



PERÚ

Ministerio de Educación

Instituto Peruano del Deporte

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

Resolución de Presidencia N° 246-2017-IPD/P

Lima .25... de ...octubre..... del ..2017..

VISTO: El Informe N° 040-2017-IPD/OIC de fecha 26 de setiembre de 2017, el Memorando N° 3898-2017-IPD/OPP de fecha 11 de octubre de 2017 y el Informe N° 723-2017-IPD/OAJ, de fecha 16 de octubre 2017;

CONSIDERANDO:

Que, el Instituto Peruano del Deporte, en adelante el IPD, conforme a la Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, es el órgano rector del Sistema Deportivo Nacional, constituye un organismo público ejecutor y cuenta con autonomía funcional, administrativa y presupuestal;



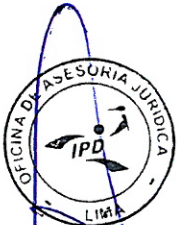
Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, señala como objetivos el "Establecer criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión, así como fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión;



Que, mediante Decreto Supremo N° 017-2004-PCM, del 3 de marzo de 2004, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte;



Que, de conformidad con el inciso a) del artículo 28° del acotado Reglamento, y a través del Informe N° 040-2017-IPD/OIC, la Oficina de Información y Comunicaciones presenta el proyecto denominado "*Plan de Estrategia Publicitaria del Instituto Peruano del Deporte*", el mismo que contempla una serie de acciones destinadas a generar una buena imagen del Instituto Peruano del Deporte entre la colectividad, así como el reconocimiento de la Entidad, como ente rector y promotor del deporte a nivel nacional, el mismo que necesariamente deberá ser aprobado mediante el acto resolutivo correspondiente;



Que, mediante el Memorando N° 3898-2017-IPD/OPP, la Oficina de Presupuesto y Planificación, opina favorablemente sobre la aprobación del precitado Plan, indicando que las actividades a desarrollar, se encuentran contempladas en el Plan Operativo Institucional (POI) 2017 del Instituto Peruano del Deporte;

Que, a través del Informe N° 723-2017-IPD/OAJ, la Oficina de Asesoría Jurídica señala que el Plan de Estrategia Publicitaria del Instituto Peruano del Deporte, cumple con el ordenamiento legal vigente, por lo que resulta viable su aprobación;



Que, el Informe acotado precedentemente, señala que por la importancia de los objetivos contenidos en el Plan de Estrategia Publicitaria del Instituto Peruano del Deporte, corresponde aplicar la normativa referida a la eficacia anticipada de los actos administrativos contemplada en el numeral 17.1 del artículo 17 del TUO de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, el mismo que señala lo siguiente:



PERÚ

Ministerio de
Educación

Instituto Peruano
del Deporte

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

"La autoridad podrá disponer en el mismo acto administrativo, que tenga eficacia anticipada a su emisión, sólo si fuera más favorable a los administrados, y siempre que no lesione derechos fundamentales o intereses de buena fe legalmente protegidos a terceros y que existiera en la fecha a la que pretenda retrotraerse la eficacia del acto el supuesto de hecho justificativo para su adopción";



Con los vistos de la Secretaría General, de la Oficina de Presupuesto y Planificación y la Oficina de Asesoría Jurídica;

SE RESUELVE:




Artículo 1.- Aprobar con eficacia anticipada al 02 de enero de 2017, el Plan de Estrategia Publicitaria del Instituto Peruano del Deporte, cuyo anexo forma parte de la presente Resolución.

Artículo 2.- Publicar la presente Resolución y el anexo correspondiente, en la página web del Instituto Peruano del Deporte (www.ipd.gob.pe).



Regístrese y comuníquese.




OSCAR FERNÁNDEZ CÁCERES
Presidente
INSTITUTO PERUANO DEL DEPORTE

**PLAN DE
ESTRATEGIA DE
PUBLICIDAD**

2017

PLAN DE ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD 2017

1. INTRODUCCIÓN

La Oficina de Información y Comunicaciones del Instituto Peruano del Deporte es el órgano de apoyo encargado de formular y ejecutar la política, estrategia y planes de información y comunicación y la difusión de las acciones relacionadas con el Sistema Deportivo Nacional. Asimismo, es la responsable de cubrir las actividades deportivas a nivel nacional e internacional y de evaluar periódicamente el impacto de la presencia del deporte en los distintos medios de comunicación.

