

Campaña de difusión a nivel nacional cuyo objetivo es sensibilizar a la población y promover la popularización de la ciencia, tecnología e innovación en el país. En este sentido se pretende movilizar a la población para que asista y aprecie lo mejor de los proyectos en ciencias desarrollados por escolares en el marco de la XXIII Feria Escolar Nacional de Ciencia y Tecnología.

3. CAMPAÑA INSTITUCIONAL: NUEVOS TIEMPOS EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

Campaña de difusión cuyo objetivo será sensibilizar e informar a la población y líderes de opinión acerca de la importancia de la promoción de la ciencia, tecnología e innovación tecnológica para la mejora de la calidad de vida de todos los peruanos. Bajo ese marco se deberá dar cuenta de los avances del CONCYTEC como ente rector, promotor y articulador del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación tecnológica.

IX.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para lograr el objetivo es necesario utilizar los medios publicitarios de mayor impacto tales como:

- Televisión de señal abierta y cerrada
- Radio
- Diarios y Revistas
- Internet
- Otros no convencionales

La elección de la mezcla de medios de comunicación dependerá de la asignación presupuestal en el marco del cual se deberá conseguir el máximo impacto.

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

- Rating y cobertura para el caso de la televisión y radio.
- Tiraje, distribución y lectoría para el caso de los medios escritos.
- Público objetivo y afinidad con el mensaje.

Los productos del Plan de Comunicaciones tendrán como apoyo las acciones de prensa y relaciones públicas.

X.- PRESUPUESTO

Para la ejecución de las campañas descritas, las mismas que se ejecutarán en el cuarto trimestre del presente año, se requiere un presupuesto aproximado de S/. 215,000 (doscientos quince mil nuevos soles). Este presupuesto se encuentra contemplado en el Plan Operativo Institucional – POI 2013.

XI.- PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

1. Informe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto en el que se incluya la disponibilidad presupuestal para llevar a cabo las campañas publicitarias requeridas.
2. Requerimiento del área usuaria.
3. Informe técnico emitido por la especialista en comunicaciones de la Secretaria General.
4. Informe técnico emitido por la Oficina General de Administración.
5. Informe legal emitido por la Oficina de Asesoría Jurídica.
6. Resolución de aprobación de exoneración.
7. Contratación del servicio de publicidad, en concordancia a la normatividad vigente que rige para las Adquisiciones y Contrataciones del Estado y conforme exige la Ley 28874, Ley de Publicidad Estatal.

ESPECIALISTA EN COMUNICACIONES PATRICIA VÁSQUEZ MONTES CONCYTEC

XII.- LIMITACIONES

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

XIII.- EVALUACIÓN DE RESULTADOS

La Secretaria General, a través del personal especialista en la materia realizará la evaluación de los resultados de la publicidad ejecutada en virtud al presente Plan de Estrategia Publicitaria correspondiente al año fiscal 2013, estableciendo parámetros de medición y/o indicadores que hagan factible llevar a cabo la citada evaluación.

XIV.- TRANSPARENCIA

La Secretaria General, conforme a la normatividad vigente, deberá publicar los contratos de publicidad en el Portal Institucional del CONCYTEC dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre, los programas o campañas de publicidad que se han llevado a cabo en el periodo correspondiente. Asimismo, deberá informar al Órgano de Control Institucional, las razones por las que se contrató los servicios de determinada empresa de publicidad, para la elaboración de una campaña institucional.

ESPECIALISTA EN COMUNICACIONES
PATRICIA VASQUEZ MONTES
CONCYTEC