



Resolución de Dirección Ejecutiva

N° 604-2016-MIDIS/PNAEQW

Lima, 21 de abril de 2016

VISTO:

El Memorando N° 086-2016-MIDIS/PNAEQW-UCII de fecha 08 de abril de 2016, emitido por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional; Memorando N° 881-2016-MIDIS/PNAEQW-UPP de fecha 21 de abril de 2016, de la Unidad de Planeamiento y Presupuesto; y el Informe N° 897-2016-MIDIS/PNAEQW-UAJ de fecha 21 de abril de 2016, de la Unidad de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Supremo N° 008-2012-MIDIS se creó el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, como Programa Social del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social MIDIS, con la finalidad de brindar un servicio alimentario de calidad, adecuado a los hábitos de consumo locales, cogestionado con la comunidad, sostenible y saludable, para niñas y niños del nivel de educación inicial a partir de los tres años de edad y del nivel de educación primaria de la educación básica en instituciones educativas públicas;

Que, mediante Decreto Supremo N° 006-2014-MIDIS se modificó el Decreto Supremo N° 008-2012-MIDIS, y se dispuso que el Programa, de forma progresiva atienda a los escolares de nivel secundario de las instituciones públicas localizadas en los pueblos indígenas que se ubican en la Amazonía Peruana;

Que, por Decreto Supremo N° 004-2015-MIDIS, publicado el 22 de setiembre de 2015, se modifica el artículo 1°, del Decreto Supremo N° 008-2012-MIDIS, establece que el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma tendrá una vigencia de 06 (seis) años;

Que, mediante Resolución Ministerial N° 016-2013-MIDIS, modificada por Resolución Ministerial N° 264-2013-MIDIS, se aprobó la Directiva N° 001-2013-MIDIS, Procedimientos Generales para la operatividad del modelo de cogestión para la atención del servicio alimentario del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, en cuya Primera Disposición Complementaria Transitoria dispuso que el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, mediante resolución de su máxima autoridad administrativa aprobará la relación de las instituciones educativas públicas que, de acuerdo al modelo de cogestión, serán atendidas con el Servicio Alimentario;

Que, mediante 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, gobierno regional y gobierno local, destinará al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión;



Que, mediante Ley N°28878 – Ley de Radio y Televisión, para la prestación de los servicios de radiodifusión, sea sonora o por televisión de señal abierta, así como la gestión de control del aspecto radioeléctrico atribuido a dicho servicio;

Que, el Plan de Comunicación Estratégica del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (PNAEQW), ha sido elaborado con la finalidad de posicionar en los públicos de interés, tanto interno como externo, que el programa es el servicio alimentario con complemento educativo a niños y niñas matriculados en instituciones educativas públicas de nivel inicial y primaria, y de secundaria de las poblaciones indígenas de la Amazonía peruana, y que para alcanzar su objetivo ha generado un modelo de cogestión del servicio alimentario, el mismo que se constituye en el mecanismo que involucra la participación articulada y de cooperación entre actores de la sociedad civil y sectores público y privado, a efectos de proveer un servicio de calidad a los usuarios usuarias del PNAEQW;

Que, la misión compartida del programa y el conocimiento de los roles que cumplen cada actor involucrado en el mapa de proceso de producción de Qali Warma, conllevaría a que más de 3 millones de estudiantes escolares mejore su atención en clases, se reduzca el ausentismo escolar y se mejore los hábitos alimenticios de nuestra población más necesitada;

Que, por ello, y en aras de una mejor comprensión de la propuesta que se presenta, la información se ha estructurado en dos principales frentes: Comunicación Interna y Comunicación Externa, cada uno conlleva al desarrollo de sus respectivos objetivos, estrategias y acciones comunicacionales;

Que, el presente Plan de Comunicación Estratégico del Programa Nacional de alimentación Escolar Qali Warma del año 2016, es una herramienta que permitirá contribuir a través de estrategias y actividades de difusión, sensibilización y educación, a posicionar que el PNAEQW brinda servicio alimentario con complemento educativo a niños y niñas matriculados en instituciones educativas públicas del nivel inicial y primaria, y de secundaria de las poblaciones indígenas de la Amazonía peruana, a fin de contribuir a mejorar la atención en clases, la asistencia escolar y los hábitos alimenticios, promoviendo la participación de la comunidad local;

Que, a través del Memorando N° 881-2016-MIDIS/PNAEQW-UPP de fecha 21 de abril de 2016, la Unidad de Planeamiento y Presupuesto emite opinión favorable sobre la propuesta del Plan de Comunicación Estratégica del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma;

Que, en atención a las consideraciones expuestas y de acuerdo con los documentos de Vistos, corresponde aprobar el documento denominado "Plan de Comunicación Estratégica del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma";

Que, el Manual de Operaciones del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, establece que la Dirección Ejecutiva, constituye la unidad de mayor autoridad ejecutiva y administrativa del Programa, pudiendo emitir la Resolución respectiva en el marco de sus atribuciones;

Con el visado de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional; la Unidad de Planeamiento y Presupuesto; y la Unidad de Asesoría Jurídica; y,

En uso de las atribuciones establecidas en el Decreto Supremo N° 008-2012-MIDIS, modificado por Decreto Supremo N° 006-2014-MIDIS y Decreto Supremo N° 004-2015-MIDIS; la Resolución Ministerial N° 174-2012-MIDIS, y la Resolución Ministerial N° 136-2015-MIDIS;



SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el "Plan de Comunicación Estratégica del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma", con Código PLAN-003-PNAEQW-UCII, Versión N° 01, con el informe técnico y reuniendo las características establecidas en la norma.

Artículo 2°.- Dejar sin efecto cualquier dispositivo que se contraponga a la presente Resolución.

Artículo 3°.- Publíquese la presente Resolución de Dirección Ejecutiva, en el Portal Institucional del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (www.qw.gob.pe), para conocimiento de los interesados y público en general.

Regístrese, comuníquese y publíquese.




