

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA



RESOLUCIÓN JEFATURAL N°0321-2015-INIA

Lima, 29 DIC. 2015

VISTA:

La Carta N° 0010-2015-INIA-PNIA del Director Ejecutivo del Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA) de fecha 15 de diciembre de 2015, y el Informe N° 004-2015-INIA/SG-UII de la Unidad de Imagen Institucional del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA, de fecha 17 de diciembre de 2015, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17 del Decreto Ley N° 25902, de fecha 27 de noviembre de 1992, se creó el Instituto Nacional de Investigación y Extensión Agraria - INIEA, cambiando su denominación a mérito del Decreto Legislativo N° 997 por el de Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA; adscrito como Organismo Público al Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI, con personería de derecho público interno y autonomía técnica, administrativa, económica y financiera, siendo que de conformidad con el artículo 7° de su Reglamento de Organización y Funciones – ROF, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2014-MINAGRI, su Jefe es la máxima autoridad;

Que, 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 Nacional, Regional y Local destinarán al uso de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;

Que, el literal a) del artículo 3° de la indicada norma legal dispone que para la autorización de la realización de publicidad estatal, debe cumplirse con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde a 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, mediante Resolución Jefatural N° 0242-2015-INIA del 07 de octubre del 2015, se aprobó el "Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA", el cual tiene como finalidad informar a la ciudadanía en general y a la comunidad agraria sobre el cumplimiento de las políticas del sector relacionadas al fomento de la innovación y tecnificación agraria, en contextos habituales y de cambio climático;



Que, el Instituto Nacional de Innovación Agraria, INIA, ha planificado el desarrollo del Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA), iniciativa promovida por el Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI como parte del Estado Peruano, siendo que sus acciones se orientan a la investigación, el desarrollo tecnológico, la innovación y la transferencia tecnológica con la finalidad de impulsar la modernización y la competitividad del sector agrario en el Perú;

Que, el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA) contempla el mejoramiento de los servicios estratégicos de generación y transferencia de tecnología del INIA, con el objetivo de incorporar tecnologías a la producción agraria y disminuir brechas de productividad agraria; asimismo, considera una serie de acciones de apoyo en la gestión de procesos y ejecución de investigación y transferencia, uno de los cuales es el de implementar el Fondo de Investigación Estratégica, que incluye proyectos de investigación y transferencia vinculados a las prioridades nacionales y macro regionales de cultivos y crianzas considerando la acción transversal de áreas temáticas específicas. Estos proyectos han concursado a los fondos del referido programa;

Que, mediante Carta N° 0010-2015-INIA-PNIA el Director Ejecutivo del Programa Nacional de Innovación Agraria – PNIA, solicita incluir en el “Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA”, la campaña informativa denominada “*Información de Fondos Concursables*”, cuyo costo previsto asciende a la suma de S/. 116 200, 00 (Ciento dieciséis mil doscientos y 00/100 Soles);

Que, mediante Notas de Envío Nos. 063, 064 y 065-2015-INIA-PNIA/UPPS de fechas 14 de diciembre del 2015, el Jefe de la Unidad de Planificación, Presupuesto y Sistemas del Programa Nacional de Innovación Agraria – PNIA, otorga disponibilidad presupuestal por la suma total de S/. 116 200, 00 (Ciento dieciséis mil doscientos y 00/100 Soles), para la realización de la campaña publicitaria descrita precedentemente;

Que, mediante Resolución N° 0304-2015 del 05 de octubre del 2015, el Jurado Nacional de Elecciones aprobó el Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, que tiene como objetivo establecer las disposiciones reglamentarias destinadas al control y sanción de la difusión de propaganda electoral y publicidad estatal, así como la regulación de las actividades relativas al deber de neutralidad, durante el periodo electoral; de cumplimiento obligatorio, entre otros, para las entidades públicas de los niveles de gobierno nacional, y empresas del Estado, y de aplicación a los procesos de elecciones generales, regionales, municipales, complementarias y procesos de consulta popular de referéndum y revocatoria;

Que, el artículo 12° del Reglamento de Organización y Funciones – ROF del INIA, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2014-MINAGRI, establece que la Unidad de Imagen Institucional es la unidad orgánica responsable de conducir las acciones de comunicación, información, difusión y promoción de las actividades institucionales;

Que, mediante Informe N° 004-2015-INIA/SG-UII de fecha 17 de diciembre de 2015, complementado con Oficio N° 71-2015-INIA/SG-UII de fecha 23 de diciembre del 2015, la Unidad de Imagen Institucional se pronuncia favorablemente por la modificación del “Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – PNIA”, con el fin de incluir la campaña propuesta por el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA), fundamentando que la misma se adecúa al marco normativo de excepción de difusión de publicidad estatal;





RESOLUCIÓN JEFATURAL N°0321-2015-INIA

- 3 -

Que, en consecuencia resulta procedente modificar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA", aprobado con Resolución Jefatural N° 0242-2015-INIA del 07 de octubre del 2015, conforme a lo propuesta planteada por el Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA) y acogida por la Unidad de Imagen Institucional del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA;

