

ORDENANZA N° 1019-2015-ALC/MVES
15 DE DICIEMBRE DEL 2015
www.villasalvador.gub.gv

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA N°1019-2015-ALC/MVES

Villa El Salvador, 30 de diciembre del 2015

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VILLA EL SALVADOR

VISTO: El Informe N° 083-2015-UII/ALC-MVES, el Informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto, el Informe N° 637-2015-OAJ/MVES de la Oficina de Asesoría Jurídica, y el Memorandum 2198-2015-GM/MVES de la Gerencia Municipal y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo II del Título Preliminar de la Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades, en el Artículo 194° establece que los Gobiernos Locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia teniendo en cuenta que dicha autonomía radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración con sujeción al ordenamiento jurídico;

Que, la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 186-2015-PCM aprueba el "Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública", que tiene como objetivo brindar criterios y lineamientos de obligatorio cumplimiento para las entidades de la administración pública, con la finalidad de mejorar la labor desempeñada en la atención otorgada al ciudadano y en la provisión de bienes y servicios públicos;

Que, de acuerdo al Artículo 72° del Reglamento de Organización y Funciones -- ROF, aprobado por ORDENANZA 298-MVES, corresponde a la Unidad de Imagen Institucional proponer, desarrollar e implementar, estrategias e instrumentos de prensa, imagen institucional, información y comunicación a nivel interno y externo, a fin de fortalecer la imagen Corporativa y mejorar el posicionamiento de la Municipalidad en la población;

Que, la Unidad de Imagen Institucional a través del INFORME N°093-2015-UII/ALC-MVES remite a la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto el "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018";

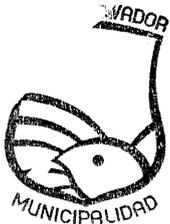
Que, el informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto indica se realizó la revisión del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" emitiendo opinión favorable y solicitando su aprobación;

Que, mediante Informe N° 637-2015-OAJ/MVES la Oficina de Asesoría Jurídica emite opinión favorable para la aprobación del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018", asimismo, con Memorandum 2198-2015-GM/MVES la Gerencia Municipal remite los actuados a fin de que se proceda con la emisión del dispositivo municipal correspondiente;

Estando a lo informado en uso de las facultades conferidas en el numeral 6) del Artículo 20° de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO - APROBAR el denominado "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución de Alcaldía

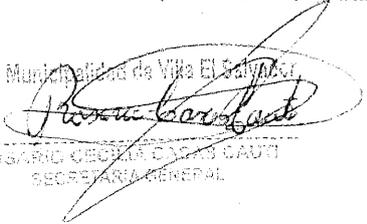


CENTRAL TELEFÓNICA 319-2530
TELEFAX: 287-1071
www.munives.gob.pe

ARTICULO SEGUNDO.- DESIGNAR a la Unidad de Imagen Institucional como responsable del monitoreo y cumplimiento del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018"; así como de la evaluación del impacto del referido Plan.

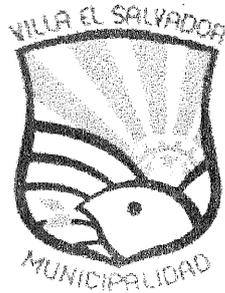
ARTICULO TERCERO.- ENCARGAR a la Unidad de Desarrollo Tecnológico y Estadística la publicación de la presente Resolución de Alcaldía en el portal institucional www.munives.gob.pe.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CÚPLASE


Municipalidad de Villa El Salvador
ROSARIO CECILIA DÍAZ CAURI
SECRETARÍA GENERAL


Municipalidad Distrital De Villa El Salvador
GUIDO INIGO PERALTA
ALCALDE

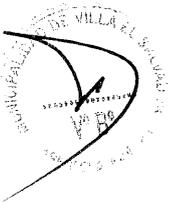




PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR 2016 - 2018

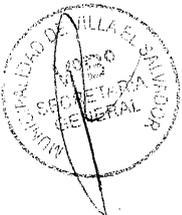


Estrategias comunicacionales para una mayor difusión de las actividades, acciones y/o proyectos para conocimiento de los ciudadanos



UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL

PERÚ - 2015



Presentación

El presente Plan Comunicacional tiene como fin idear, desarrollar y ejecutar las estrategias de comunicación para una mayor cobertura informativa a los/las ciudadanos/as de Villa El Salvador con el propósito de que todos/as estén enterados/as sobre la actividades, obras, planes y proyectos que efectúa la municipalidad a su favor.

Dentro de este Plan se identifican las estrategias que conlleven a una mejor comunicación y atención de la Plataforma de Atención al Ciudadano, pues se busca que queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

Como comunicadores sociales, el personal de la Unidad de Imagen Institucional está capacitado para desarrollar dichas estrategias en base a su experiencia profesional, la misma que es aplicable a una mayor interacción con el público objetivo (ciudadanos/as de VES).

El Plan contempla un breve análisis FODA, las estrategias propiamente dichas, cuadro estadístico de medición del conocimiento de los/las ciudadanos/as sobre las actividades de la municipalidad, conclusiones y recomendaciones.



I. ANTECEDENTES

Villa El Salvador es un distrito que nació de los arenales y poco a poco fue creciendo gracias al empuje de sus pobladores, sus dirigentes, así como de la zona industrial conformada por pequeños empresarios, hombres de luchas que forjaron su futuro en este distrito emprendedor.

I.1. Indicadores:

Entre los principales indicadores identificados tenemos los siguientes:

- N° de Comunicadores sociales, personal que integra la Unidad de Imagen Institucional que tiene a cargo coordinar, desarrollar, planificar, ejecutar y evaluar las acciones que conlleva a la difusión de una buena imagen corporativa hacia el público externo.
- N° de Ciudadanos informados, que conforman la población de Villa El Salvador el cual es un promedio de 500 mil habitantes y para quienes se brinda los servicios municipales a fin de que tengan una mejor calidad de vida.
- N° de Servicios que están a disposición de los/las ciudadanos/as, que son administrados por Municipalidad, en ese sentido la entidad tiene la obligación de brindar servicios de buena calidad tales como: limpieza pública, áreas verdes, serenazgo, entre otros.
- N° de ciudadanos atendidos, meta cuya actividad primordial es la mejor atención a los/las ciudadanos/as y que éstos queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

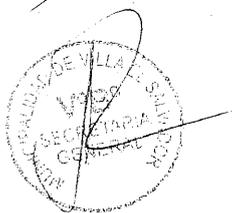
II. DIAGNÓSTICO

La Municipalidad de Villa El Salvador se orienta en el logro de una gestión democrática, participativa, transparente y constructora de ciudadanía, efectivizando el alineamiento con el Plan Integral de Desarrollo Concertado de la ciudad y teniendo como principal valor a los ciudadanos de Villa El Salvador.

