



Resolución Ministerial N°0592 -2015-MINAGRI

Lima, 03 de diciembre de 2015

VISTO:

El Informe N° 02-2015-MINAGRI-OCOIM de fecha 01 de diciembre de 2015, de la Directora de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional, sobre la aprobación del Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño; y,

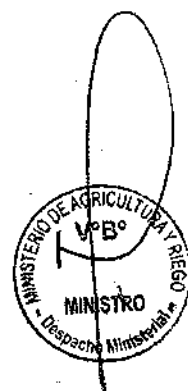
CONSIDERANDO:

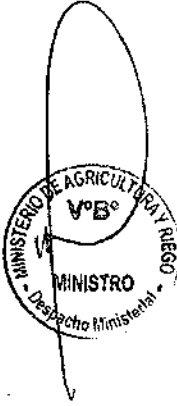
Que, en el marco de lo dispuesto en el numeral 68.4 del artículo 68 del Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 29664, Ley que crea el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres (SINAGERD), aprobado por Decreto Supremo N° 048-2011-PCM, se expidió el Decreto Supremo N° 045-2015-PCM con el que se declaró el Estado de Emergencia en diversos distritos y provincias comprendidos en los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Ancash, Lima, Ica, Arequipa, Cusco, Puno, Junín y Provincia Constitucional del Callao, ampliándose a otros distritos de los departamentos de Piura y Tumbes mediante el Decreto Supremo N° 054-2015-PCM, por peligro inminente ante el Periodo de Lluvias 2015-2016 y posible ocurrencia del Fenómeno El Niño, a efectos que se ejecuten acciones inmediatas y necesarias de reducción del muy alto riesgo existente y de rehabilitación que correspondan;

Que, con el Decreto de Urgencia N° 004-2015, se dictan medidas para la Ejecución de Intervenciones ante el Periodo de Lluvias 2015 -2016 y la ocurrencia del Fenómeno El Niño, a fin de establecer medidas extraordinarias en materia económica y financiera, que permitan a las entidades de los tres niveles de gobierno intervenir de manera inmediata en las zonas declaradas en estado de emergencia, mediante la ejecución de actividades y proyectos de reducción de riesgos, preparación y respuesta;

Que, el referido Decreto de Urgencia, además, crea el Consejo Nacional de Gestión del Riesgo del Fenómeno El Niño, como órgano de decisión política y coordinación estratégica para las intervenciones que se desarrollen en las zonas declaradas en Estado de Emergencia ante el periodo de Lluvias 2015 -2016; cuyo Presidente es el Ministro de Agricultura y Riego; siendo fundamental que el Ministerio de Agricultura y Riego desarrolle y lidere las estrategias de comunicación y publicidad pública para garantizar el conocimiento por parte de la población urbana y rural de las acciones que deben realizar para mitigar los daños que ocasione el Fenómeno El Niño;

Que, mediante el Informe de Visto, la Directora de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional propone y sustenta la aprobación de un proyecto de Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño, con el objeto, entre otros, de contribuir a que los productores agropecuarios y la población de las zonas vulnerables estén





informados y sensibilizados sobre las acciones que deben adoptar para reducir al mínimo los efectos del Fenómeno El Niño; así como informar a los productores agropecuarios sobre el riesgo del Fenómeno El Niño a efectos que tomen medidas para reducir el impacto en sus actividades económicas y fuentes de ingresos;



Que, agrega el Informe mencionado en el considerando precedente que mediante Resolución Ministerial N° 0573-2015-MINAGRI de fecha 20 de noviembre de 2015, se autorizó al Pliego 013 Ministerio de Agricultura y Riego, a efectuar una modificación presupuestaria en el Nivel Funcional Programático dentro de la Unidad Ejecutora 001. Ministerio de Agricultura - Administración Central, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 3 del Decreto de Urgencia N° 004-2015, hasta por el monto de Un Millón y 00/100 Nuevos Soles (S/. 1'000.000.00) para el financiamiento del "Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño", a efectos que sea implementado ante el periodo de lluvias y ocurrencia del Fenómeno El Niño;



Que, mediante el Informe N° 0142-2015-MINAGRI-OGPP/OPLA, remitido con la Nota N° 476-2015-MINAGRI-OGPP/OPLA de la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto, el Director de la Oficina de Planeamiento de dicha Oficina General ha emitido opinión favorable a la aprobación del referido Plan de Comunicación;