De conformidad con lo establecido en la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, la Resolución N° 0304-2015-JNE que aprueba el Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, y el Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA, aprobado por Decreto Supremo N° 010-2014-MINAGRI; y con las visaciones del Secretario General, de los Directores de la Unidad de Imagen Institucional y Oficina de Asesoría Jurídica, respectivamente, así como del Director Ejecutivo del Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA);

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Modificar el "Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA", aprobado por Resolución Jefatural N° 0242-2015-INIA, conforme al Anexo que forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- La Unidad de Imagen Institucional, es la responsable del monitoreo y evaluación del cumplimiento de los objetivos del "Plan de Estrategia Publicitaria 2015 del Instituto Nacional de Innovación Agraria – INIA".

Regístrese y comuníquese



ALBERTO DANTE MAURER FOSSA
JEFE
Instituto Nacional de Innovación Agraria



PERÚ

Ministerio de
Agricultura y Riego

Instituto Nacional
de Innovación Agraria

Secretaría General

“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2015 INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA





PERÚ

Ministerio de
Agricultura y Riego

Instituto Nacional
de Innovación Agraria

Secretaría General

“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2015

INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA

I. Justificación:

El Ministerio de Agricultura y Riego tiene la misión de conducir la política nacional agraria, aplicable en todos los niveles de gobierno, generando bienes y servicios de excelencia a los sectores productivos agrarios, con énfasis en la familia campesina y el pequeño productor, promoviendo, en un ambiente sostenible, el crecimiento y desarrollo competitivo con equidad social e identidad cultural.

Una de las políticas agrarias señala que el sector debe fomentar la innovación y tecnificación agraria para lograr aumentos significativos en la oferta y la demanda de innovaciones tecnológicas de impacto sobre la productividad y la rentabilidad de los principales cultivos y crianzas de la agricultura nacional.

El Instituto Nacional de Innovación Agraria (INIA) es un organismo público adscrito al Ministerio de Agricultura y Riego, responsable de diseñar y ejecutar la estrategia nacional de innovación agraria.

El objetivo del INIA es promover y ejecutar diversas actividades que faciliten el desarrollo y fortalecimiento de la innovación tecnológica agraria nacional para la seguridad alimentaria e incremento de los niveles de competitividad de la producción agraria orientada, especialmente, a la inclusión social de los pequeños y medianos productores.

Según el Reglamento de Organización y Funciones del INIA aprobado por DS N° 010-2014-MINAGRI, el INIA debe fomentar la participación de los agricultores en programas de capacitación y entrenamiento para la incorporación de nuevas tecnologías, en los productos y procesos agroproductivos.



La Unidad de Imagen Institucional, dependiente de la Secretaría General, debe promover y ejecutar diversas actividades que faciliten el desarrollo y fortalecimiento de la innovación tecnológica agraria nacional para la seguridad alimentaria e incremento de los niveles de competitividad de la producción agraria orientada, especialmente, a la inclusión social de los pequeños y medianos productores.

Asimismo, este órgano debe centralizar, procesar y difundir las actividades institucionales a los medios de difusión, de acuerdo a la política de la entidad.

Por ello, es necesario diseñar e implementar campañas masivas de comunicación que contribuyan al cumplimiento de las políticas del sector.



PERÚ

Ministerio de
Agricultura y Riego

Instituto Nacional
de Innovación Agraria

Secretaría General

“Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación”

II. **Objetivo General:**

Informar a la ciudadanía en general y a la comunidad agraria sobre el cumplimiento de las políticas del sector relacionadas al fomento de la innovación y tecnificación agraria, en contextos habituales y de cambio climático.

III. **Objetivos Específicos:**

- a. Informar a la comunidad agraria de los avances en innovación y tecnificación agraria de cultivos y crianzas generada por el INIA, y promover su participación en espacios de formación que favorezcan sus vínculos y el desarrollo capacidades en procesos y herramientas de innovación.
- b. Posicionar al INIA como un proveedor de tecnologías de punta con gran impacto social, mejorando así el nivel de vida de los medianos y pequeños agricultores.
- c. Sensibilizar a la comunidad agraria sobre los efectos del cambio climático y el fenómeno de El Niño en cultivos y crianzas y brindar recomendaciones para desarrollar acciones que mitiguen su impacto.

IV. **Campañas a ejecutar:**

a. **Campaña:** Actuando Frente a El Niño - Prepárate Perú

Oficina Responsable:

Unidad de Imagen Institucional INIA

Público Objetivo:

Comunidad agropecuaria a nivel nacional, con énfasis en regiones con mayor índice de vulnerabilidad.

Objetivo:

Sensibilizar a la comunidad agraria sobre los efectos del cambio climático y el fenómeno de El Niño en cultivos y crianzas y brindar recomendaciones para desarrollar acciones que mitiguen su impacto.