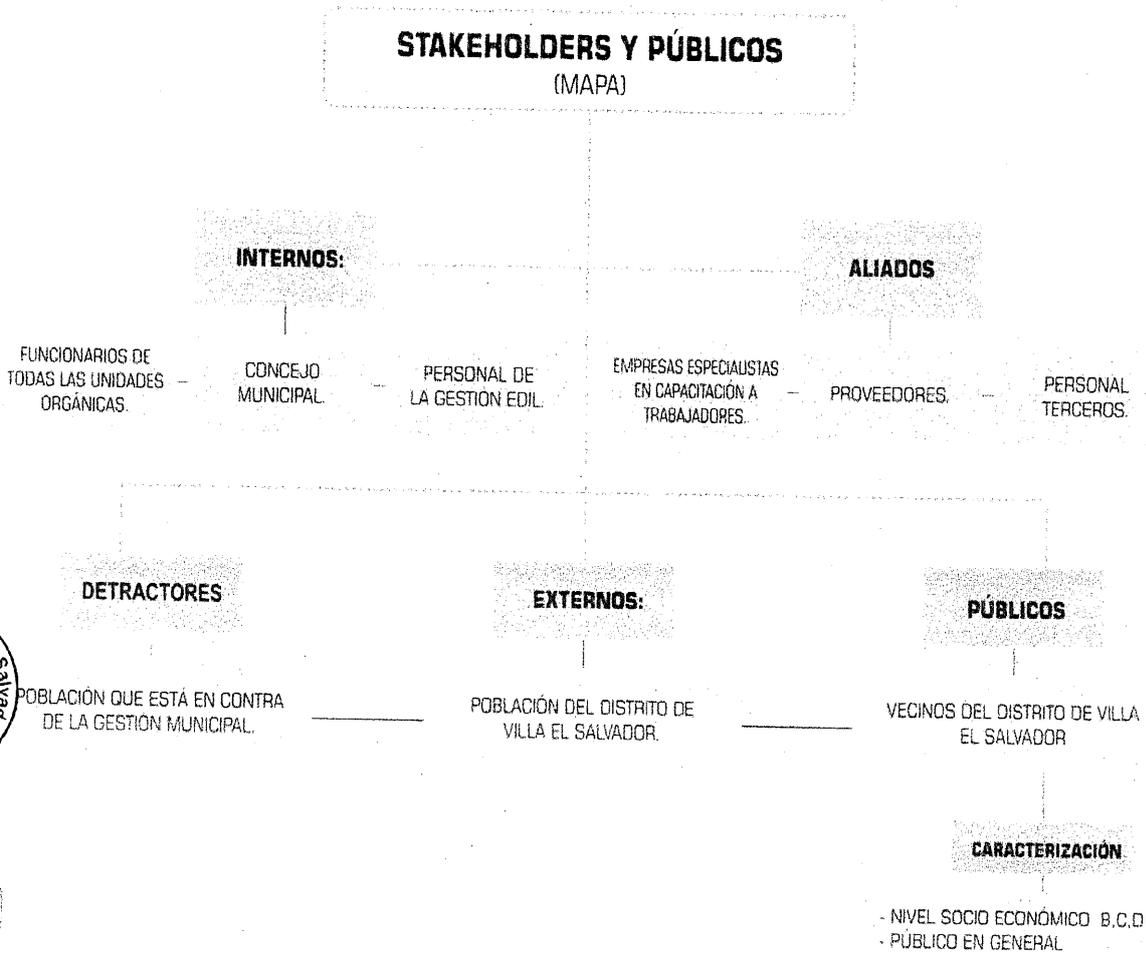
Toda la labor no podría ser ejecutada sino no se contase con un diagnóstico, que nos dé una mirada panorámica de la situación.

A continuación el análisis FODA de la Municipalidad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Alta aprobación del alcalde Guido Iñigo Peralta. • Buena difusión de las campañas de Amnistía Tributaria. • Trabajo de la mano con las organizaciones sociales del distrito. • El alcalde como máxima autoridad tiene reuniones de coordinación con autoridades de los sectores. • Página web institucional • Incorporación del enfoque de resultados en la gestión municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • En este último año, se constató una reducción del índice de morosidad en un 15%, lo que evidencia la confianza de los ciudadanos en esta gestión. • Apoyo de los distritos limítrofes que conforman la Mancomunidad Lima Sur, siendo el presidente el alcalde Guido Iñigo Peralta. • Nuevas tecnologías de comunicación, Smartphone, Facebook, Whatsapp, Twitter.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los niveles de una atención de calidad hacia el ciudadano, todavía sigue siendo baja. • Bajo nivel de capacitación de personal que labora en la Plataforma de Atención al Ciudadano. • Mala infraestructura de las instalaciones de la Plataforma de Atención al Ciudadano. • No se llega a interactuar los/las ciudadanos/as por la baja velocidad de internet del usuario en línea. • Procesos no identificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que no aportan en el desarrollo de distrito, poniendo trabas y retrasando el progreso. • Los altos índices de inseguridad que se vive a nivel distrital y nacional. • Escaso apoyo policial para los operativos en contra de los que no cumplen con las disposiciones municipales. • Falta de consciencia cívica por parte de algunos ciudadanos/as que no respetan las normas.



III. MAPA DE STAKEHOLDERS Y PÚBLICOS



IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General:

Mejorar la comunicación e información con los/las ciudadanos/as del distrito, brindando una óptima atención en los servicios que brinda la municipalidad.

4.2 Objetivos Específicos:

- Mejorar los canales de comunicación e información con los ciudadanos del distrito.
- Concientizar al personal de la municipalidad sobre la importancia de darle la información que requiere el ciudadano.
- Mejorar los ambientes de la Plataforma de Atención al Ciudadano.

- Incrementar el número de herramientas de interacción para la información y comunicación con el ciudadano.

V. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

PIEZAS COMUNICACIONALES DE LAS ESTRATEGIAS

1.- PUBLICIDAD ESCRITA	2.- PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	3.- PUBLICIDAD GRÁFICA
Boletines	Perifoneo	Pasacalles
Revista institucional	Videos en redes sociales	Banners
Trípticos	Spot publicitarios en los mercados	Volantes
Dípticos	Circuito cerrado de televisión	Afiches
		Posteras
		Stickers
4.-PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	5.-MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6.- OTROS
Facebook	Prensa Escrita	Whatsapp
Twitter	Prensa Televisiva	
Instagram	Prensa Radiofónica	

5.1 PUBLICIDAD ESCRITA

Para mantener más informado al ciudadano se ha planteado elaborar un boletín institucional mensual, el cual contenga todas las actividades y acciones que ejecuta la municipalidad en beneficio de los/las ciudadanos/as. Así, todos podrán estar enterados de las actividades y los planes que vienen realizando las diferentes unidades orgánicas de la municipalidad.

Asimismo, las actividades y campañas que realiza la Municipalidad a favor de los/las ciudadanos/as, se informará a través de banners, afiches, volantes, pasacalles y posteros. Por ejemplo, la campaña de Amnistía Tributaria es difundida en todo VES con estas piezas comunicacionales.

5.2 PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

La publicidad audiovisual se ejecuta a través del perifoneo dentro de las unidades móviles de la municipalidad, que circulan por todo el distrito. De esta manera, una locución en off difunde las diversas campañas municipales, las que son recepcionadas por los/las ciudadanos/as. Los videos institucionales también son otros trabajos que se elaboran y se publican en las redes sociales de la Municipalidad. El editor de la Unidad de Imagen Institucional se encarga de elaborar estos videos, los que contienen información sobre las actividades y acciones de la gestión. Otro medio de difusión es mediante el circuito cerrado -que se proyecta en los televisores- que se encuentran dentro de la Municipalidad.