2. CONTEXTO

El Instituto Peruano del Deporte (IPD) es el ente rector del Sistema Deportivo Nacional, constituye un Organismo Público Descentralizado con rango ministerial adscrito al Ministerio de Educación, con autonomía técnica, funcional y administrativa para el cumplimiento de sus funciones. Constituye Pliego Presupuestal.

2.1. Función

El IPD en coordinación con los organismos del Sistema Deportivo Nacional, formula e imparte la política deportiva, recreativa y de educación física. Organiza, planifica, promueve, coordina, evalúa e investiga a nivel nacional el desarrollo del deporte, la recreación y la educación física en todas sus disciplinas, modalidades, niveles y categorías.

2.2. Marco Legal

- Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, su Reglamento y Modificatorias (Ley N° 28036, Decreto Supremo N° 018-2004-PCM, Ley N° 28523 y Ley N° 28910).
- Ley de Creación del Instituto Peruano del Deporte (Decreto Legislativo N° 135).
- Adscripción del Instituto Peruano del Deporte al Ministerio de Educación (Decreto Supremo N° 082-2005-PCM).
- Aprobación del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte y su modificatoria (Decreto Supremo N° 017-2004-PCM y Decreto Supremo N° 086-2004-PCM).
- Aprobación del Manual de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte (Resolución de Presidencia N° 440-2006-P/IPD).



- Aprobación del Reglamento para la promoción de la participación privada en el desarrollo de infraestructura deportiva del IPD (Resolución N° 032-2008-P/IPD).
- Aprobación del Reglamento del Registro Nacional del Deporte (Resolución N° 377-2008-P/IPD).
- Ley del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (Decreto Legislativo N° 1088).
- Ley que crea el Sistema Nacional de Inversión Pública y sus modificatorias (Ley N° 27293, Leyes N°s. 28522 y 28802 y; por los Decretos Legislativos N°s. 1005 y 1091).
- Ley N° 29812, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Ejercicio Fiscal 2012.
- Decreto Supremo N° 054-2011-PCM, Aprueba el Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021
- Resolución Ministerial N° 807-2011-EF-41, Aprueba Planeamiento Estratégico Sectorial Multianual PESEM 2012-2016.
- Política Nacional del Deporte (D.S. N° 003-2017-Minedu) y su modificatoria D.S. N° 006-2017-Minedu)
- Ley que regula la Publicidad Estatal N° 28874
- Aprobación de Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral (Resolución N° 0304-2015/JNE).
- Ley de Radio y Televisión N° 28278



3. MISIÓN

Brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de los planes que desarrolla el Instituto Peruano del Deporte (IPD), a fin de incrementar el desempeño del deporte peruano en eventos competitivos y promover la sostenibilidad de las actividades físicas, deportivas y recreativas en la sociedad peruana.



4. LINEAMIENTOS PARA AUTORIZACIÓN

La Publicidad será la necesaria y deberá constar en la programación de gastos de la Oficina de Información y Comunicaciones con el fin de que el IPD sea reconocido como el ente rector que desarrolla políticas públicas en favor del desarrollo del deporte peruano.

Para las campañas de difusión se podrá utilizar medios masivos tradicionales, como radio, televisión y prensa, así como los no convencionales



5. JUSTIFICACIÓN

La proximidad de los Juegos Panamericanos Lima 2019 ha generado políticas públicas dirigidas a incrementar el apoyo integral para nuestros deportistas. En tal sentido, es importante difundir esos esfuerzos a través de medios masivos a fin de acrecentar la confianza en el éxito del evento y coadyuvar en el establecimiento de los deportistas como modelos positivos para la sociedad peruana.

6. OBJETIVO

Contribuir a que el Instituto Peruano del Deporte sea reconocido como el ente rector del sistema deportivo nacional, promotor, articulador y facilitador del desarrollo del deporte en el país.