Que, en tal sentido, resulta necesario aprobar el Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño, en el marco de lo establecido en el Decreto de Urgencia N° 004-2015 y la Resolución Ministerial N° 0573-2015-MINAGRI; y,

De conformidad con el Decreto Legislativo N° 997, que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Agricultura, modificado por la Ley N° 30048 a Ministerio de Agricultura y Riego; y, su Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 008-2014-MINAGRI;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el denominado "Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño", cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCOIM) del Ministerio de Agricultura y Riego tendrá la responsabilidad del monitoreo y cumplimiento del Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño; así como de la evaluación del Impacto del referido Plan, debiendo reportar los resultados al Presidente del Consejo Nacional de Gestión del Riesgo del Fenómeno El Niño.

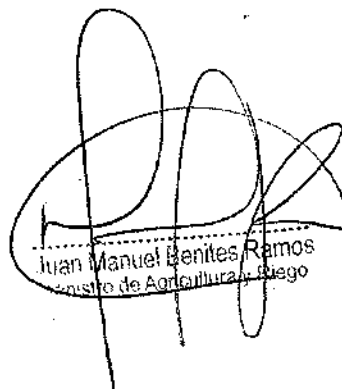


Resolución Ministerial N°0592 -2015-MINAGRI

Lima, 03 de diciembre de 2015

Artículo 3.- Disponer que el Anexo a que se refiere el artículo 1 de la presente Resolución Ministerial se publique en el Portal Institucional del Ministerio de Agricultura y Riego (www.minagri.gob.pe) y en el Portal del Estado Peruano (www.peru.gob.pe), en la misma fecha de publicación de la presente Resolución en el Diario Oficial El Peruano.

Regístrese, comuníquese y publíquese


Juan Manuel Benites Ramos
Ministro de Agricultura y Riego



PLAN DE COMUNICACIÓN ANTE EL FENÓMENO EL NIÑO

Oficina de Comunicaciones e Imagen
Institucional



"PLAN DE COMUNICACIÓN ANTE EL FENÓMENO EL NIÑO

ÍNDICE

1. Introducción
2. Justificación
3. Base Legal
4. Ámbito de Aplicación
5. Contenido
 - 5.1 Plan de Estrategia Publicitaria: Presentación
 - 5.2 Objetivos
 - 5.3 Público Objetivo
 - 5.4 Alcance
 - 5.5 Campaña programada
 - 5.6 Propuesta y justificación de la selección de medios y criterios de selección de medios.
 - 5.7 Publicidad ATL
 - 5.8 Descripción de la campaña
 - 5.9 Evaluación
6. Presupuesto
7. Responsabilidades



1. INTRODUCCIÓN

El Fenómeno de El Niño provoca un alza de la temperatura superficial del mar que causa lluvias torrenciales, inundaciones en zonas costeras y ribereñas, y sequías en otros departamentos. Actualmente, el mar del norte y centro de la costa peruana tiene un crecimiento en promedio de 4 grados en su temperatura habitual, lo que ha llevado a los especialistas a estimar un fenómeno entre moderado y fuerte, que podría ocasionar pérdidas y daños en la población así como en la infraestructura.

El Estado peruano se prepara para afrontar el peor escenario posible ante la inminente continuación del Fenómeno de El Niño hasta los meses de lluvias frecuentes; es decir de diciembre de 2015 a marzo de 2016. Con este motivo, el 05 de julio de 2015, el Gobierno Nacional decidió declarar el Estado de Emergencia en 1,200 localidades de los distritos y provincias comprendidos en los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Ancash, Lima, Ica, Arequipa, Cusco, Puno, Junín y Provincia Constitucional del Callao. Entre estos departamentos se identificaron como las más vulnerables a Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad. Además de Ancash, Amazonas, Ica, Lima, Tacna, y, las zonas de la selva como Amazonas y San Martín.

En este marco, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI) viene realizando diferentes intervenciones a través de obras de prevención desde el año 2014, en las cuales se invirtió unos 70 millones de nuevos soles. Para el 2015, el MINAGRI viene invirtiendo 250 Millones de Nuevos Soles en acciones de descolmatación del cauce de ríos, limpieza de quebradas y drenes, reforzamiento de defensas ribereñas y otras acciones destinadas a proteger a los agricultores y sus campos de cultivo ante la presencia del referido fenómeno natural.