5.3 PUBLICIDAD GRÁFICA

En cuanto al material gráfico se elaboran: pasacalles, afiches, banners, posters que son colocados en puntos estratégicos del distrito, así como los volantes que se entregan a domicilio a cada ciudadano/a. Estos contienen información de las diversas campañas que realiza la Municipalidad a favor de los/las ciudadanos/as.

5.4 PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Para tener más efectividad, se utiliza también las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, que son herramientas que nos permiten interactuar con los/las ciudadanos/as, teniendo como resultado el feedback. Allí se publican todas las actividades que realiza la comuna. Lo más importante es que esta interacción conlleva a que el/la ciudadano/a pueda presentar sus ideas, reclamos o hacer sus sugerencias de una manera rápida y efectiva sin necesidad de mayores trámites.

5.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los Medios de Comunicación son muy importantes ya que son nuestros aliados para difundir por diferentes plataformas como la radio, prensa escrita y televisión. En tal sentido, se ha programado realizar entrevistas con los responsables de las actividades que se desarrollen o con la vía microondas desde el lugar de los hechos.

5.6 OTROS

Otras de las piezas comunicacionales que se tiene programado utilizar es Whatsapp que hoy en día se utiliza en los celulares y que ayuda a tener una relación más estrecha con los/las ciudadanos/as, recibiendo sus denuncias y sugerencias para mejorar en la actual gestión.



RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA N°1019-2015-ALC/MVES

Villa El Salvador, 30 de diciembre del 2015

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VILLA EL SALVADOR

VISTO: El Informe N° 083-2015-UIM/ALC-MVES, el Informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto, el Informe N° 637-2015-OAJ/MVES de la Oficina de Asesoría Jurídica, y el Memorandum 2198-2015-GM/MVES de la Gerencia Municipal; y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo II del Título Preliminar de la Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades, en el Artículo 194° establece que los Gobiernos Locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia, teniendo en cuenta que dicha autonomía radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración con sujeción al ordenamiento jurídico;

Que, la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 186-2015-PCM aprueba el "Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública", que tiene como objetivo brindar criterios y lineamientos de obligatorio cumplimiento para las entidades de la administración pública, con la finalidad de mejorar la labor desempeñada en la atención otorgada al ciudadano y en la provisión de bienes y servicios públicos;

Que, de acuerdo al Artículo 72° del Reglamento de Organización y Funciones -- ROF, aprobado por ORDENANZA 298-MVES, corresponde a la Unidad de Imagen Institucional proponer, desarrollar e implementar, estrategias e instrumentos de prensa, imagen institucional, información y comunicación a nivel interno y externo, a fin de fortalecer la imagen Corporativa y mejorar el posicionamiento de la Municipalidad en la población;

Que, la Unidad de Imagen Institucional a través del INFORME N°083-2015-UIM/ALC-MVES remite a la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto el "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018";

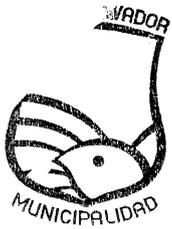
Que, el informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto indica se realizó la revisión del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" emitiendo opinión favorable y solicitando su aprobación;

Que, mediante Informe N° 637-2015-OAJ/MVES la Oficina de Asesoría Jurídica emite opinión favorable para la aprobación del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018", asimismo, con Memorandum 2198-2015-GM/MVES la Gerencia Municipal remite los actuados a fin de que se proceda con la emisión del dispositivo municipal correspondiente;

Estando a lo informado en uso de las facultades conferidas en el numeral 6) del Artículo 20° de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO - APROBAR el denominado "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución de Alcaldía



CENTRAL TELEFÓNICA 319-2530
TELEFAX: 287-1071
www.munives.gob.pe

ARTICULO SEGUNDO.- DESIGNAR a la Unidad de Imagen Institucional como responsable del monitoreo y cumplimiento del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018"; así como de la evaluación del impacto del referido Plan.

ARTICULO TERCERO.- ENCARGAR a la Unidad de Desarrollo Tecnológico y Estadística la publicación de la presente Resolución de Alcaldía en el portal institucional www.munives.gob.pe.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CÚMPLASE



Municipalidad de Villa El Salvador

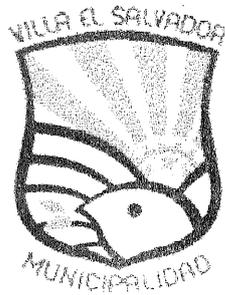
ROSARIO CECILIA CORDOVA CAUCHI
SECRETARIA GENERAL



Municipalidad Distrital De Villa El Salvador

GUIDO INIGO PERALTA
ALCALDE





**PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA
MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR 2016 - 2018**

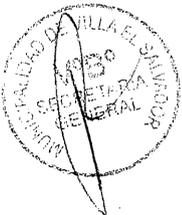
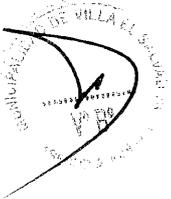


Estrategias comunicacionales para una mayor difusión de las actividades, acciones y/o proyectos para conocimiento de los ciudadanos



UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL

PERÚ - 2015



Presentación

El presente Plan Comunicacional tiene como fin idear, desarrollar y ejecutar las estrategias de comunicación para una mayor cobertura informativa a los/las ciudadanos/as de Villa El Salvador con el propósito de que todos/as estén enterados/as sobre la actividades, obras, planes y proyectos que efectúa la municipalidad a su favor.

Dentro de este Plan se identifican las estrategias que conlleven a una mejor comunicación y atención de la Plataforma de Atención al Ciudadano, pues se busca que queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

Como comunicadores sociales, el personal de la Unidad de Imagen Institucional está capacitado para desarrollar dichas estrategias en base a su experiencia profesional, la misma que es aplicable a una mayor interacción con el público objetivo (ciudadanos/as de VES).

El Plan contempla un breve análisis FODA, las estrategias propiamente dichas, cuadro estadístico de medición del conocimiento de los/las ciudadanos/as sobre las actividades de la municipalidad, conclusiones y recomendaciones.



I. ANTECEDENTES

Villa El Salvador es un distrito que nació de los arenales y poco a poco fue creciendo gracias al empuje de sus pobladores, sus dirigentes, así como de la zona industrial conformada por pequeños empresarios, hombres de luchas que forjaron su futuro en este distrito emprendedor.

1.1. Indicadores:

Entre los principales indicadores identificados tenemos los siguientes:

- N° de Comunicadores sociales, personal que integra la Unidad de Imagen Institucional que tiene a cargo coordinar, desarrollar, planificar, ejecutar y evaluar las acciones que conlleva a la difusión de una buena imagen corporativa hacia el público externo.
- N° de Ciudadanos informados, que conforman la población de Villa El Salvador el cual es un promedio de 500 mil habitantes y para quienes se brinda los servicios municipales a fin de que tengan una mejor calidad de vida.
- N° de Servicios que están a disposición de los/las ciudadanos/as, que son administrados por Municipalidad, en ese sentido la entidad tiene la obligación de brindar servicios de buena calidad tales como: limpieza pública, áreas verdes, serenazgo, entre otros.
- N° de ciudadanos atendidos, meta cuya actividad primordial es la mejor atención a los/las ciudadanos/as y que éstos queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

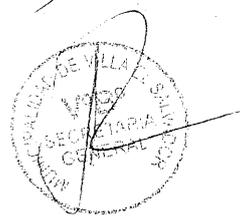
II. DIAGNÓSTICO

La Municipalidad de Villa El Salvador se orienta en el logro de una gestión democrática, participativa, transparente y constructora de ciudadanía, efectivizando el alineamiento con el Plan Integral de Desarrollo Concertado de la ciudad y teniendo como principal valor a los ciudadanos de Villa El Salvador.