Medios y plataformas de comunicación a utilizar:

Microprogramas radiales y/o spots y/o menciones en radio de alcance nacional y/o regional. Avisos informativos y/o encartes en medios impresos.

Los detalles de los medios y avisos se determinan en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada:

Se ha previsto una inversión de S/. 650, 000 aprox. (seiscientos cincuenta mil con 00/100 nuevos soles) incluyendo impuestos de ley.



PERÚ

Ministerio de
Agricultura y RiegoInstituto Nacional
de Innovación Agraria

Secretaría General

"Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

Periodo de difusión:

Entre los meses de setiembre y diciembre de 2015

b. Nombre de la campaña:	"Información de fondos concursables"
Oficina responsable:	Programa Nacional de Innovación Agraria
Público Objetivo:	Líderes de opinión, organizaciones agropecuarias y comunidad agrícola en general.
Objetivo:	Informar a la comunidad agropecuaria de los avances en la implementación de los componentes del Programa Nacional de Innovación Agraria.
Medios de comunicación a utilizar:	Prensa escrita y/o revistas especializadas
Inversión publicitaria proyectada:	Se ha previsto una inversión de S/. 116, 200

V. Cronograma de ejecución

Nº	Tema	Oficina a cargo	Periodo de ejecución	Medios
a.	Actuando Frente a El Niño - Prepárate Perú	Unidad de Imagen Institucional	Entre setiembre y diciembre de 2015	Radio Medios impresos
b.	"Información de fondos concursables"	Programa Nacional de Innovación Agraria	Entre Diciembre de 2015 y Enero de 2016	Prensa Revistas especializadas

VI. Inversión publicitaria total proyectada

Campaña	Monto en soles
Actuando Frente a El Niño - Prepárate Perú	650, 000
"Información de fondos concursables"	116, 200
Total de inversión publicitaria	766, 200



Año de la Diversificación Productiva y del Fortalecimiento de la Educación"

INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA



ANEXO A RESOLUCIÓN JEFATURAL N°

**MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2015 DEL
INSTITUTO NACIONAL DE INNOVACIÓN AGRARIA,**

I. CAMPAÑA A INCLUIRSE SEGÚN MODIFICACIÓN APROBADA

Información de Fondos Concursables.

II. UNIDAD RESPONSABLE

Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA).

III. PÚBLICO OBJETIVO

Líderes de opinión, organizaciones agropecuarias y comunidad agrícola en general.

IV. OBJETIVO

Informar a la comunidad agropecuaria de los avances en la implementación de los componentes del Programa Nacional de Innovación Agraria (PNIA).

V. MEDIOS DE COMUNICACIÓN A UTILIZAR

Revistas especializadas.

VI. INVERSIÓN PUBLICITARIA PROYECTADA

Se ha previsto una inversión de S/. 116 200, 00 (Ciento dieciséis mil doscientos y 00/100 Soles), incluyendo impuestos de ley.

VII. PERIODO DE DIFUSIÓN

Entre los meses de diciembre 2015 y enero 2016.

VIII. DATOS ESPECÍFICOS DE LA PUBLICIDAD

EMPRESA QUE DIFUNDIRÁ LA PUBLICIDAD ESTATAL	DATOS ESPECÍFICOS DE LA PUBLICIDAD		
	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	INVERSIÓN
Agro Noticias, Revista para el desarrollo	Publireportaje	1	S/. 55 000,00
Revista Agrum (Fundación para el desarrollo)	Publireportaje	1	S/. 47 200,00
Revista Agrovalle	Publireportaje	1	S/. 14 000,00
TOTAL			S/. 116 200,00

IX. DISPOSICIONES FINALES

Conforme a lo dispuesto por el artículo 20° de la Resolución N° 0304-2015 (Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral), la campaña informativa aprobada se sujetará a las siguientes disposiciones:

- Los avisos, en ningún, caso podrán contener o hacer alusión a colores, nombres, frases o textos, símbolos, signos o cualquier otro elemento directa o indirectamente relacionado con una organización política.
- Ningún funcionario o servidor público perteneciente a una entidad o a cualquiera de sus dependencias podrá aparecer en la publicidad estatal, a través de su imagen, nombre, voz, cargo o cualquier otro medio que de forma indubitable lo identifique.

Asimismo, una vez ejecutada la difusión de la información sobre los Fondos Concursables, la Unidad de Imagen Institucional, a través del Titular del Pliego, dentro del plazo de siete (7) días hábiles computados desde el día siguiente del inicio de la difusión, presentará al JEE el formato de reporte posterior (Anexo N° 2) que contendrá una descripción detallada del aviso o mensaje publicitario, con la indicación de la fecha de inicio, el medio empleado para la difusión, el fundamento de la impostergable necesidad o utilidad pública, un ejemplar o muestra fotográfica del medio publicitario y, de ser el caso, su ubicación.