.....
Ing. MARIA MONICA MORENO SAAVEDRA
Directora Ejecutiva
Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma
Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social



PERÚ

Ministerio de Desarrollo
e Inclusión Social

Viceministerio
de Prestaciones Sociales

Programa Nacional
de Alimentación Escolar
QALI WARMA

PLAN

Código de documento normativo	Versión N°	Total de Páginas	Resolución de aprobación	Fecha de aprobación
PLA003-PNAEQW-UCII	01	18	Resolución de Dirección Ejecutiva N° 604 -2016-MIDIS-PNAEQW	21/04/2016

**PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL
PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN
ESCOLAR QALI WARMA (PNAEQW)**

ELABORADO POR:

Nombres y Apellidos

Jefe (a) de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

Firma

MARLENE HUAMANLAZO TORRES

Jefe(e) Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional
PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR
QALIWARMA

REVISADO POR:

Nombres y Apellidos

Jefe (a) de la Unidad de Planeamiento y Presupuesto

Firma

Econ. CARLOS ENRIQUE CORDOVA JIMENEZ

Jefe de la Unidad de Planeamiento y Presupuesto
PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR QALIWARMA
MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL

REVISADO POR:

Nombres y Apellidos

Jefe (a) de la Unidad de Asesoría Jurídica

Firma

Rosario Mercedes Gonzales Ybáñez

Jefa de la Unidad de Asesoría Jurídica
PROGRAMA NACIONAL DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR QALIWARMA
MINISTERIO DE DESARROLLO E INCLUSIÓN SOCIAL

ÍNDICE	Página
I. PRESENTACIÓN	3
II. DIAGNÓSTICO	3
III. BASE LEGAL	5
IV. OBJETIVO GENERALES	6
V. ALCANCE	6
VI. RESULTADOS ESPERADOS	6
VII. COMUNICACIÓN INTERNA	7
VIII. COMUNICACIÓN EXTERNA	10
IX. EVALUACIÓN Y MONITOREO	18



I. PRESENTACIÓN

El presente Plan de Comunicación Estretégica del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (PNAEQW) ha sido elaborado con la finalidad de posicionar en los públicos de interés, tanto interno como externo, que el programa es el servicio alimentario con complemento educativo a niños y niñas matriculados en instituciones educativas públicas de nivel inicial y primaria, y de secundaria de las poblaciones indígenas de la Amazonía peruana, y que para alcanzar su objetivo ha generado un modelo de cogestión del servicio alimentario, el mismo que se constituye en el mecanismo que involucra la participación articulada y de cooperación entre actores de la sociedad civil y sectores público y privado, a efectos de proveer un servicio de calidad a los usuarios usuarias del PNAEQW. La interiorización de la misión compartida del programa y el conocimiento de los roles que cumplen cada actor involucrado en el mapa de proceso de producción de Qali Warma, conllevaría a que más de 3 millones de estudiantes escolares mejore su atención en clases, se reduzca el ausentismo escolar y se mejore los hábitos alimenticios de nuestra población más necesitada.

Por ello, y en aras de una mejor comprensión de la propuesta que se presenta, la información se ha estructurado en dos principales frentes: Comunicación Interna y Comunicación Externa, cada uno conlleva al desarrollo de sus respectivos objetivos, estrategias y acciones comunicacionales.

II. DIAGNÓSTICO

El Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma (PNAEQW) fue creado mediante Decreto Supremo N° 008-2012-MIDIS del 31 de mayo de 2012, para brindar servicio alimentario de calidad, sostenible y saludable, adecuado a los hábitos de consumo locales —cogestionado con la comunidad— a niñas y niños del nivel de educación inicial a partir de los 3 (tres) años de edad y del nivel de educación primaria de la educación básica en instituciones educativas públicas. Cabe indicar que, mediante DS 06.-2014-MIDIS, se amplía su ámbito de intervención a escolares del nivel de educación secundaria de la educación básica en instituciones educativas públicas, localizadas en los pueblos indígenas que se ubican en la Amazonía Peruana.

El PNAEQW tiene entre sus objetivos institucionales:

- Garantizar el servicio alimentario durante todos los días del año escolar a los usuarios y usuarias del Programa, de acuerdo a sus características y las zonas donde viven.
- Contribuir a mejorar la atención de los usuarios y usuarias del Programa en clases, favoreciendo su asistencia y permanencia.
- Promover mejores hábitos de alimentación en los usuarios y usuarias del Programa.

Los objetivos en mención están enmarcados dentro del instrumento de gestión del MIDIS, denominado la Estrategia Nacional de Desarrollo e Inclusión Social "Incluir para crecer" (ENDIS), en su eje estratégico: Desarrollo Integral de la Niñez y la Adolescencia.

Para lograr alcanzar los mismos, Qali Warma ofrece dos componentes en su atención:

2.1 Componente Alimentario

Con el objetivo de proveer de los recursos para el servicio alimentario de calidad, adecuado a los hábitos de consumo locales y con los contenidos nutricionales indicados a los grupos de edad de la población objetivo del Programa y a las zonas donde residen —mediante una atención diferenciada según los quintiles de pobreza— Qali Warma, en coordinación con el Centro Nacional de Alimentación y Nutrición (CENAN) y con asistencia técnica del Programa Mundial de Alimentos (PMA), ha establecido el aporte de energía y nutrientes que debe comprender el servicio alimentario.

Con el objetivo de promover hábitos alimentarios saludables, y tomando como referencia el "Plan de acción para la prevención de la obesidad en la niñez y la adolescencia", que entre uno

de sus objetivos establece que los programas nacionales de alimentación escolar promuevan el consumo de alimentos saludables y agua, y restrinjan la disponibilidad de bebidas azucaradas y productos de alto contenido calórico y bajo valor nutricional; el PNAE Qali Warma estableció medidas orientadas a la promoción de la alimentación saludable desde la planificación del menú escolar, planteando la reducción progresiva del contenido de azúcar agregado y las grasas en los desayunos y almuerzos.

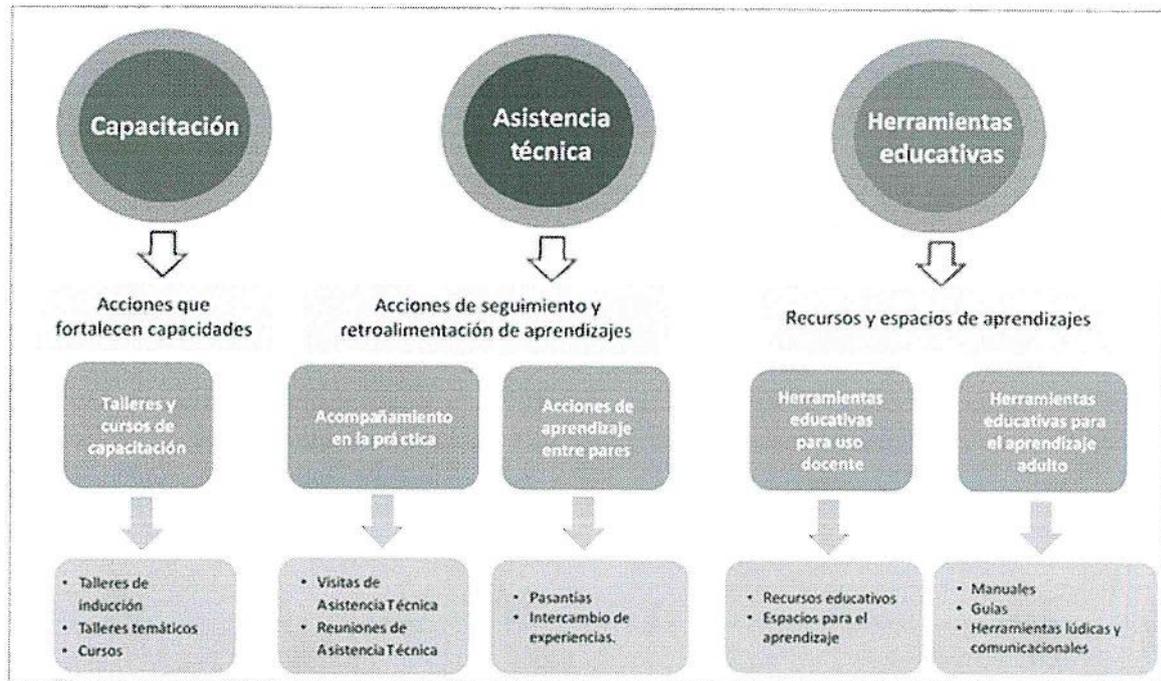
En función de estos elementos y consideraciones, Qali Warma planifica brindar un menú escolar nutritivo, inocuo, diversificado y de calidad; y su planificación está orientada a programar los desayunos y almuerzos expresados en tipos de combinaciones de uno o más grupos de alimentos, esto con la finalidad de maximizar la diversificación de los desayunos y almuerzos brindados por el Programa y promover la alimentación saludable, del mismo modo se busca fortalecer el empoderamiento por parte de los padres y madres de familia sobre los tipos de combinaciones, los grupos de alimentos y proporciones adecuadas para garantizar una alimentación nutritiva y de calidad.