Toda la labor no podría ser ejecutada sino no se contase con un diagnóstico, que nos dé una mirada panorámica de la situación.

A continuación el análisis FODA de la Municipalidad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Alta aprobación del alcalde Guido Iñigo Peralta. • Buena difusión de las campañas de Amnistía Tributaria. • Trabajo de la mano con las organizaciones sociales del distrito. • El alcalde como máxima autoridad tiene reuniones de coordinación con autoridades de los sectores. • Página web institucional • Incorporación del enfoque de resultados en la gestión municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • En este último año, se constató una reducción del índice de morosidad en un 15%, lo que evidencia la confianza de los ciudadanos en esta gestión. • Apoyo de los distritos limítrofes que conforman la Mancomunidad Lima Sur, siendo el presidente el alcalde Guido Iñigo Peralta. • Nuevas tecnologías de comunicación, Smartphone, Facebook, Whatsapp, Twitter.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los niveles de una atención de calidad hacia el ciudadano, todavía sigue siendo baja. • Bajo nivel de capacitación de personal que labora en la Plataforma de Atención al Ciudadano. • Mala infraestructura de las instalaciones de la Plataforma de Atención al Ciudadano. • No se llega a interactuar los/las ciudadanos/as por la baja velocidad de internet del usuario en línea. • Procesos no identificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que no aportan en el desarrollo de distrito, poniendo trabas y retrasando el progreso. • Los altos índices de inseguridad que se vive a nivel distrital y nacional. • Escaso apoyo policial para los operativos en contra de los que no cumplen con las disposiciones municipales. • Falta de consciencia cívica por parte de algunos ciudadanos/as que no respetan las normas.





VILLA EL SALVADOR
MUNICIPALIDAD

RESOLUCIÓN DE ALCALDÍA N°1019-2015-ALC/MVES

Villa El Salvador, 30 de diciembre del 2015

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE VILLA EL SALVADOR

VISTO: El Informe N° 083-2015-UI/ALC-MVES, el Informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto, el Informe N° 637-2015-OAJ/MVES de la Oficina de Asesoría Jurídica, y el Memorandum 2198-2015-GM/MVES de la Gerencia Municipal; y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo II del Título Preliminar de la Ley N° 27972 - Ley Orgánica de Municipalidades, en el Artículo 194° establece que los Gobiernos Locales gozan de autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia, teniendo en cuenta que dicha autonomía radica en la facultad de ejercer actos de gobierno, administrativos y de administración con sujeción al ordenamiento jurídico;

Que, la RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 186-2015-PCM aprueba el "Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las Entidades de la Administración Pública", que tiene como objetivo brindar criterios y lineamientos de obligatorio cumplimiento para las entidades de la administración pública, con la finalidad de mejorar la labor desempeñada en la atención otorgada al ciudadano y en la provisión de bienes y servicios públicos;

Que, de acuerdo al Artículo 72° del Reglamento de Organización y Funciones -- ROF, aprobado por ORDENANZA 298-MVES, corresponde a la Unidad de Imagen Institucional proponer, desarrollar e implementar, estrategias e instrumentos de prensa, imagen institucional, información y comunicación a nivel interno y externo, a fin de fortalecer la imagen Corporativa y mejorar el posicionamiento de la Municipalidad en la población;

Que, la Unidad de Imagen Institucional a través del INFORME N°083-2015-UI/ALC-MVES remite a la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto el "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018";

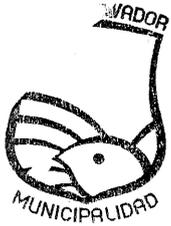
Que, el Informe N° 183-2015-OPRP/MVES de la Oficina de Planeamiento, Racionalización y Presupuesto indica se realizó la revisión del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" emitiendo opinión favorable y solicitando su aprobación;

Que, mediante Informe N° 637-2015-OAJ/MVES la Oficina de Asesoría Jurídica emite opinión favorable para la aprobación del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018", asimismo, con Memorandum 2198-2015-GM/MVES la Gerencia Municipal remite los actuados a fin de que se proceda con la emisión del dispositivo municipal correspondiente;

Estando a lo informado en uso de las facultades conferidas en el numeral 6) del Artículo 20° de la Ley Orgánica de Municipalidades N° 27972,

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el denominado "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018" cuyo texto en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución de Alcaldía

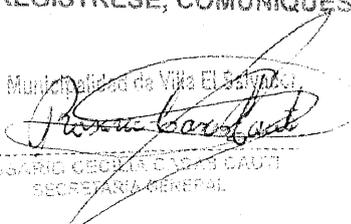


CENTRAL TELEFÓNICA 319-2530
TELEFAX: 287-1071
www.munives.gob.pe

ARTICULO SEGUNDO.- DESIGNAR a la Unidad de Imagen Institucional como responsable del monitoreo y cumplimiento del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 - 2018"; así como de la evaluación del impacto del referido Plan.

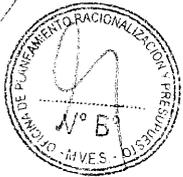
ARTICULO TERCERO.- ENCARGAR a la Unidad de Desarrollo Tecnológico y Estadística la publicación de la presente Resolución de Alcaldía en el portal institucional www.munives.gob.pe.

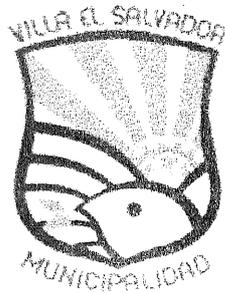
REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CÚMPLASE

Municipalidad de Villa El Salvador

ROSARIO CECILIA CASAS CAUTI
SECRETARÍA GENERAL

Municipalidad Distrital De Villa El Salvador

GUIDO INIGO PERALTA
ALCALDE





PLAN DE COMUNICACIÓN DE LA MUNICIPALIDAD DE VILLA EL SALVADOR 2016 - 2018

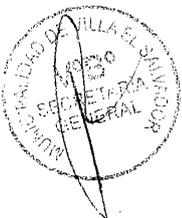
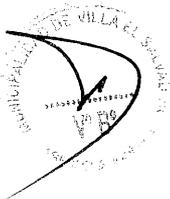


Estrategias comunicacionales para una mayor difusión de las actividades, acciones y/o proyectos para conocimiento de los ciudadanos



UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL

PERÚ - 2015



Presentación

El presente Plan Comunicacional tiene como fin idear, desarrollar y ejecutar las estrategias de comunicación para una mayor cobertura informativa a los/las ciudadanos/as de Villa El Salvador con el propósito de que todos/as estén enterados/as sobre la actividades, obras, planes y proyectos que efectúa la municipalidad a su favor.