7. ESTRATEGIA

Estar cerca de las personas y brindar información sobre los servicios que ofrecen es un objetivo primordial para las organizaciones.

La comunicación pública eficaz es un binomio de buenas políticas y compromisos junto con una estrategia de comunicación clara y directa que transmita confianza y credibilidad.

Precisamente, una buena manera de poner la información al alcance del público es a través de la publicidad estatal, con mensajes claros y precisos que serán difundidos a través de medios de comunicación.



8. CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN

8.1. Programa de Apoyo al Deportista

Campaña que busca destacar el apoyo que brinda el Instituto Peruano del Deporte a más de 600 deportistas nacionales, a través de la entrega de una subvención económica, seguro médico y seguro de vida.

Objetivo: Dar conocer el apoyo sistemático que brinda el IPD a los deportistas nacionales.

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Un spot del Programa de Apoyo al Deportista (PAD) se emitirá en programas de televisión por cable.

Menciones de 20 segundos, sobre el PAD, se emitirán en programas de radio AM.



Periodo de ejecución: Se ejecutó entre los meses de mayo – agosto de 2017.

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 47,000 (cuarenta y siete mil con 00/100 soles)

8.2. Top Perú Lima 2019.

Campaña de difusión en la que se da a conocer los diferentes beneficios que recibirán los atletas priorizados gracias al presupuesto extraordinario dispuesto por el Gobierno para la preparación rumbo a los Juegos Panamericanos.

Objetivo: Dar a conocer que el Estado brindará un apoyo extraordinario a los deportistas priorizados con miras a Lima 2019.

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Un spot del Top Perú Lima 2019 se emitirá en programas de televisión por cable. Menciones de 20 segundos, sobre el Top Perú Lima 2019, se emitirán en programas de radio AM y FM.



Periodo de ejecución: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de octubre – diciembre

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 57,000 (cincuenta y siete mil con 00/100 soles)



8.3. Carrera IPD 8K

Campaña de difusión en la que se promociona la carrera pedestre que organiza la institución y que se realizará a beneficio de los damnificados del norte del país.

Objetivo: Dar a conocer la tercera edición de la prueba que se desarrollará a nivel nacional a beneficio de los damnificados del norte del país

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Menciones sobre la Carrera IPD 8K se emitirán en un programa de radio con alcance nacional.



Periodo de ejecución: Se ejecutó en el mes de julio.

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 4,800 (cuatro mil ochocientos con 00/100 soles)

8.4. Buenas Prácticas en la Gestión Pública

Campaña de difusión en la que se promociona las buenas prácticas que desarrolla el IPD dentro de la gestión pública

Objetivo: Dar a conocer que el IPD desarrolla programas eficientes que contribuyen al desarrollo del deporte peruano.

Público objetivo: Público en general, líderes de opinión, autoridades de entidades estatales y privadas.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Un aviso de página sobre las Buenas Prácticas se publicará en una revista de distribución nacional.



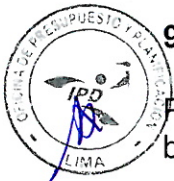
Periodo de ejecución: Se ejecutó en el mes de agosto.

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 12,000 (doce mil con 00/100 soles)

9. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZARSE

Para lograr nuestros objetivos es preciso utilizar los medios publicitarios que nos brinda el mercado, como son:

- Televisión de señal cerrada
- Radios AM- FM.
- Revistas de distribución nacional



Campaña Programa de Apoyo al Deportista: TV por cable / Radio AM

Campaña del Top Perú Lima 2019: TV por cable / Radio AM - FM

Campaña Carrera IPD 8K: Radio AM / FM

Campaña Buenas Prácticas: Revista de distribución nacional



10. PRESUPUESTO PARA LA EJECUCIÓN DE LAS CAMPAÑAS

Para el desarrollo de las presentes campañas de publicidad se contará con un presupuesto de S/ 120,800 (ciento veinte mil con 00/800 soles).

N°	Campaña	Inversión en S/
1	Programa de Apoyo al Deportista	47,000
2	Top Perú Lima 2019	57,000
3	Carrera IPD 8K	4,800
4	Buenas Prácticas en la Gestión Pública	12,000
	Monto total de inversión	120,800