2.2 Componente Educativo

El Componente Educativo busca promover mejores hábitos de alimentación en los niños y niñas usuarias del PNAEQW, a través de la capacitación, asistencia técnica y soporte educativo a diversos actores involucrados con la implementación del servicio de alimentación escolar, para propiciar el fortalecimiento de los equipos técnicos de las Unidades Territoriales, de los Comités de Alimentación Escolar (CAE), de los Comités de Compra (CC) y otros actores, utilizando herramientas didácticas, todo ello en marco de los Planes de Fortalecimiento de Capacidades que se orientan para lograr el desempeño eficiente de las funciones de gestión y vigilancia del servicio. Asimismo, el Componente Educativo aplica estrategias estandarizadas para la promoción de aprendizajes y prácticas saludables de alimentación e higiene en los usuarios del servicio alimentario.

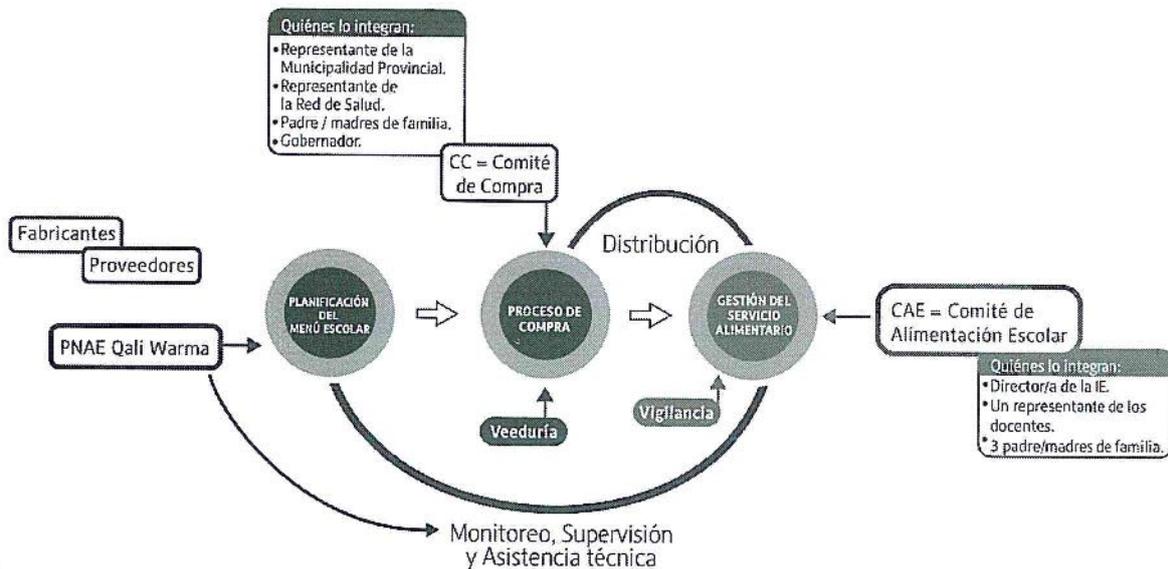


Estrategias y Principales Líneas de Acción del Componente Educativo



Finalmente, para implementar el servicio, Qali Warma ha generado un modelo de cogestión del servicio alimentario, que se constituye en el mecanismo que involucra la participación articulada y de cooperación entre actores de la sociedad civil y sectores público y privado, a efectos de proveer un servicio de calidad a sus usuarios.

El proceso para la atención del servicio alimentario comprende de las siguientes fases: Planificación del Menú Escolar, Proceso de Compra y Gestión del Servicio Alimentario.



El PNAEQW supervisa y brinda asistencia técnica permanente durante las fases que comprende el proceso de atención del servicio alimentario mediante el modelo de cogestión, a través de sus Unidades Territoriales.

Para lograr el éxito y el alcance de los objetivos del Programa, se requiere que todos los actores involucrados en la entrega del servicio alimentario a los usuarios y usuarias estén bien informados y sensibilizados respecto de sus responsabilidades para el logro de la calidad en la entrega, pero también el compromiso de los padres y madres de familia en la vigilancia social del servicio.

Por ello es que la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del PNAEQW plantea la necesidad de un plan de comunicaciones integral, con estrategias claras de comunicación interna que contribuya a lograr la construcción de una identidad con el Programa a fin de que los colaboradores realicen un trabajo eficiente, transparente y de calidad, en la búsqueda de alcanzar los objetivos que se persigue; pero también un proceso de comunicación externa hacia los diferentes actores sociales, públicos y privados que intervienen directa o indirectamente para lograr que los niños, niñas y adolescentes usuarios del programa reciban alimentos de calidad y con oportunidad e inocuidad.

III. BASE LEGAL

- Decreto Supremo N°008-2012-MIDIS, creación del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma.

- Decreto Supremo N°006-2014-MIDIS, que modificó el Decreto Supremo N°008-2012-MIDIS, que crea el Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma y dictan medida para la determinación de la clasificación socioeconómica con criterio geográfico.
- Resolución Ministerial N°174-2012-MIDIS, aprobación del Manual de Operaciones del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma.
- Resolución Ministerial N°016-2013, que aprueba la Directiva N°001-2013-MIDIS, Procedimientos Generales para la Operatividad del Modelo de Cogestión para la Atención del Servicio Alimentario del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma, modificada con Resolución Ministerial N°264-2013-MIDIS.
- Resolución Ministerial N°203-2014-MIDIS, que modifica el literal i) del numeral II.2.1 del Manual de Operaciones del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma
- Ley N°28874, norma que regula la publicidad estatal.
- Ley N°28878, norma de Radio y Televisión.