Mediante el artículo 5 del Decreto de Urgencia N° 004-2015 que dicta medidas para la ejecución de intervención ante el Periodo de Lluvia 2015-2016 y la ocurrencia del Fenómeno del Niño, se dispuso la creación del Consejo Nacional de Gestión del Riesgo del Fenómeno El Niño, como órgano de decisión política y coordinación estratégica para las intervenciones que se desarrollen en las zonas declaradas en Estado de Emergencia ante el periodo de Lluvias 2015 -2016; cuyo Presidente es el Ministro de Agricultura y Riego. Por ello, es fundamental que el MINAGRI desarrolle y lidere las estrategias de comunicación y publicidad pública para garantizar el conocimiento por parte de la población urbana y rural de las acciones que deben realizar para mitigar los daños que ocasione el Fenómeno El Niño.

En este contexto de riesgo, la comunicación se convierte en una herramienta aliada y fundamental para el logro de los objetivos estatales y sectoriales, cumpliendo un rol dinamizador entre el Gobierno Nacional y los ciudadanos.

Por su parte, la publicidad es una de las formas de comunicación que contribuye decisivamente en la toma de conciencia y cambio de actitudes por parte de la ciudadanía, respecto a lo que se quiera dar a conocer. Se sabe que tiene un efecto inmediato, masivo y de largo alcance; es decir, que el mensaje seleccionado llega a varias personas al mismo tiempo de manera rápida en un ámbito de cobertura.

La publicidad pública sensibiliza, informa y contribuye a alcanzar una situación deseada, empleando mensajes de impacto para la sociedad.

La Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, establece los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno destinarán al rubro de publicidad en prensa escrita, radio y televisión, precisando los alcances de la publicidad institucional.

Es en este contexto, que la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del MINAGRI, en el marco de sus funciones establecidas en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF), es la encargada de diseñar, implementar y dar seguimiento a la estrategia de comunicación entre el Ministerio y los medios de comunicación social, nacionales e internacionales, así como con la población, elaborando y difundiendo el material informativo que permita una adecuada cobertura de sus actividades. Además de dirigir, coordinar, dar seguimiento y supervisar las actividades de relaciones públicas internas y externas, así como proyectar la imagen del Ministerio a través de los medios de comunicación, en cuyo contexto normativo, formula el presente Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño, correspondiente al Pliego 013.

El presente Plan de Comunicación es una guía para la ejecución de las actividades en el ámbito publicitario del MINAGRI 2015.

2. JUSTIFICACIÓN

Todas las acciones del Ministerio de Agricultura y Riego están encaminadas a mejorar la calidad de vida del agricultor peruano y elevar la competitividad agraria nacional.

Con Decreto de Urgencia N 004-2015 dispuso la creación del Consejo Nacional de Gestión de Riesgo del Fenómeno El Niño, como órgano de decisión política y coordinación estratégica para las intervenciones que se desarrollen en las zonas declaradas en estado de emergencia ante el periodo de lluvias 2015- 2016 y la ocurrencia del Fenómeno El Niño, que se encuentra presidido por el Ministro de Agricultura y Riego.

El Presidente del referido Consejo Nacional está facultado para conducir sus labores en relación al Fenómeno El Niño durante el periodo 2015 – 2016, y podrá convocar a otros ministerios y a los responsables de entidades. Las acciones de publicidad del MINAGRI para el año 2015 están encaminadas a dar a conocer el trabajo de prevención que se realiza para mitigar los efectos del Fenómeno El Niño.

Por tal motivo, se busca difundir la labor realizada por el MINAGRI en Las citadas zonas declaradas en emergencia, y así sensibilizar a la población sobre los impactos que puede ocasionar el Fenómeno El Niño.

3. BASE LEGAL

- Ley N° 30048, Ley que modifica el Decreto Legislativo N° 997, que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de Agricultura, actualmente Ministerio de Agricultura y Riego.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.
- Decreto Supremo N° 008 - 2014-MINAGRI, aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Agricultura y Riego.
- Decreto de Urgencia N° 004-2015, que dispone la creación del Consejo Nacional de Gestión de Riesgos del Fenómeno El Niño.

4. ÁMBITO DE APLICACIÓN

El Plan de Comunicación Ante el Fenómeno El Niño, Pliego 013, será a nivel nacional.

5. CONTENIDO

5.1 Plan de Comunicación ante El Fenómeno El Niño

El Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño, abarca una Estrategia Publicitaria MINAGRI 2015 que contiene la programación de una (01) campaña que será difundida en medios masivos (publicidad convencional - ATL), con alcance regional en zonas priorizadas, a fin de emitir estratégicamente los mensajes.

