



PERÚ

Ministerio de Educación

Instituto Peruano del Deporte

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Diálogo y de la Reconciliación Nacional"

Resolución de Presidencia N° 037-2018-IPD/P.....

Lima...02.....de marzo.....de 2018

VISTOS: El Informe N° 000127-2018-IPD/OAJ, emitido por la Oficina de Asesoría Jurídica; el Proveído N°000558-2018-SG/IPD, emitido por la Secretaría General; el Informe N° 00023-2018-OPP/IPD, emitido por la Oficina de Presupuesto y Planificación; el Informe N° 00010-2018-OIC/IPD, emitido por la Oficina de Información y Comunicaciones; el Memorando N° 00016-2018-UPTO/IPD, emitido por la Unidad de Presupuesto de la Oficina de Presupuesto y Planificación; el Informe N° 000083-2018-UPLA/IPD, emitido por la Unidad de Planeamiento de la Oficina de Presupuesto y Planificación, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 7° de la Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, modificado por la Ley N° 29544, el Instituto Peruano del Deporte es el ente rector del Sistema Deportivo Nacional y constituye un organismo público ejecutor adscrito al Ministerio de Educación con autonomía técnica, funcional y administrativa para el cumplimiento de sus funciones, encargado de formular e impartir la política del deporte en general;

Que, el artículo 3°, literal a), de la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, establece como requisito para la autorización de publicidad estatal, entre otros, la elaboración de un Plan de Estrategia Publicitaria, acorde con las funciones y atribuciones de la entidad, la misma que deberá adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, el artículo 28°, literal a) del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte, aprobado con Decreto Supremo N° 017-2004-PCM, señala que son funciones de la Oficina de Informaciones y Comunicaciones, entre otras, formular ejecutar la política, estrategia y planes de información y comunicación y difusión de las acciones relacionadas con el Sistema Deportivo Nacional;

Que, en dicho contexto, la Oficina de Información y Comunicaciones, a través del Informe N° 00010-2018-OIC/IPD de fecha 05 de febrero de 2018, remite el Plan Estratégico de Publicidad del Instituto Peruano del Deporte 2018, con el fin de brindar el soporte de estrategia comunicacional para la difusión de los planes que desarrolla el Instituto Peruano del Deporte, e incrementar el desempeño del deporte peruano en eventos competitivos y promover la sostenibilidad de las actividades físicas, deportivas y recreativas en la sociedad peruana;

Que, mediante Memorando N° 00016-2018-UPTO/IPD de fecha 22 de febrero de 2018, precisa que el Plan Estratégico de Publicidad 2018 cuenta con el financiamiento correspondiente para su ejecución, que asciende a la suma de S/354 000.00 (trescientos cincuenta y cuatro mil y 00/100 soles);

Que, la Oficina de Presupuesto y Planificación, mediante Informe N° 00023-2018-OPP/IPD de fecha 26 de febrero de 2018, hace suyo el Informe N° 00083-2018-UPLA/IPD del 24 de febrero de 2018, a través del cual, la Unidad de Planeamiento de la Oficina de Presupuesto y Planificación opina que el Plan Estratégico de Publicidad remitido se encuentra articulado a los objetivos estratégicos del Plan Estratégico Institucional 2018-2021 del Instituto Peruano del Deporte, aprobado con Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 115-2017-IPD-P/CD de fecha 29 de diciembre de 2017. Por lo tanto, recomienda su aprobación;





PERÚ

Ministerio
de Educación

Instituto Peruano
del Deporte

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

"Año del Diálogo y de la Reconciliación Nacional"

Que, mediante Informe N° 000127-2018-IPD/OAJ de fecha 01 de marzo de 2018, la Oficina de Asesoría Jurídica emite opinión favorable respecto de emitir el acto resolutivo que apruebe el Plan Estratégico de Publicidad del Instituto Peruano del Deporte 2018;

