

**SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE
BIENES ESTATALES**



RESOLUCIÓN N° 093-2017/SBN-SG

San Isidro, 29 de setiembre de 2017

VISTOS:



Los Informes Especiales Nros. 012 y 030-2017/SBN-SG-JMHT de fechas 16 de mayo y 31 de julio de 2017, respectivamente, emitidos por la Especialista en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Secretaría General; y el Informe Especial N° 0999-2017/SBN-OPP-JAAC de fecha 12 de setiembre de 2017, emitido por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; a través de los cuales se propone la aprobación del "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", y;

CONSIDERANDO:



Que, la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales - SBN es un organismo público ejecutor, adscrito al Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento, y el ente rector del Sistema Nacional de Bienes Estatales, responsable de normar los actos de adquisición, disposición, administración y supervisión de los bienes estatales, así como de ejecutar dichos actos respecto de los bienes cuya administración está a su cargo, de acuerdo a la normatividad vigente, gozando de autonomía económica, presupuestal, financiera, técnica y funcional, de conformidad a lo establecido en el artículo 13 de la Ley N° 29151, Ley General del Sistema Nacional de Bienes Estatales y, el artículo 8 de su Reglamento, aprobado por el Decreto Supremo N° 007-2008-VIVIENDA;

Que, la SBN en su calidad de ente rector del Sistema Nacional de Bienes Estatales, tiene entre sus funciones y atribuciones exclusivas, proponer y promover normas legales destinadas al fortalecimiento del mencionado sistema; formular políticas y expedir directivas sobre los actos de adquisición, administración, disposición, registro y supervisión de los bienes estatales; procurar una eficiente gestión del portafolio mobiliario e inmobiliario de los bienes estatales, optimizando su uso y valor; y en tal sentido, realiza actividades de difusión normativa, publicaciones, capacitaciones e investigaciones vinculadas a la propiedad estatal, de conformidad a lo establecido en los literales a), b) y c) del numeral 14.1 del artículo 14 y el artículo 25 de la Ley N° 29151, Ley General del Sistema Nacional de Bienes Estatales;

Que, mediante la Ley N° 28874, "Ley que regula la publicidad estatal" se establece los criterios generales para el uso de los recursos públicos que las instancias del Gobierno Nacional destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión; así como, fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los mencionados recursos públicos;

Que, para la autorización de realización de publicidad estatal, bajo el ámbito de aplicación de la Ley N° 28874, "Ley que regula la publicidad estatal", se deberá cumplir con tener un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de la Entidad; y con los demás requisitos que establece el artículo 3 de la mencionada Ley;



Que, de acuerdo con lo dispuesto por el literal h) del artículo 13 del Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales - SBN, aprobado por el Decreto Supremo N° 016-2010-VIVIENDA, la Secretaria General autoriza, supervisa y coordina las actividades orientadas a fortalecer las comunicaciones, imagen y protocolo institucional de la SBN;

Que, mediante la Resolución N° 063-2017/SBN de fecha 10 de agosto de 2017, se delegó en la Secretaría General la facultad de aprobar mediante acto resolutivo, los Planes de Trabajo (PT) y sus modificaciones;

Que, a través de la Directiva N° 003-2017/SBN-SG denominada "Normas para la elaboración, modificación, ejecución y evaluación del PEI, POI y Planes de Trabajo en la SBN" (en adelante "la Directiva"), aprobada por la Resolución N° 066-2017/SBN-SG de fecha 04 de agosto de 2017, se establecieron las normas y criterios uniformes para la elaboración, modificación, ejecución y evaluación del Plan Estratégico Institucional (PEI), el Plan Operativo Institucional (POI) y los Planes de Trabajo (PT) en la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales;

Que, conforme a lo establecido en el numeral 5.7 del punto 5 de las Disposiciones Generales y, el literal b) del numeral 6.2.2 del punto 6 de las Disposiciones Específicas de la Directiva, los Planes de Trabajo (PT) serán elaborados por el órgano y/o unidad orgánica de la SBN, en función al POI del año fiscal correspondiente, y serán aprobados por la autoridad con facultad delegada por el Titular de la Entidad para dicho efecto, requiriéndose de la opinión técnica favorable de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto cuando el Plan de Trabajo modifique actividad y/o meta, en las materias de planeamiento y presupuesto;