Dentro de este Plan se identifican las estrategias que conlleven a una mejor comunicación y atención de la Plataforma de Atención al Ciudadano, pues se busca que queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

Como comunicadores sociales, el personal de la Unidad de Imagen Institucional está capacitado para desarrollar dichas estrategias en base a su experiencia profesional, la misma que es aplicable a una mayor interacción con el público objetivo (ciudadanos/as de VES).

El Plan contempla un breve análisis FODA, las estrategias propiamente dichas, cuadro estadístico de medición del conocimiento de los/las ciudadanos/as sobre las actividades de la municipalidad, conclusiones y recomendaciones.



I. ANTECEDENTES

Villa El Salvador es un distrito que nació de los arenales y poco a poco fue creciendo gracias al empuje de sus pobladores, sus dirigentes, así como de la zona industrial conformada por pequeños empresarios, hombres de luchas que forjaron su futuro en este distrito emprendedor.

1.1. Indicadores:

Entre los principales indicadores identificados tenemos los siguientes:

- N° de Comunicadores sociales, personal que integra la Unidad de Imagen Institucional que tiene a cargo coordinar, desarrollar, planificar, ejecutar y evaluar las acciones que conlleva a la difusión de una buena imagen corporativa hacia el público externo.
- N° de Ciudadanos informados, que conforman la población de Villa El Salvador el cual es un promedio de 500 mil habitantes y para quienes se brinda los servicios municipales a fin de que tengan una mejor calidad de vida.
- N° de Servicios que están a disposición de los/las ciudadanos/as, que son administrados por Municipalidad, en ese sentido la entidad tiene la obligación de brindar servicios de buena calidad tales como: limpieza pública, áreas verdes, serenazgo, entre otros.
- N° de ciudadanos atendidos, meta cuya actividad primordial es la mejor atención a los/las ciudadanos/as y que éstos queden satisfechos con los servicios que brinda la Municipalidad.

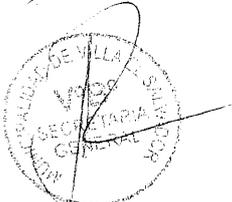
II. DIAGNÓSTICO

La Municipalidad de Villa El Salvador se orienta en el logro de una gestión democrática, participativa, transparente y constructora de ciudadanía, efectivizando el alineamiento con el Plan Integral de Desarrollo Concertado de la ciudad y teniendo como principal valor a los ciudadanos de Villa El Salvador.

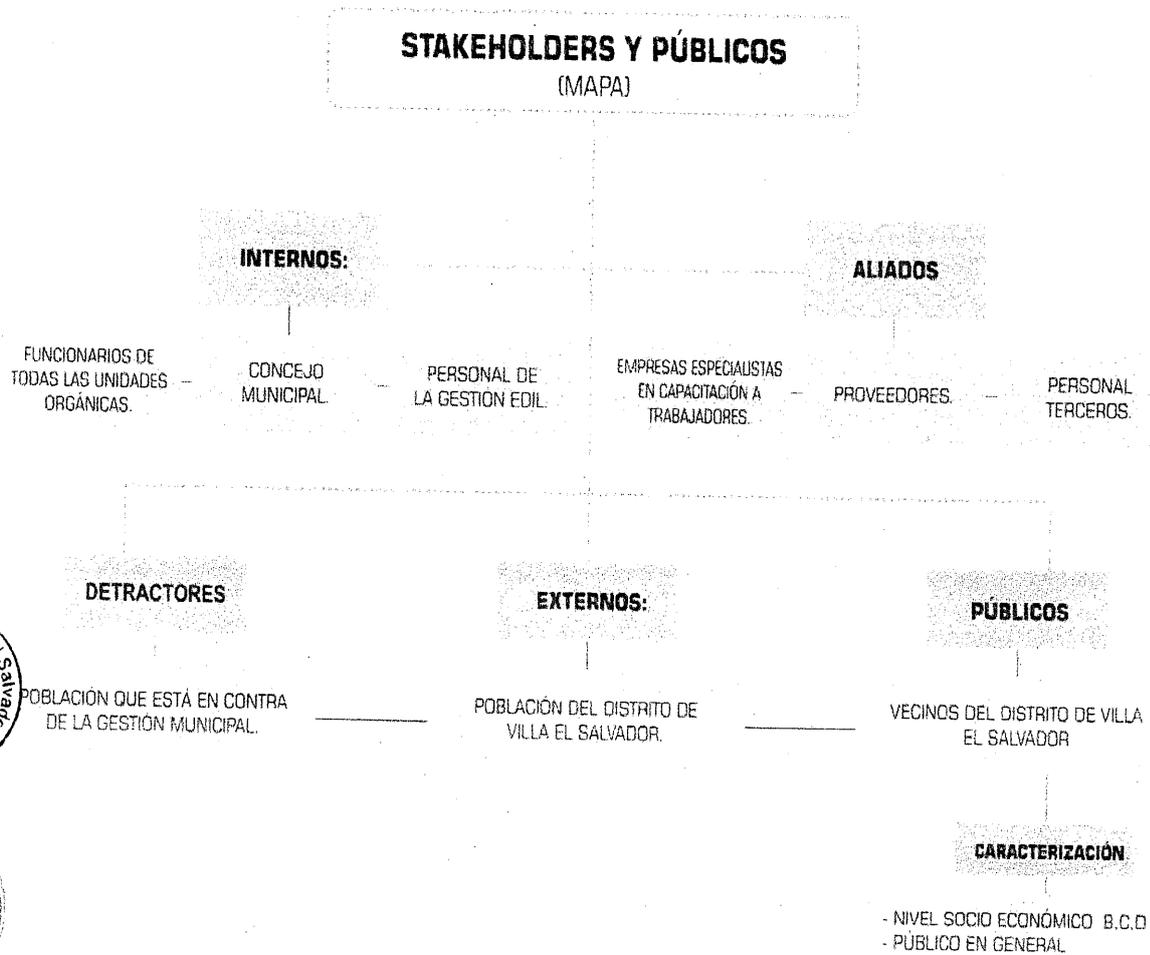
Toda la labor no podría ser ejecutada sino no se contase con un diagnóstico, que nos dé una mirada panorámica de la situación.

A continuación el análisis FODA de la Municipalidad.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Alta aprobación del alcalde Guido Iñigo Peralta. • Buena difusión de las campañas de Amnistía Tributaria. • Trabajo de la mano con las organizaciones sociales del distrito. • El alcalde como máxima autoridad tiene reuniones de coordinación con autoridades de los sectores. • Página web institucional • Incorporación del enfoque de resultados en la gestión municipal 	<ul style="list-style-type: none"> • En este último año, se constató una reducción del índice de morosidad en un 15%, lo que evidencia la confianza de los ciudadanos en esta gestión. • Apoyo de los distritos limítrofes que conforman la Mancomunidad Lima Sur, siendo el presidente el alcalde Guido Iñigo Peralta. • Nuevas tecnologías de comunicación, Smartphone, Facebook, Whatsapp, Twitter.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Los niveles de una atención de calidad hacia el ciudadano, todavía sigue siendo baja. • Bajo nivel de capacitación de personal que labora en la Plataforma de Atención al Ciudadano. • Mala infraestructura de las instalaciones de la Plataforma de Atención al Ciudadano. • No se llega a interactuar los/las ciudadanos/as por la baja velocidad de internet del usuario en línea. • Procesos no identificados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personas que no aportan en el desarrollo de distrito, poniendo trabas y retrasando el progreso. • Los altos índices de inseguridad que se vive a nivel distrital y nacional. • Escaso apoyo policial para los operativos en contra de los que no cumplen con las disposiciones municipales. • Falta de consciencia cívica por parte de algunos ciudadanos/as que no respetan las normas.