De conformidad a las facultades previstas en la Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte y sus modificatorias; el Reglamento de la Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, aprobado por Decreto Supremo N° 018-2004-PCM y el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte, aprobado mediante Decreto Supremo N° 017-2004-PCM, modificado por Decreto Supremo N° 086-2004-PCM;

Por las consideraciones antes expuestas y contando con el visto bueno de la Secretaría General, de la Oficina de Asesoría Jurídica, de la Oficina de Presupuesto y Planificación, de la Oficina de Información y Comunicaciones, de la Unidad de Presupuesto de la Oficina de Presupuesto y Planificación y de la Unidad de Planeamiento de la Oficina de Presupuesto y Planificación;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el "Plan Estratégico de Publicidad del Instituto Peruano del Deporte 2018", el mismo que, en anexo adjunto, forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2°.- Dejar sin efecto toda norma o disposición interna que se oponga a la presente resolución.

Artículo 3°.- Encargar a la Oficina de Información y Comunicaciones el cumplimiento de la presente resolución.

Artículo 4°.- Publicar la presente resolución en el Portal de Transparencia del Instituto Peruano del Deporte (www.ipd.gob.pe).

Regístrese y comuníquese.

.....
OSCAR FERNÁNDEZ CÁCERES
Presidente
INSTITUTO PERUANO DEL DEPORTE



PLAN ESTRATÉGICO DE PUBLICIDAD 2018

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 Ejecutor adscrito al Ministerio de Educación, con autonomía técnica, funcional y administrativa para el cumplimiento de sus funciones. Constituye un pliego presupuestal.

2.1. Función

El IPD, en coordinación con los organismos del Sistema Deportivo Nacional, formula e imparte la política del deporte en general y, por ende, de cada uno de sus componentes. Organiza, planifica, promueve, coordina, evalúa y fiscaliza en el ámbito nacional el desarrollo del deporte, la recreación y la educación física en todas sus disciplinas, modalidades, niveles y categorías, como componentes del deporte en general.

2.2. Marco Legal

- Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte y sus modificatorias.
- Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión N° 28278
- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal
- Decreto Legislativo N° 1088, Ley del Sistema Nacional de Planeamiento Estratégico y del Centro Nacional de Planeamiento Estratégico.
- Decreto Legislativo N° 1252, que crea el Sistema Nacional de Programación Multianual y Gestión de Inversiones y deroga la Ley N° 27293, Ley del Sistema Nacional de Inversión Pública.
- Decreto Supremo N° 018-2004-PCM, Reglamento de la Ley N° 28036, Ley de Promoción y Desarrollo del Deporte, y sus modificatorias.
- Decreto Supremo N° 017-2004-PCM, Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte, y sus modificatorias.
- Decreto Supremo N° 304-2012-EF, Texto Único Ordenado de la Ley N° 28411, Ley General del Sistema Nacional de Presupuesto.
- Decreto Supremo N° 054-2011-PCM, que aprueba el Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021.



- Decreto Supremo N° 003-2017-MINEDU, que aprueba la Política Nacional del Deporte, y sus modificatorias.
- Resolución de Presidencia N° 440-2006-P/IPD, Manual de Organización y Funciones del Instituto Peruano del Deporte.
- Resolución N° 032-2008-P/IPD, que aprueba el Reglamento para la promoción de la participación privada en el desarrollo de infraestructura deportiva del Instituto Peruano del Deporte.
- Resolución N° 377-2008-P/IPD, que aprueba el Reglamento del Registro Nacional del Deporte.
- Resolución Ministerial N° 287-2016-MINEDU, que aprueba el Documento Prospectivo al 2030 del Sector Educación y el Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2016-2021 del Sector Educación.
- Resolución N° 0078-2018-JNE, Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral

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 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 y Parapanamericanos 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.



Lo mismo ocurre con la tarea de masificación deportiva que desarrolla el IPD y que supone no solo un primer paso hacia el establecimiento de hábitos de vida saludable, sino también la implantación de una semilla competitiva que puede derivar, con la adecuada guía, en deportistas de alto rendimiento.