La campaña que se promoverá en el 2015 es "Prepárate Perú: Actuamos frente a El Niño".

Esta campaña se enmarca en el Decreto Supremo N°045-2015-PCM, el mismo que declara en los distritos y provincias comprendidos en los departamentos de Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca, Amazonas, San Martín, Ancash, Lima, Ica, Arequipa, Cusco, Puno, Junín y Provincia Constitucional del Callao, frente a la llegada del Fenómeno El Niño en la temporada de verano.

La campaña mencionada cumple con los requisitos establecidos en la Ley N°28874, Ley de Publicidad Estatal, la cual en su artículo 4, inciso c) señala también que los materiales a difundirse deben estar orientados preferentemente a promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, entre otros.

Campaña de preparación ante el Fenómeno El Niño

El Fenómeno El Niño provoca un alza de la temperatura superficial del mar que causa lluvias torrenciales, inundaciones en zonas costeras y ribereñas, y sequías en otros departamentos. Actualmente, el mar del norte y centro de la costa peruana tiene un crecimiento en promedio de 4 grados en su temperatura habitual, lo que ha llevado a los especialistas a estimar un fenómeno fuerte a extraordinario, que podría ocasionar pérdidas y daños en la población así como en la infraestructura.

Desde 2014, el Estado peruano se prepara para afrontar el peor escenario posible ante la inminente llegada del Fenómeno El Niño hasta los meses de lluvias frecuentes; es decir, de Diciembre de 2015 a Marzo de 2016. Con este motivo, el 05 de julio de 2015, el Gobierno Nacional decidió declarar el Estado de Emergencia en 1,200 localidades de las citadas zonas declaradas en emergencia. Entre estos departamentos se identificaron como los más vulnerables a Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad. Además de Ancash, Amazonas, Ica, Lima, Tacna, y las zonas de la selva como Amazonas y San Martín.

Frente a este escenario, la campaña Prepárate Perú busca difundir mensajes de sensibilización a la población para prepararlos a enfrentar los posibles impactos negativos que causaría el Fenómeno El Niño - FEN y dar recomendaciones puntuales sobre lo que las acciones que pueden llevar a cabo. Asimismo, informar que no todo lo que trae el FEN es negativo, sino también hay efectos positivos que aprovechar y es importante que la población los conozca.

"Prepárate Perú: Actuamos frente a El Niño" busca sentar las bases para crear una cultura de prevención en la población peruana, a fin de promover acciones desde los hogares, pasando por los gobiernos regionales y locales, que permita estar alertas frente a este y cualquier fenómeno natural.

5.2 Objetivos

- **General**

Contribuir a que los productores agropecuarios y la población de las zonas vulnerables estén informados y sensibilizados sobre las acciones que deben adoptar para reducir al mínimo los efectos del Fenómeno El Niño y reconozcan las acciones que realiza el MINAGRI en este tema.

- **Específicos**

- Productores agropecuarios INFORMADOS sobre el riesgo del FEN y que toman medidas para reducir el impacto en sus actividades económicas y fuentes de ingresos.
- Autoridades regionales y locales INVOLUCRADAS con las acciones técnicas que dirige MINAGRI y en la protección y organización de su población frente al FEN.
- Población en general CONOCE y reconoce el trabajo que realiza el Gobierno Nacional a través del MINAGRI, para minimizar los daños que podría causar el Fenómeno El Niño.



5.3 Público Objetivo

- Productores agropecuarios.
- Población en general.
- Autoridades regionales y locales.
- Líderes de opinión.



5.4 Alcance

La campaña tendrá un alcance obligatorio a nivel nacional, con incidencia en los departamentos declarados en emergencia.

5.5 Campaña Programada

A fin de proporcionar un orden cronológico para la ejecución de las campañas priorizadas por el Ministerio de Agricultura y Riego se ha elaborado el siguiente cronograma proyectado.

CRONOGRAMA PROYECTADO PARA LA EJECUCIÓN DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA DEL MINAGRI

N	CAMPAÑA	EJECUCIÓN PROYECTADA
1	Campaña Prepárate Perú: Actuamos frente a El Niño	Diciembre de 2015



5.6. Propuesta y justificación de la selección de medios y criterios de selección de medios

Para maximizar la inversión publicitaria que determine el Ministerio de Agricultura y Riego, a fin de llegar a un mayor número del público objetivo, es necesario realizar una selección de medios.