IV. OBJETIVO GENERALES

- Contribuir a través de estrategias y actividades de difusión, sensibilización y educación, a posicionar que el PNAEQW brinda servicio alimentario con complemento educativo a niños y niñas matriculados en instituciones educativas públicas del nivel inicial y primaria, y de secundaria de las poblaciones indígenas de la Amazonía peruana, a fin de contribuir a mejorar la atención en clases, la asistencia escolar y los hábitos alimenticios, promoviendo la participación de la comunidad local.

V. ALCANCE

La aplicación de este Plan de Comunicación Estratégica se extiende a la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional y a todas las Unidades Territoriales, a través de sus especialistas en comunicaciones y/o los que el Jefe designe.

VI. RESULTADOS ESPERADOS

6.1 Comunicación Interna

- Los colaboradores y colaboradoras del PNAEQW están concientizados de la responsabilidad que tienen cada uno de ellos y ellas al ejecutar una adecuada cadena de producción —a través del ejercicio de sus funciones— que conllevará a Qali Warma a brindar un servicio alimentario eficiente y de calidad.
- Mejora del clima organizacional que coadyuve en la identificación del colaborador con el Programa.

6.2 Comunicación Externa

- Nuestro público objetivo y *stakeholders* reconocen a Qali Warma como un programa social que brinda servicio de alimentación escolar de calidad —en cogestión con la comunidad— que promueve el desarrollo humano de sus estudiantes.
- Los directores y directoras, profesores y profesoras, madres y padres de familia sensibilizados, y miembros de los Comités de Compra sensibilizados sobre la importancia de su participación activa en el modelo de cogestión, a fin de garantizar la calidad e inocuidad del servicio alimentario, así como la transparencia en el proceso de compra, respectivamente.



VII. COMUNICACIÓN INTERNA

7.1 Objetivos

7.1.1 Objetivo Estratégico

Transmitir a los colaboradores y colaboradoras de Qali Warma que el programa está encaminado a brindar un servicio alimentario —eficiente, inocuo y de calidad— a favor de nuestra población infantil más necesitada.

7.1.2 Objetivos Específicos

- a) Transmitir la misión, visión y objetivos de Qali Warma en la búsqueda de que sean interiorizadas por los servidores.
- b) Generar en el público interno una corriente de opinión favorable a la capacidad de Qali Warma para brindar un servicio alimentario y educativo eficiente, inocuo y de calidad.
- c) Informar las metas y logros del Programa, destacando la participación de los colaboradores en la cadena de procesos para la obtención de los mismos.
- d) Generar conocimiento de las funciones del Programa y de sus unidades orgánicas, a fin de que el colaborador se identifique y conozca en que parte del mapa del proceso de producción del servicio alimentario y los productos que debe generar se encuentra inmerso.
- e) Identificación del colaborador con la entidad.
- f) Mejorar la estructura comunicativa interna de Qali Warma.
- g) Potenciar canales virtuales como medios de comunicación interna.

7.1.3 Supuesto

- a) Trabajar estrechamente con la Coordinación de Recursos Humanos de la Unidad de Administración con la finalidad de establecer sinergias en el desarrollo de acciones y/o actividades dirigidas especialmente a los colaboradores.

7.2 Público Objetivo

7.2.1 Público Primario

- Colaboradores y colaboradoras (independientemente de su tipo de contrato) de la sede principal de Qali Warma y sus Unidades Territoriales.

7.3 Mensajes Claves

Por ser simples y concretos, los mensajes claves propuestos constituyen la base para todas nuestras actividades de comunicación. Los mismos están estrechamente asociados a los objetivos del plan, sobre todo en aquellos aspectos de la imagen que se quiere proyectar.

ASPECTO A DIFUNDIR	MENSAJES
Responsabilidad compartida	Mediante un adecuado modelo de gestión de procesos, Qali Warma brinda un servicio alimentario, <u>eficiente, inocuo y de calidad</u> .
Misión, Visión y Objetivos Institucionales	Con la colaboración de nuestros servidores y servidoras, Qali Warma es reconocido como el programa social que más beneficios brinda a nuestra población infantil.
Capacidad resolutive	Como colaboradores y colaboradoras de Qali Warma conozco todos los procesos que realiza el Programa y estamos en la capacidad de resolver situaciones relacionadas a nuestro quehacer diario.
Clima organizacional	Formamos parte de un equipo que conlleva a que más de 3 millones de niños y niñas mejoren su calidad de vida escolar.



7.4 Estrategias y Acciones

A fin de responder de manera específica a las necesidades de información, las estrategias y actividades de comunicación a desarrollar se han estructurado de dos maneras: ejes de actuación e hitos de intervención comunicacional.

7.4.1 Eje de Imagen Corporativa

Que de manera interna permita posicionar a Qali Warma como el programa social que más beneficios brinda a nuestra población infantil y que los colaboradores y colaboradoras formamos parte de un equipo que conlleva a que más de 3 millones de niños y niñas mejoren su calidad de vida escolar.

- Ambientación de los locales de la Institución:
 - Diseño y elaboración de letreros de Misión y Visión de Qali Warma.
 - Mural graficando la razón de ser de Qali Warma.
 - Infografía del mapa de proceso de Qali Warma y ubicación de las unidades orgánicas en los subprocesos que le corresponde.

Señalética Institucional.

Eje de Relaciones Públicas

Transmitir una imagen fiel del Programa y establecer un entendimiento mutuo a través de:

- Generación de reuniones periódicas informativas.
- Manejo de una vitrina institucional.
- Comunicados y avisos internos especiales electrónicos.

7.4.3 Eje de Prensa y Gestión de Medios Digitales

Mantener informado a los colaboradores y colaboradoras con relación a lo que sucede tanto dentro como fuera de la Institución permitirá que tengan un mejor rango de opinión y crítica ante los logros y problemas del Programa.

- Boletín electrónico Qali al Día.
- Boletín Institucional Interno.
- Correo electrónico interno de comunicaciones

7.4.4 Eje de Marketing y Publicidad

Posicionar a Qali Warma en la mente de los colaboradores y colaboradoras como un programa que brinda un servicio alimentario eficiente y de calidad con actividades lúdicas y dinámicas. Campaña de posicionamiento de Qali Warma a través de activaciones.

7.4.5 Eje de Clima Organizacional

Programar acciones a fin de mejorar la integración de los colaboradores y colaboradoras con la Institución y que se sientan que son el principal motor para el funcionamiento de Qali Warma.