El Plan Estratégico de Publicidad 2018 es concordante con el Plan Estratégico Institucional 2018-2021 comprendido en el Objetivo Estratégico Institucional 4 (OEI4), "Fortalecer la gestión institucional" y la Acción Estratégica (AEI 4.2.)

“Documentos de gestión actualizados e implementados orientados hacia la gestión por resultados en beneficio de los usuarios”.

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

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.

Brindar información sobre los servicios que ofrece el Instituto Peruano del Deporte es un objetivo primordial para coadyuvar a reforzar la imagen de la institución ante la proximidad de las competencias internacionales que se llevarán a cabo en nuestro país.



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. La Academia IPD



Campaña que busca promover la práctica deportiva a nivel nacional en niños y jóvenes entre 6 y 17 años, a través de las escuelas deportivas gratuitas que se desarrollan en todas las regiones del país.



Objetivo: Promocionar las escuelas deportivas gratuitas que desarrolla el IPD a nivel nacional con el fin de que los ciudadanos acudan a las mismas y se pueda lograr la masificación del deporte y la detección del talento deportivo con miras a conducirlo al alto rendimiento.

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:



Un spot de La Academia IPD se emitirá en programas de televisión. Impresiones del spot se visualizarán en un medio digital.

Un spot de La Academia IPD se emitirá en salas de cine.



Menciones de entre 20 y 30 segundos sobre la Academia IPD se emitirán en programas de radio AM y FM.

Periodo de ejecución: Se ejecutará entre los meses de marzo–abril de 2018.



Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/109 400.00 (ciento nueve mil cuatrocientos y 00/100 soles)

8.2 Top Perú Lima 2019

Campaña de difusión en la que se presentará una serie de documentales sobre el apoyo que brinda el Estado a los deportistas que forman parte del Top Perú Lima 2019, un grupo de atletas priorizados rumbo a los Juegos Panamericanos y Parapanamericanos.

Objetivo: Resaltar el apoyo que brinda el Estado para tener deportistas nacionales mejor preparados rumbo a Lima 2019 y lograr que el público se identifique con su esfuerzo y su amor al Perú.

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Spots sobre el Top Perú Lima 2019 se emitirán en programas de televisión. Impresiones del spot se visualizarán en un medio digital

Spots sobre el Top Perú Lima 2019 se emitirán en salas de cine.

Menciones de 20 y 30 segundos se emitirán en programas de radio AM y FM.

Periodo de ejecución: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de mayo (primera etapa) y de agosto – noviembre (segunda etapa)

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 206 120.00 (doscientos seis mil ciento veinte y 00/100 soles)

8.2. Carrera IPD 8K

Campaña de difusión en la que se promocionará la carrera pedestre que organizará la institución a nivel nacional.

Objetivo: Convocar al mayor número de gente para que se inscriba en una competencia que promueve hábitos de vida saludable entre la población.

Público objetivo: Público en general, aficionados al deporte.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Menciones de 20 y 30 segundos sobre la Carrera IPD 8K se emitirán en programas de radio AM y FM.

Periodo de ejecución: Se ejecutará entre los meses de junio y julio.

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 26 480.00 (veintiséis mil cuatrocientos ochenta y 00/100 soles)



8.3. Buenas Prácticas del IPD

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 y que están al servicio de la ciudadanía.

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 Buenas Prácticas del IPD se publicará en una revista de distribución nacional.

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

Inversión publicitaria proyectada: Una inversión de S/ 12 000.00 (doce mil y 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
- Radios AM y FM
- Revistas de distribución nacional

Campaña La Academia IPD: Televisión/ Radio AM y FM / Medio digital / Cine

Campaña Top Perú Lima 2019: TV / Radio AM – FM / Medio digital / Cine

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/ 354 000.00 (trescientos cincuenta y cuatro mil y 00/100 soles).

Nº	Campaña	Inversión en S/
1	La Academia IPD 8K	109 400.00
2	Top Perú Lima 2019	206 120.00
3	Carrera IPD 8K	26 480.00
4	Buenas Prácticas del IPD	12 000.00
Monto total de inversión		354,000.00