III. MAPA DE STAKEHOLDERS Y PÚBLICOS



IV. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General:

Mejorar la comunicación e información con los/las ciudadanos/as del distrito, brindando una óptima atención en los servicios que brinda la municipalidad.

4.2 Objetivos Específicos:

- Mejorar los canales de comunicación e información con los ciudadanos del distrito.
- Concientizar al personal de la municipalidad sobre la importancia de darle la información que requiere el ciudadano.
- Mejorar los ambientes de la Plataforma de Atención al Ciudadano.

- Incrementar el número de herramientas de interacción para la información y comunicación con el ciudadano.

V. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

PIEZAS COMUNICACIONALES DE LAS ESTRATEGIAS

1.- PUBLICIDAD ESCRITA	2.- PUBLICIDAD AUDIOVISUAL	3.- PUBLICIDAD GRÁFICA
Boletines	Perifoneo	Pasacalles
Revista institucional	Videos en redes sociales	Banners
Tripticos	Spot publicitarios en los mercados	Volantes
Dípticos	Circuito cerrado de televisión	Afiches
		Posteras
		Stickers
4.-PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	5.-MEDIOS DE COMUNICACIÓN	6.- OTROS
Facebook	Prensa Escrita	Whatsapp
Twitter	Prensa Televisiva	
Instagram	Prensa Radiofónica	

5.1 PUBLICIDAD ESCRITA

Para mantener más informado al ciudadano se ha planteado elaborar un boletín institucional mensual, el cual contenga todas las actividades y acciones que ejecuta la municipalidad en beneficio de los/las ciudadanos/as. Así, todos podrán estar enterados de las actividades y los planes que vienen realizando las diferentes unidades orgánicas de la municipalidad.

Asimismo, las actividades y campañas que realiza la Municipalidad a favor de los/las ciudadanos/as, se informará a través de banners, afiches, volantes, pasacalles y posteros. Por ejemplo, la campaña de Amnistía Tributaria es difundida en todo VES con estas piezas comunicacionales.

5.2 PUBLICIDAD AUDIOVISUAL

La publicidad audiovisual se ejecuta a través del perifoneo dentro de las unidades móviles de la municipalidad, que circulan por todo el distrito. De esta manera, una locución en off difunde las diversas campañas municipales, las que son recepcionadas por los/las ciudadanos/as. Los videos institucionales también son otros trabajos que se elaboran y se publican en las redes sociales de la Municipalidad. El editor de la Unidad de Imagen Institucional se encarga de elaborar estos videos, los que contienen información sobre las actividades y acciones de la gestión. Otro medio de difusión es mediante el circuito cerrado -que se proyecta en los televisores- que se encuentran dentro de la Municipalidad.

5.3 PUBLICIDAD GRÁFICA

En cuanto al material gráfico se elaboran: pasacalles, afiches, banners, posters que son colocados en puntos estratégicos del distrito, así como los volantes que se entregan a domicilio a cada ciudadano/a. Estos contienen información de las diversas campañas que realiza la Municipalidad a favor de los/las ciudadanos/as.

5.4 PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

Para tener más efectividad, se utiliza también las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, que son herramientas que nos permiten interactuar con los/las ciudadanos/as, teniendo como resultado el feedback. Allí se publican todas las actividades que realiza la comuna. Lo más importante es que esta interacción conlleva a que el/la ciudadano/a pueda presentar sus ideas, reclamos o hacer sus sugerencias de una manera rápida y efectiva sin necesidad de mayores trámites.

5.5 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los Medios de Comunicación son muy importantes ya que son nuestros aliados para difundir por diferentes plataformas como la radio, prensa escrita y televisión. En tal sentido, se ha programado realizar entrevistas con los responsables de las actividades que se desarrollen o con la vía microondas desde el lugar de los hechos.

5.6 OTROS

Otras de las piezas comunicacionales que se tiene programado utilizar es Whatsapp que hoy en día se utiliza en los celulares y que ayuda a tener una relación más estrecha con los/las ciudadanos/as, recibiendo sus denuncias y sugerencias para mejorar en la actual gestión.

VI. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA CADA OFICINA DE LA MUNICIPALIDAD

La Municipalidad de Villa El Salvador tiene diferentes áreas que brindan atención a la ciudadanía, entre ellas tenemos las siguientes:

6.1 Oficina de Participación Ciudadana.-

Una de sus funciones es convocar al público cuando hay una actividad y/o evento que organice dicha institución. Con ellos se coordina el perifoneo para que se dé a conocer en las zonas más cercanas al evento que se va desarrollar. Asimismo, a dicha área se les entrega un volante virtual para que puedan promocionar por Whatsapp o mediante cartas entregadas a cada vivienda.

6.2 Gerencia de Desarrollo e Inclusión Social.-

Esta área convoca a toda la juventud de Villa El Salvador, para que participe de talleres, escuelas deportivas, actividades recreativas, cursos, charlas y otros. Aquí el área de Imagen Institucional se encarga de recabar toda la información del caso y difundirlo a través de sus herramientas comunicacionales. Por ejemplo, está próximo a realizarse los talleres de verano gratuitos, cuyos beneficios serán difundidos por la Unidad de Imagen Institucional a todo el distrito.

6.3 Gerencia de Desarrollo Económico.-

Se realizan actividades con los empresarios de las PYMES y MYPES con el objetivo de promover el comercio de la producción local, así como fortalecer el espíritu emprendedor, característica principal de los pobladores del distrito. Imagen Institucional igualmente difunde dichas actividades empresariales.

6.4 Gerencia de Rentas.-

A través de esta oficina se tiene trato directo con los/las ciudadanos/as, quienes realizan el pago de sus impuestos y arbitrios municipales. Para ello, se ha planteado ejecutar señaléticas en las instalaciones de la Plataforma de Atención al Ciudadano, de tal manera que el ciudadano que llegue a la Municipalidad esté informado y sepa a dónde dirigirse.

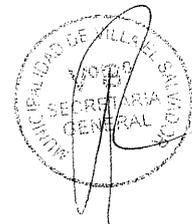
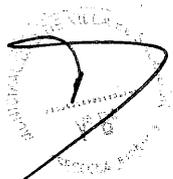
6.5 Unidad de imagen institucional.-

Es otra área que tiene una relación directa y trato con el público, se atiende a los/las ciudadanos/as que vienen a consultar todas sus dudas, referente a las inauguraciones y otros temas de interés.

En este sentido, se han identificado las siguientes piezas comunicacionales que tiene por finalidad brindar una mejor atención a los ciudadanos y a su vez que estén informados de todas las actividades que brinda la Municipalidad de Villa El Salvador.