- Kit de bienvenida.
- Intercambio de conocimientos.
- Soporte a Recursos Humanos en los saludos por onomástico y fechas especiales.

7.5 Cobertura

Colaboradores y colaboradoras de la Sede Central y Unidades Territoriales.



7.6 Cronograma

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES																	
Nº	Hito de Intervención	Tareas	Dimensión Física Unidad de Medida	Meta Física	Meta Física Mensualizada												
					Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Set	Oct	Nov	Dic	
1	Imagen Corporativa	Ambientación de los locales de la Institución	Informe	1				1									
2	Relaciones Públicas	Mejora de vitrinas institucionales	Informe	1					1								
3		Reuniones periódicas informativas	Informe	4					1		1		1		1		
4	Prensa y Medios Digital	Boletín electrónico "Qali al Día"	Boletín	19			1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	Marketing y Publicidad	Campaña de Posicionamiento "Todos somos QaliWarma"	Campaña	1					1								
6		Campañas de Fidelización	Campaña	2		1										1	
7		Kit de bienvenida para los nuevos colaboradores	Informe	2					1							1	
8	Clima Organizacional	Intercambio de conocimientos	Reuniones	5					1	1	1	1	1	1			
9		Boletín Institucional Interno	Boletín	4				1			1				1		1

7.7 Presupuesto

Se presenta el siguiente estimado presupuestal para el plan de comunicaciones interna:

PRESUPUESTO COMUNICACIÓN INTERNA: SEDE CENTRAL y UTS								
Hito de Intervención	Acción	Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total			
Imagen Corporativa	1. Ambientación de los locales de la Institución	Letreros Misión / Visión	94	S/. 35.00	S/. 3,290.00			
		Diseño de Infografía Mapa de Procesos	1	S/. 7,000.00	S/. 7,000.00			
		Murales	4	S/. 400.00	S/. 1,600.00			
		Porta fotografías	76	S/. 180.00	S/. 13,680.00			
		Logotipo en Alto Relieve: recepción sede central	1	S/. 1,900.00	S/. 1,900.00			
		Logotipo en acrílico para UTS	27	S/. 1,000.00	S/. 27,000.00			
		Porta Afiches en Acrílico	57	S/. 110.00	S/. 6,270.00			
		Pizarra de Vidrio	8	S/. 600.00	S/. 4,800.00			
		Señalética corporativa	50	S/. 100.00	S/. 5,000.00			
		Relaciones Públicas	2. Mejora de vitrinas institucionales	Vitrinas	2	S/. 150.00	S/. 300.00	
	3. Reuniones periódicas Informativas		-	-	-			
Prensa y Medios	4. Boletín electrónico interno	Diseño de boletín e implementación electrónica	1	S/.	-			
Marketing y Publicidad	5. Campaña de Posicionamiento "Todos somos QaliWarma"	Activación: dauns	1	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00			
		Polos institucionales	400	S/. 30.00	S/. 12,000.00			
		Tomatodos o bolsa de agua	400	S/. 15.00	S/. 6,000.00			
		Activación Temática: dauns	1	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00			
	6. Campaña de Fidelización 1	Taza	400	S/. 8.00	S/. 3,200.00			
		Porta celular	400	S/. 5.00	S/. 2,000.00			
Clima Organizacional	7. Campaña de Fidelización 2	Activación Temática: Qalito	1	S/. 1,600.00	S/. 1,600.00			
		Portacubo con mapa de procesos	400	S/. 3.00	S/. 1,200.00			
		Mochila	400	S/. 25.00	S/. 10,000.00			
		Cuaderno de trabajo	400	S/. 60.00	S/. 24,000.00			
		Bolígrafo	400	S/. 12.00	S/. 4,800.00			
		Pelota Antistress	400	S/. 4.00	S/. 1,600.00			
		Gel Antibacteriales	400	S/. 4.50	S/. 1,800.00			
		Folder	400	S/. 3.00	S/. 1,200.00			
			9. Intercambio de conocimientos	Impresión de materiales	200	S/. 10.00	S/. 2,000.00	
				Atención a los colaboradores	8	S/. 700.00	S/. 5,600.00	
	10. Magazine electrónico	Premio para evaluaciones	20	S/. 150.00	S/. 3,000.00			
		Diseño de magazine e implementación electrónica	1	S/. 6,500.00	S/. 6,500.00			
					Total	S/. 160,540.00		



VIII. COMUNICACIÓN EXTERNA

8.1 Objetivos

8.1.1 Objetivo Estratégico

Posicionar a Qali Warma como un programa del MIDIS que brinda servicio alimentario de calidad, eficiente e inocuo, con complemento educativo a niños y niñas matriculados en instituciones educativas públicas del nivel inicial y primaria, y de secundaria de las poblaciones indígenas de la Amazonía peruana, a través de uso de medios de comunicación para la información sensibilización, fortalecimiento de capacidades de los actores del programa y generación de vigilancia social del servicio.

8.1.2 Objetivos Específicos

- a) Fortalecer la convocatoria de los procesos de compra, para asegurar la prestación del servicio alimentario desde el primer día de clases escolares, ello en mérito a las actividades previstas a desarrollar.
- b) Dar a conocer a la ciudadanía en general sobre la importancia del rol de los CAES respecto de la importancia del cumplimiento de sus funciones para complementar un eficiente servicio alimentario.
- c) Posicionar en los Directores y Directoras de IIEE, profesores y profesoras, además de los padres y madres de familia, la necesidad de participar en la mejora del servicio alimentario a estudiantes del país.
- d) Difundir la línea abierta de comunicación para que la ciudadanía haga llegar sus sugerencias, quejas y denuncias a la sede central de Qali Warma.

8.2 Temas a Desarrollar

Como parte del Plan de Comunicaciones se ha planteado informar los siguientes temas:

- a) Beneficios del Programa Qali Warma
 - Calidad y aporte nutritivo de los desayunos y productos que entrega Qali Warma.
 - Beneficia a más de 3 millones de niños y niñas en etapa escolar.
 - Cubre todas las zonas geográficas del país, incluyendo las más remotas.
 - Aportes para mejorar hábitos alimenticios en los usuarios del Programa.
- b) Vigilancia social al servicio alimentario y veeduría social al proceso de compras.
- c) Modelo de cogestión
 - Comités de Alimentación Escolar (CAE).
 - Comités de Compra (CC).
- d) Transparencia en los Procesos de Compra.

8.3 Público Objetivo

8.3.1 Público Primario

- Miembros de los Comités de Compra.
- Miembros de los Comités de Alimentación Escolar - CAE.
- Empresas proveedoras del servicio alimentario.

8.3.2 Público Secundario.

- Autoridades locales.
- Directores y directoras de Instituciones Educativas.
- Padres y madres de familia de las instituciones educativas usuarias del programa.
- Organizaciones de sociedad civil organizada.