La selección se realizará teniendo en cuenta lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, establece criterios generales para el uso de recursos presupuestarios en el rubro de publicidad en prensa escrita, radial y televisiva.

Los criterios para la selección de medios serán los siguientes: Cobertura, alcance, penetración, preferencia de consumo de medios de los públicos seleccionados y otros que se considere según el tipo de campaña, que se encontrará sustentado en el plan/pauta de medios de cada campaña.

La selección de la pauta publicitaria estará a cargo de una Central de Medios contratada para tal fin, y se basará en el mejor horario, género, rating, días de transmisión, cantidad y valores de los medios elegidos respecto de la campaña elegida, con alcance local o nacional. También se podrá optar con medios de comunicación que no cuentan con información de rating, a través de empresas especializadas, pero que por la llegada local, prestigio y contenidos aseguren la llegada de los mensajes al público esperado.



5.6.1. Publicidad ATL

A) RADIO



La radio es el medio de difusión masivo con mayor alcance pues es oído por todas las clases socioeconómicas en las zonas urbanas y rurales. La radio establece un contacto personal con el público y permite al oyente la participación en el mismo. Resulta, además, un medio de comunicación versátil que tiene muchas posibilidades de recepción.

La radio alcanza un mercado amplio y diverso y con un presupuesto mucho menor en comparación a otros medios.



B) TELEVISIÓN

El poder de las imágenes en movimiento, unido a las palabras y a la música, ha hecho que la publicidad televisiva sea la más efectiva de todas las publicidades. La televisión, a diferencia de la radio y los medios escritos, estimula multisensorialmente a quienes están frente a ella.

La publicidad televisiva puede ser muy efectiva al momento de sensibilizar, gracias a que los anuncios pueden apelar a las emociones y a la empatía de los televidentes, a través de la acción.



C) MEDIOS ESCRITOS

Son medios básicamente informativos y con alto nivel de credibilidad por ser principalmente noticiosos. Tienen muchas posibilidades de recepción ya que pueden ser compartidos y leídos en una variedad de lugares.

Los diarios tienen una segmentación de mercado bien definida, y es así que usándolos se puede dirigir el mensaje a un nicho específico.

5.7. Descripción de la Campaña

Campañas	Objetivos	Público Objetivo	Soporte	Ámbitos
Prepárate Perú: Actuamos frente a El Niño	Informar y sensibilizar al público en general sobre las acciones que deben llevar a cabo para mitigar los daños que el Fenómeno El Niño podría causar	Población en general	• Radio • Televisión • Suplementos periodísticos	Nacional

5.8. Evaluación

Para la evaluación se procederá a presentar la siguiente información:

Evaluación	Actividad	Fuente de Información	Indicador
Evaluación por indicadores	Informes de monitoreo de los medios	Informe de la central de medios	Número de informes de monitoreo de los medios
Sistematización	Análisis de la campaña	Análisis de las actividades de la campaña	Número de informes de análisis de la campaña

6. PRESUPUESTO

Para la ejecución de la campaña descrita en este Plan, el presupuesto procede del Pliego 013.

RESUMEN DE CAMPAÑAS CON DISPONIBILIDAD PRESUPUESTAL – MINAGRI

CAMPAÑA	MEDIO	PERIODO	INVERSIÓN INCLIGV
Prepárate Perú: Actuamos Frente a El Niño	TV NACIONAL	8 días	S/. 504,317.84
	TV CABLE		S/. 5,900.00
	RADIOS		S/. 200,611.80
	DIARIOS	1	S/. 150,066.53
	SERVICIO DE DISEÑO E IMPRESIÓN DE MATERIAL DE COMUNICACIONES		S/. 139,103.83

Total de inversión publicitaria	S/. 1'000,000.00
--	-------------------------

7. RESPONSABILIDAD

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de Agricultura y Riego (OCOIM) es la responsable del monitoreo y cumplimiento del Plan de Comunicación ante el Fenómeno El Niño que comprende la campaña: Prepárate Perú: Actuamos frente a El Niño, y de la asistencia al proceso de implementación, en lo referente a difusión y comunicación; así como de la evaluación del Impacto del referido Plan, debiendo reportar los resultados al Presidente del Consejo Nacional de Gestión del Riesgo del Fenómeno de El Niño.

La Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional es responsable de brindar los contenidos necesarios para elaborar las propuestas comunicacionales de los mensajes clave, así como la validación de estos, en coordinación con las áreas técnicas.