VII. ESTRATEGIAS A CORTO Y MEDIANO PLAZO

- Realizar capacitaciones intensas al personal que brinda atención al público.
 - Elaboración de señaléticas en la plataforma de atención al público y de la circulación ordenada de las personas dentro de los locales de atención.
 - Elaboración de diseño de uniformes para el personal que brinde atención al ciudadano, cuya vestimenta sea distintiva con el escudo municipal de tal forma de crear identidad corporativa.
 - Realizar carteles informativos, ya sea en cada módulo de atención o en periódicos murales, incorporando los televisores digitales Touch, que permitan navegar entre los requisitos y áreas de atención, así como impresión de la información solicitada.
 - Realizar una remodelación y mejoramiento de la infraestructura integral del lugar, donde se atiende al público.
 - Mayores herramientas audiovisuales, elaboración de videos dinámicos de orientación sobre los servicios que se brindan.
- Mayor alcance del perifoneo promocional de tal forma que sea escuchado hasta en los sectores más alejados de VES.
- Implementación de una línea WhatsApp donde se informe sobre las actividades de la Municipalidad.
 - Fortalecimiento del Boletín Institucional para que sea entregado de manera mensual y casa por casa, tanto en formato impreso como digital, vía correo electrónico.
 - Mayor interacción con los ciudadanos a través de las redes sociales.
 - Ejecución de campañas de sensibilización y difusión de la normatividad emitida, para que los/las ciudadanos/as tomen conciencia de las disposiciones municipales.
 - Incentivar, premiar, motivar al ciudadano para el pago puntual de sus tributos a través de premios y sorteos.



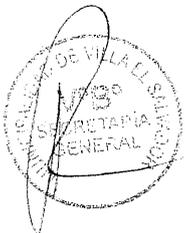
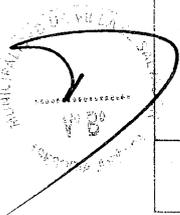
VIII. MONITOREO Y EVALUACIÓN

- El monitoreo se realizará midiendo las percepciones y actitudes del público objetivo. En este sentido, se analizará una encuesta trimestral donde los/las ciudadanos/as den a conocer si obtuvieron una buena atención por parte del personal de la entidad edil.
- La evaluación se realizará semestralmente, para ver qué grado de conocimiento tienen los ciudadanos de VES de las actividades que ejecuta la Municipalidad.

IX. PRESUPUESTO Y CRONOGRAMA

El presupuesto estimado para la implementación del "Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016 -2018" será incorporado a través de las funciones propias del órgano que lidera la estrategia de comunicación, y establecidas en el POI.

CRONOGRAMA				
PIEZAS		2016	2017	2018
1.-	PUBLICIDAD ESCRITA			
	Boletines	X	X	X
	Revista institucional	X	X	X
	Trípticos	X	X	X
	Dípticos	X	X	X
2.-	PUBLICIDAD AUDIOVISUAL			
	Perifoneo	X	X	X
	Videos en redes sociales	X	X	X
	Spot publicitarios en los mercados	X	X	X
	Circuito cerrado de televisión	X	X	X
3.-	PUBLICIDAD GRÁFICA			
	Pasacalles	X	X	X
	Banners	X	X	X
	Volantes	X	X	X
	Afiches	X	X	X
	Posteras	X	X	X
	Stickers	X	X	X
4.-	PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES			
	Facebook	X	X	X
	Twitter	X	X	X
	Instagram	X	X	X
5.-	MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
	Prensa Escrita	X	X	X
	Prensa Televisiva	X	X	X
	Prensa Radiofónica	X	X	X
6.-	OTROS			
	Whatsapp	X	X	X



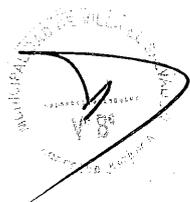
X. CONCLUSIONES

- La comunicación entre la municipalidad y los/las ciudadanos/as es aún débil y debe fortalecerse, todos los canales disponibles para ello.
- Debe instruirse a todos los trabajadores de la municipalidad, para que sepan comunicar lo que hace la entidad, bajo el principio de que todo comunica y todos comunican algo.
- Las estrategias que contiene el Plan de Comunicación de la Municipalidad de Villa El Salvador 2016-2018, servirán para mejorar la difusión de las actividades y acciones que ejecuta la institución en beneficio de los ciudadanos.
- Implementar, mejorar y fortalecer las herramientas comunicacionales mencionadas en este Plan a fin de tener una mayor llegada a los/las ciudadanos/as y así estar mejor comunicados.
- Realizar cambios estructurales en la Plataforma de Atención al Ciudadano, ya que ésta es la base de orientación a nuestros ciudadanos.

XI. RECOMENDACIONES

Elaboración de campañas de sensibilización, así como educativas por parte de las diversas unidades orgánicas de la municipalidad orientadas a brindar un mejor servicio e información a los ciudadanos.

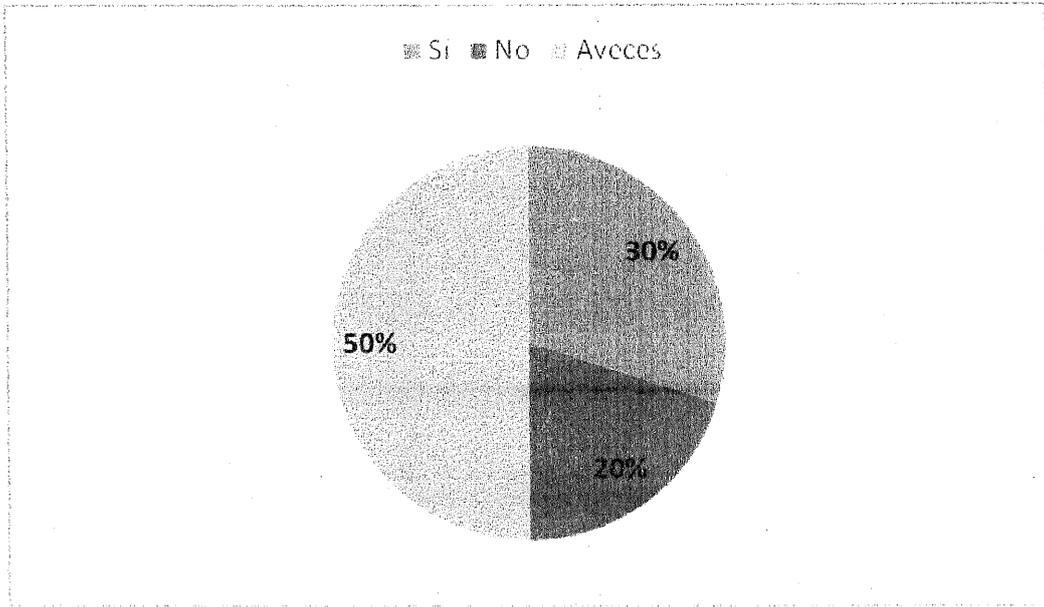
Es prioritaria la capacitación constante del personal de la Plataforma de Atención al Ciudadano.