- Medios de comunicación.

8.4 Mensajes Claves

Por ser simples y concretos, los mensajes claves propuestos constituyen la base para todas nuestras actividades de comunicación. Los mismos están estrechamente asociados a los objetivos del plan, sobre todo en aquellos aspectos de la imagen que se quiere proyectar.

ASPECTO A DIFUNDIR	MENSAJES
Visión comunicacional del PNAEQW	Qali Warma brinda servicio de alimentación escolar de calidad —en cogestión con la comunidad— que promueve el desarrollo humano de sus estudiantes.
Responsabilidad compartida	Mediante un adecuado modelo de cogestión, Qali Warma brinda un servicio alimentario eficiente, de calidad e inocuo.
Participación para la mejora de la prestación del servicio alimentario.	Con la colaboración y cooperación de todos, garantizamos que más de 3 millones de estudiantes reciban un servicio alimentario eficiente, de calidad e inocuo.
Vigilancia y veeduría social	La vigilancia y la veeduría garantizan la calidad e inocuidad del servicio alimentario, así como la transparencia en el proceso de compra, respectivamente.
Llegamos Lejos.	Qali Warma brinda servicio alimentario escolar a más de 3 millones de estudiantes de la costa, la sierra y la selva para que mejoren su calidad de vida escolar.

8.5 Frase Identificativa del Plan de Comunicación

“¡Con buena alimentación, aprendo mejor!”

8.6 Estrategias y Acciones

A fin de responder de manera específica a las necesidades de información, las estrategias y acciones de comunicación se han estructurado de dos maneras: ejes de actuación e hitos de intervención comunicacional.

8.6.1 Comunicación para el proceso de adjudicación de alimentos.

Uno de los sub procesos más importantes en la cadena de prestación del servicio de Qali Warma es la adjudicación de alimentos, por ello es necesario fortalecer la convocatoria de procesos de compra pero, además, es importante informar sobre los requisitos que todo proveedor debe presentar para participar de los mismos.

Dentro de esta estrategia se plantea llevar a cabo:

8.6.1.1 Prensa y Medios digitales

- Publicar las convocatorias en medios más importantes de circulación nacional y regional.
- Brindar entrevistas en medios nacionales (Dirección Ejecutiva y Voceros) y regionales (JUTs autorizados y Voceros) convocando al proceso de compra.
- Realizar y publicar notas de prensa a través de medios de comunicación y redes sociales respecto de los avances y logros del proceso de adquisición de alimentos.
- Publicar la convocatoria a través de redes sociales de Qali Warma.
- Suministrar información de los avances del proceso a través de las redes sociales.
- Remitir mensajes fuerza elaboradas desde la UCII Sede Central, tanto para a dar a conocer las novedades del proceso y del Manual de Compras.
- Difundir en redes sociales sobre la línea abierta de comunicación para que la ciudadanía haga llegar sus sugerencias, quejas y denuncias a Qali Warma.
- Difundir, a nivel de medios de comunicación y redes sociales, las capacitaciones a los supervisores y monitores para el fortalecimiento de sus capacidades técnicas durante sus intervenciones en los establecimientos de los proveedores.



- Difundir avances del Proceso de Compra y los resultados finales obtenidos en cada una de las regiones.
- Elaborar síntesis informativa de impactos.

8.6.1.2 Relaciones Públicas

- Coordinar media training a voceros del Programa.

8.6.1.3 Publicidad y Marketing

- Instalar banners de la convocatoria del proceso de adquisición en los locales de Unidad Territorial.

8.6.2 Comunicación para la prestación del servicio alimentario.

Luego de la adquisición de las raciones y productos, la cadena de proceso continúa con la prestación del servicio a más de 3 millones de estudiantes distribuidos en más de 60 mil instituciones educativas ubicadas en zona urbana y rural, algunas en territorios en alta dispersión y con vías de comunicación fluvial y/o aéreo, lo que hace crítico la entrega del servicio alimentario.

En estas condiciones se desarrollan otros sub procesos que son de vital importancia para el Programa: por un lado a los proveedores que deben transportar los productos y raciones hasta las instituciones educativas del país, y de otro lado, los CAE que reciben los productos y raciones, debiendo garantizar que estos sean entregados oportunamente y en condiciones óptimas para su posterior consumo.

Otros sub procesos son el almacenaje y posterior preparación de los alimentos, ambos deben realizarse en adecuadas condiciones de salubridad, de manera que garanticen que el menú escolar brindado sea nutritivo, inocuo, aceptable y diversificado; es decir, se brinde una alimentación saludable a los estudiantes del país.

Cabe indicar que al final de esta parte de la cadena tenemos el lavado de manos y otras acciones de higiene y salubridad para el consumo de los alimentos en cada institución educativa.

En este contexto, y teniendo en cuenta los sub procesos previstos, necesitamos sensibilizar a los miembros del CAE para asumir su rol y función de manera responsable y comprometida con la alimentación de los estudiantes; así mismo, acompañar desde las comunicaciones a los procesos de capacitación y asistencia técnica que Qali Warma brinda a los mismos.

Para alcanzar esta estrategia, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional plantea:

8.6.2.1 Prensa y Medios Digitales

- Difundir notas de prensa respecto de los avances y logros de la cogestión de los CAEs a nivel local, regional y nacional según impacto de la información.
- Difusión de experiencias de CAES exitosos.
- Cubrir las capacitaciones y talleres informativos a supervisores de planta y almacenes, miembros de Comités de Compra y potenciales proveedores.
- Realizar la cobertura de las capacitaciones a los integrantes de los Comités de Alimentación Escolar (CAE) y otros actores sociales.
- Difundir campañas sobre la atención del servicio alimentario a través de redes sociales.

8.6.2.2 Relaciones Públicas

- Participar en ferias regionales de logros en la cogestión del servicio alimentario por parte de CAEs.
- Coordinar media training a voceros del Programa.

8.6.2.3 Publicidad y Marketing

- Elaborar material informativo y promocional.



- Entregar individuales a instituciones educativas usuarias del servicio alimentario del Programa Qali Warma, donde se realizan visitas de trabajo.
- Grabar video institucional respecto de logros y avances en la coestión del servicio escolar por parte de los CAEs.

8.6.3 Comunicación para dar a conocer el lanzamiento del servicio alimentario

Dar a conocer el inicio del servicio alimentario escolar del Programa Nacional de Alimentación Escolar Qali Warma en el marco de Lanzamiento del Año Escolar.

Para alcanzar esta estrategia, la Unidad de Comunicaciones plantea:

8.6.3.1 Prensa y Medios Digitales

- Proponer tour de medios a nivel nacional informando del Lanzamiento del Año Escolar 2016.
- Convocar a los medios de comunicación para cubrir la participación de los jefes de las Unidades Territoriales en el Lanzamiento del Año Escolar 2016 desde una institución educativa de su región.
- Elaborar y difundir de notas de prensa por cada Unidad Territorial en la cual se informará la meta de atención regional de Qali Warma para este año.
- Difundir en el Portal Web y redes sociales del Programa las notas de prensa de las Unidades Territoriales.



8.6.3.2 Relaciones Públicas

- Coordinar la participación de los voceros del Programa (Sede Central) en el Lanzamiento del Año Escolar, en zonas previamente seleccionadas para la cobertura.

8.6.3.3 Publicidad y Marketing

- Elaborar y difundir material audiovisual en los medios de comunicación que no asistieron a la convocatoria nacional.

8.6.4 Comunicación para la participación en la mejora de la prestación del servicio alimentario

Parte del éxito en la prestación del servicio alimentario en las instituciones educativas usuarias del programa debe estar garantizado por el nivel de involucramiento de los distintos actores sociales: Directores y Directoras de las IIEE, profesores y profesoras, padres y madres de familia quienes deben estar informados del servicio alimentario a fin de facilitar los niveles de coordinación y cooperación local.

Para este fin es necesario generar corrientes de opinión pública favorables a la prestación del servicio en las instituciones educativas, con la finalidad de involucrar a los actores en la mejora del servicio que brinda Qali Warma.

Acciones a seguir:

8.6.4.1 Prensa y Medios Digitales

- Difundir campañas sobre la prestación del servicio alimentario a través de redes sociales.
- Informar a la población en general; aliados y aliadas; además de usuarios y usuarias, de los resultados alcanzados en los primeros meses de gestión del servicio alimentario.

8.6.4.2 Relaciones Públicas

- Realizar visitas de supervisión del servicio alimentario a instituciones educativas, así como a las plantas y almacenes de los proveedores.

8.6.4.3 Publicidad y Marketing

- Elaborar y difundir videos documentales sobre el desarrollo del modelo de coestión del Qali Warma a fin de contar historias de éxito de los principales actores del Programa.

8.7 Cobertura

El plan de comunicación externa tiene como ámbito de cobertura los actores que interviene en el programa a nivel de Unidades Territoriales (regional y local):

- Gobierno locales.
- Proveedores del servicio.
- Organizaciones sociales regionales y locales.
- Organismos de cooperación y ONGD que intervienen en regiones.
- Padres y Madres de familia de instituciones educativas usuarias.
- Niños, niñas y adolescentes usuarios del programa.



8.8 Cronograma

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES																			
Nº	Hito de Intervención	Tareas	Dimensión Física Unidad de Medida	Meta Física	Meta Física Mensualizada														
					Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Set	Oct	Nov	Dic			
1	Comunicación para el proceso de adjudicación de alimentos	Publicar convocatoria en medios más importantes de circulación nacional y regional.	Informes	3	1											1	1		
2		Brindar entrevistas en medios nacionales (Dirección Ejecutiva y Voceros) y regionales (JUTs autorizados y Voceros) convocando al proceso de compra.	Entrevistas	19	2	2										5	5	5	
3		Realizar y publicar notas de prensa a través de medios de comunicación y redes sociales respecto de los avances y logros del proceso de adquisición de alimentos.	Notas de Prensa	40	10	10												10	10
4		Publicar la convocatoria a través de redes sociales de Qali Warma.	Informe	6	1	1	1										1	1	1
5		Suministrar información de los avances del proceso a través de las redes sociales.	Informe	2	1													1	
6		Remitir mensajes fuerza elaborados desde la UCII Sede Central, tanto para a dar a conocer las novedades del proceso y del Manual de Compras.	Informe	6	1	1	1										1	1	1
7		Difundir en redes sociales sobre la línea abierta de comunicación para que la ciudadanía haga llegar sus sugerencias, quejas y denuncias a Qali Warma.	Informes	2								1							1
8		Difundir a nivel de medios de comunicación y redes sociales de las capacitaciones a los supervisores y monitores para el fortalecimiento de sus capacidades técnicas durante sus intervenciones en los establecimientos de los proveedores.	Notas de Prensa	3	1	1													1
9		Difundir los avances del Proceso de Compra y los resultados finales obtenidos en cada una de las regiones.	Notas de Prensa	14	7	7													
10		Elaborar síntesis informativa de impactos.	Síntesis	120	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
11	Instalar banners de la convocatoria del proceso de adquisición en los locales de Unidad Territorial	Informe	1															1	
12	Coordinar media training a voceros del Programa.	Informe	1		1														
13	Comunicación para la prestación del servicio alimentario	Difundir notas de prensa respecto de los avances y logros de la cogestión de los CAEs a nivel local, regional y nacional según impacto de la información.	Notas de Prensa	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
14		Difusión de experiencias exitosas	Video	8					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
15		Cubrir las capacitaciones y talleres informativos a supervisores de planta y almacenes, miembros de Comités de Compra y potenciales proveedores.	Informe	2			1	1											
16		Realizar la cobertura de las capacitaciones a los integrantes de los Comités de Alimentación Escolar (CAE) y otros actores sociales	Video	10			10												
17		Difundir campañas sobre la atención del servicio alimentario a través de redes sociales.	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
18		Participar en ferias regionales de logros en la cogestión del servicio alimentario por parte de CAEs.	Informe	1					1										
19		Coordinar media training a voceros del Programa.	Informe	1													1		
20		Elaborar material informativo y promocional.	Informe	1															1
21		Entregar individuales en instituciones educativas usuarias del servicio alimentario del Programa Qali Warma, en donde se realizan visitas de trabajo	Informe	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
22		Grabar y difundir video institucional respecto de logros y avances en la cogestión del servicio escolar por parte de los CAEs.	Video	1															1
23	Comunicación para dar a conocer el lanzamiento del servicio alimentario	Proponer tour de medios a nivel nacional informando del Lanzamiento del Año Escolar 2016.	Informe	1			1												
24		Convocar a los medios de comunicación para cubrir la participación de los jefes de las Unidades Territoriales en el Lanzamiento del Año Escolar 2016 desde una institución educativa de su región.	Notas de Prensa	1			1												
25		Elaborar y difundir notas de prensa por cada Unidad Territorial en la cual se informará la meta de atención regional de Qali Warma para este año.	Informe	1			1												
26		Difundir en el Portal Web y redes sociales del Programa de las notas de prensa de las Unidades Territoriales.	Informe	1	1														
27		Coordinar la participación de los voceros del Programa (Sede Central) en el Lanzamiento del Año Escolar en zonas previamente solucionadas para la cobertura	Informe	1			1												
28		Elaborar y difundir material audiovisual en los medios de comunicación que no asistieron a la convocatoria nacional.	Video	1			1												
29	Comunicación para la participación en la mejora de la prestación del servicio alimentario	Difundir campañas sobre la prestación del servicio alimentario a través de redes sociales.	Informe	2								1						1	
30		Informar a la población en general, aliados y usuarios de los resultados alcanzados durante los primeros meses de gestión del servicio alimentario.	Notas de Prensa	1							1								
30		Realizar visitas de supervisión del servicio alimentario a instituciones educativas, así como a las plantas y almacenes de los proveedores.	Visitas	10			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
31	Elaborar y difundir video documental sobre el desarrollo del modelo de cogestión del Qali Warma a fin de contar historias éxito de los principales actores del Programa.	Video	1															1	