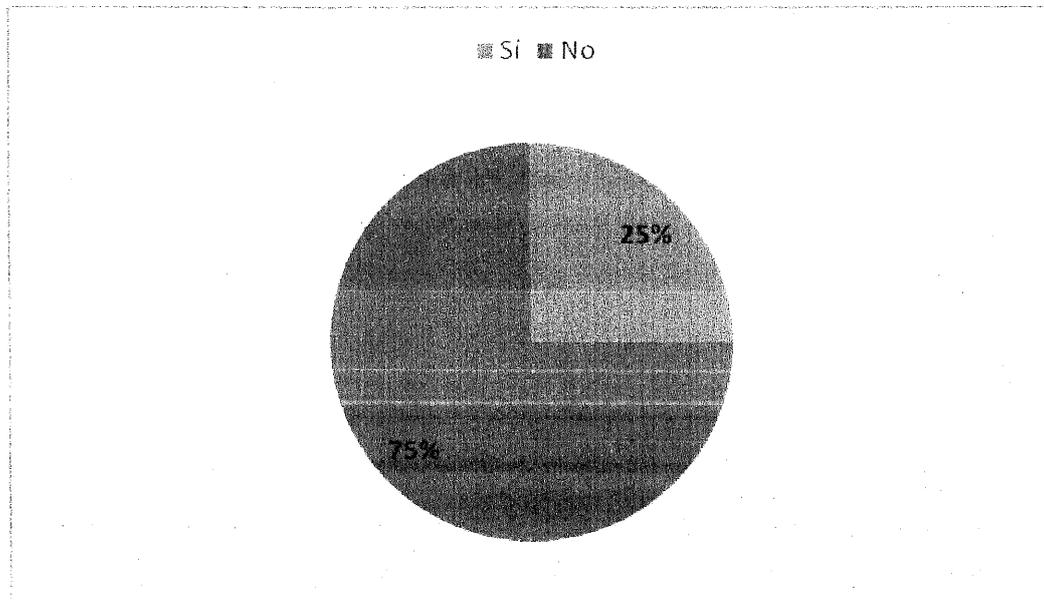
Anexos.

TABULACIÓN DE ENCUESTAS

1.- ¿Conoces las actividades que viene realizando la Municipalidad de Villa El Salvador?

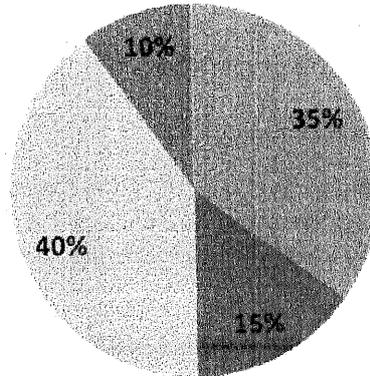


2.- ¿Conoces los programas municipales que tienen las diferentes áreas de la Municipalidad?



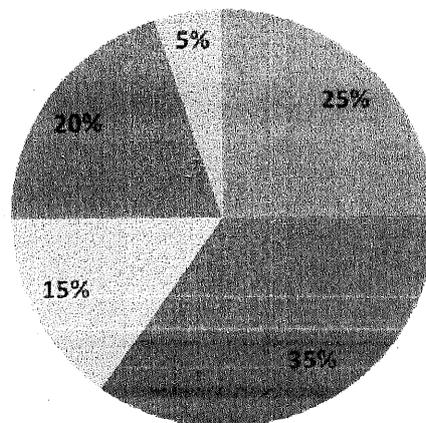
3.- ¿En qué medios se informa Ud. sobre las actividades que realiza el municipio?

- Redes Sociales
- Página web
- Publicidad Municipal
- Recomendado por otras personas

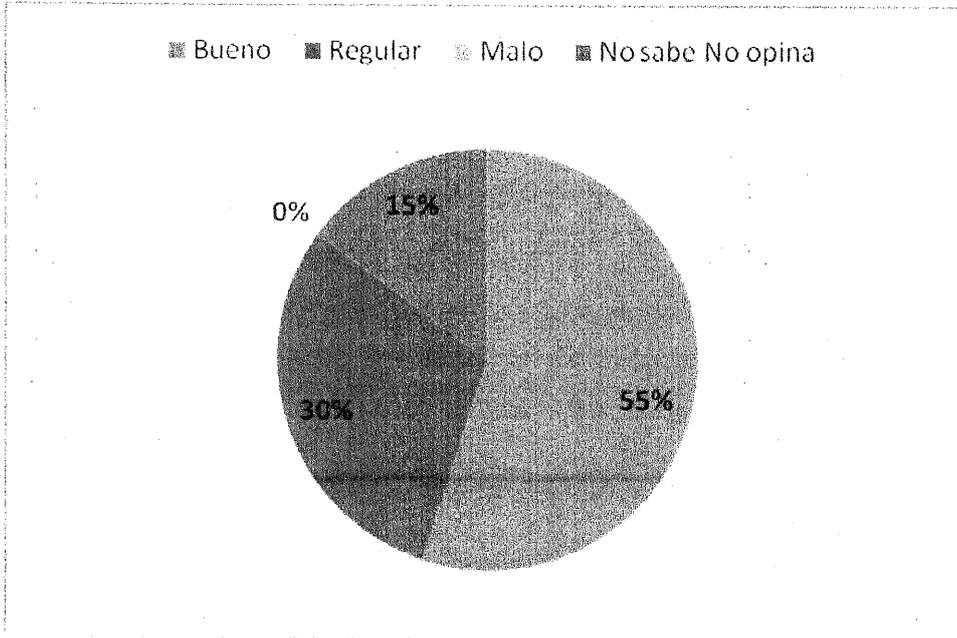


4- ¿A qué tipo de eventos municipales asistes más?

- Campañas Médicas
- Inicios de obras e inauguraciones
- Talleres
- Otros
- Ninguna de las Anteriores



5.- ¿Cómo calificas las actividades que realiza la municipalidad?



CONCLUSIONES DE LA ENCUESTA

Se encuestaron a 20 personas de 18 a 40 años en la Plaza de la Solidaridad de Villa El Salvador. El trabajo de campo se realizó el viernes 13 de noviembre de 2015. En este sentido, se puede concluir que el 50% de personas entrevistadas a veces tiene conocimiento de las actividades que realiza el municipio, mientras que el 30% señala que sí están enterados y el 20% de encuestados afirmaron no conocer ninguna actividad de la gestión edil.

En cuanto al conocimiento de los programas municipales que cuenta la corporación edil, el 75% de personas resaltaron que no tienen ningún conocimiento, mientras que el 25% señala que sí.

Asimismo, se les preguntó referente a bajo que medio se informan sobre las actividades que realiza el municipio, dando como resultado que el 40% se enteran por medio de la publicidad municipal como volantes, banderolas; etc. El 35% señaló que por las redes sociales. Seguidamente, el 15% afirmó que se informan viendo la página web. Y el 10% afirmó enterarse por otras personas.

En cuanto a los eventos municipales que más asisten, el 35% respondió que frecuentan a los inicios e inauguraciones de obras. El 25% respondieron que asisten a las campañas médicas. El 20% señala que asisten a otros eventos no mencionados. De igual forma, el 15% indica que asiste a talleres. Mientras que el 5% afirma no asistir a ninguna de las alternativas.

Los/las ciudadanos/as también calificaron las actividades que el municipio realiza, dando como resultado lo siguiente: El 55% califican como buena todas las actividades, el 30% señala como regular, 15% de encuestados prefirieron no opinar. Y por último cuando se le preguntó si le parecían malas las actividades, ninguno respondió, teniendo como resultado al 0%.