8.9 Presupuesto

Se presenta el siguiente estimado presupuestal para las actividades de comunicación externa:

EJE	ACCION	Unidad de Medida	Cantidad	Precio Unitario S/.	Precio Total S/.
Comunicación para el proceso de adjudicación de alimentos.	Publicar las convocatorias en medios más importantes de circulación nacional y regional.	convocatoria	150	500	75,000
	Brindar entrevistas en medios nacionales (Dirección Ejecutiva y Voceros) y regionales (JUTs autorizados y Voceros) convocando al proceso de compra.	-	-	-	-
	Realizar y publicar notas de prensa a través de medios de comunicación y redes sociales respecto de los avances y logros del proceso de adquisición de alimentos.	-	-	-	-
	Publicar la convocatoria a través de redes sociales de Qali Warma.	-	-	-	-
	Suministrar información de los avances del proceso a través de las redes sociales.	-	-	-	-
	Remitir de mensajes fuerza elaboradas desde la UCII Sede Central, tanto para a dar a conocer las novedades del proceso y del Manual de Compras.	-	-	-	-
	Difundir en redes sociales sobre la línea abierta de comunicación para que la ciudadanía haga llegar sus sugerencias, quejas y denuncias a Qali Warma.	-	-	-	-
	Difundir a nivel de medios de comunicación y redes sociales de las capacitaciones a los supervisores y monitores para el fortalecimiento de sus capacidades técnicas durante sus intervenciones en los establecimientos de los proveedores.	-	-	-	-
	Difundir avances del Proceso de Compra y los resultados finales obtenidos en cada una de las regiones.	-	-	-	-
	Elaborar síntesis informativa de impactos.	-	-	-	-
	Coordinar media training a voceros del Programa.	Por consultoría	1	10,000	10,000
	Instalar banners de la convocatoria del proceso de adquisición en los locales de Unidad Territorial	Banners	60	80.00	4,800
SUB TOTAL 1					89,800
Comunicación para la prestación del servicio alimentario.	Difundir notas de prensa respecto de los avances y logros de la cogestión de los CAEs a nivel local, regional y nacional según impacto de la información.	Notas por UT	-	-	-
	Difusión de Experiencias de CAES Exitosos.	-	-	-	-
	Cubrir las capacitaciones y talleres informativos a supervisores de planta y almacenes, miembros de Comités de Compra y potenciales proveedores.	-	-	-	-
	Realizar la cobertura de capacitaciones a los integrantes de los Comités de Alimentación Escolar (CAE) y otros actores sociales.	-	-	-	-
	Difundir campañas sobre la prestación del servicio alimentario a través de redes sociales.	redes usadas	-	-	-



	Participar en ferias regionales de logros en la cogestión del servicio alimentario por parte de CAEs, semana de la inclusión	-	-	-	100,000
	Coordinar media training a voceros del Programa.	Por consultoría	1	10,000	10,000
	Elaborar material informativo y promocional.				300,000
	Entregar individuales a instituciones educativas usuarias del servicio alimentario del Programa Qali warma, donde se realizan visitas de trabajo.	Individuales	168,000	0.50	84,000
	Grabar y difundir video institucional respecto de logros y avances en la cogestión del servicio escolar por parte de los CAEs.	Video producido	1	30,000	30,000
SUB TOTAL 2					524,000
EJE	ACCION	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total S/.
Comunicación para el lanzamiento del servicio alimentario	Proponer tour de medios a nivel nacional informando del Lanzamiento del Año Escolar 2016.	-	-	-	-
	Convocar a los medios de comunicación para cubrir la participación de los jefes de las Unidades Territoriales en el Lanzamiento del Año Escolar 2016 desde una institución educativa de su región.	-	-	-	-
	Elaborar y difundir de notas de prensa por cada Unidad Territorial en la cual se informará la meta de atención regional de Qali Warma para este año.	-	-	-	-
	Difundir en el Portal Web y redes sociales del Programa de las notas de prensa de las Unidades Territoriales.	-	-	-	-
	Coordinar la participación de los voceros del Programa (Sede Central) en el Lanzamiento del Año Escolar en zonas previamente seleccionadas para la cobertura.	-	-	-	-
	Elaborar y difundir de material audiovisual en los medios de comunicación que no asistieron a la convocatoria nacional.	-	-	-	-
SUB TOTAL 3					0.00
EJE	ACCION	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total S/.
Comunicación para la participación en la mejora de la prestación del servicio alimentario.	Difundir campañas sobre la participación en la mejora de la prestación del servicio alimentario a través de redes sociales.	redes usadas	-	-	-
	Informar a la población en general, aliados y usuarios de los resultados alcanzados durante los primeros meses de gestión del servicio alimentario.	-	-	-	-
	Realizar visitas de supervisión del servicio alimentario a instituciones educativas, así como a las plantas y almacenes de los proveedores.				
	Elaborar y difundir video documental sobre el desarrollo del modelo de cogestión del Qali Warma a fin de contar historias de éxito de los principales actores del Programa	Video producido	1	30,000	30,000
SUB TOTAL 4					30,000
TOTAL GENERAL					643,800



IX. EVALUACIÓN Y MONITOREO

Con la finalidad de evaluar el impacto de las acciones comunicacionales vertidas en el presente documento, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional se plantea los siguientes indicadores de evaluación y monitoreo:

Indicadores de procesos:

Eficacia: para conocer el número y tipo de actuaciones de información que se han llevado a la práctica y el grado de cumplimiento del plan.

Eficiencia: para conocer el grado de aceptación y el alcance que han tenido nuestras actividades previstas.

Pertinencia: si se han cumplido las acciones programadas.

Indicadores de resultados:

Evaluar de manera cualitativa si las actividades desarrolladas han contribuido en alcanzar los objetivos del presente Plan de Comunicación Institucional.

El monitoreo está dirigido a:

Supervisar las actividades programadas descritas en el presente Plan de Comunicación Estratégica.

Identificar niveles de relación entre comunicadores de las Unidades Territoriales y la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional con respecto a la coordinación de las acciones del plan.

Asegurar que se emitan Informes de Evaluación Semestral del plan de manera que los procesos y productos que se generen sirvan de evidencia a la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