Que, en dicho contexto, mediante los Informes Especiales Nros. 012 y 030-2017/SBN-SG-JMHT de fechas 16 de mayo y 31 de julio de 2017, respectivamente, la Especialista en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Secretaria General ha propuesto la aprobación del "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", el cual indica ha sido elaborado según las disposiciones de la Directiva y se encuentra orientado a desarrollar el fortalecimiento institucional a través de medios de comunicación tradicionales y alternativos (redes sociales), a partir del acompañamiento, soporte permanente y planificado que se brinde a los diferentes órganos y/o unidades orgánicas de la SBN que tienen a su cargo las principales funciones de estrategia misional;

Que, mediante el Informe Especial N° 0999-2017/SBN-OPP-JAAC de fecha 12 de setiembre de 2017, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, en el marco de sus competencias, ha emitido opinión técnica favorable para la aprobación del "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", considerando que la estructura de dicho Plan, se ajusta a lo dispuesto por el literal d) del numeral 6.2.1 del punto 6.2 de las Disposiciones Específicas de la Directiva; se encuentra alineado al Objetivo Estratégico Institucional OEI.04 "Mejorar la Gestión Institucional para brindar un buen servicio a la ciudadanía" y a la Acción Estratégica Institucional AEI. 04.02 "Posicionar la imagen institucional de la SBN" del "Plan Estratégico Institucional 2017-2019 Modificado de la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales", aprobado por la Resolución N° 057-2017/SBN de fecha 26 de julio de 2017; y, que las actividades y metas del mencionado Plan, cuentan con el marco presupuestal correspondiente. Asimismo, precisa que sus actividades deberán ser incorporadas al POI 2017 de la SBN, vía modificación;

Que, en atención a las consideraciones expuestas y de acuerdo con los documentos del Vistos, corresponde aprobar el "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", elaborado por la Especialista en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Secretaria General;

Con el visado de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, y de la Oficina de Asesoría Jurídica;



**SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE
BIENES ESTATALES**



RESOLUCIÓN N° 093-2017/SBN-SG

De conformidad a lo establecido en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, la Directiva N° 003-2017/SBN-SG denominada "Normas para la elaboración, modificación, ejecución y evaluación del PEI, POI y Planes de Trabajo en la SBN", aprobada por la N° 066-2017/SBN-SG y, la Resolución N° 063-2017/SBN; y en uso de las facultades conferidas por el literal h) del artículo 13 del Reglamento de Organización y Funciones de la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales - SBN, aprobado por el Decreto Supremo N° 016-2010-VIVIENDA y, a la propuesta presentada por la Especialista en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Secretaría General;

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", que en Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2°.- Precisar que para la autorización de realización de publicidad estatal, bajo el ámbito de aplicación de la Ley N° 28874, "Ley que regula la publicidad estatal", se deberá cumplir previamente con los requisitos establecidos en el artículo 3 de la mencionada Ley.

Artículo 3°.- Disponer que las acciones relacionadas con el "Plan de Trabajo para Fortalecer el Posicionamiento Institucional de la SBN", aprobado por la presente Resolución, son responsabilidad del (la) Especialista en Comunicaciones y Relaciones Públicas de la Secretaría General, debiendo realizar la evaluación correspondiente en los plazos y formas que se establece en el mencionado Plan.

Artículo 4°.- Encargar a la Oficina de Administración y Finanzas en el ámbito de Tecnologías de la Información la difusión de la presente Resolución, en el Intranet de la SBN y en el portal institucional (www.sbn.gob.pe).

Regístrese y comuníquese.



EDGAR DELGADO ORTEGA
Secretario General
SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE BIENES ESTATALES

SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE BIENES ESTATALES
SECRETARÍA GENERAL
EQUIPO DE COMUNICACIONES



PLAN DE TRABAJO
PARA FORTALECER EL POSICIONAMIENTO
INSTITUCIONAL DE LA SBN

PERIODO AGOSTO - DICIEMBRE DEL 2017



San Isidro, 31 julio del 2017



Introducción

El presente documento de gestión interna elaborado por el equipo de comunicaciones de la Secretaría General, tiene como la finalidad fortalecer el posicionamiento institucional de la Superintendencia Nacional de Bienes Estatales (SBN), con el objetivo de facilitar las labores de las áreas operativas en función del rol rector de la Institución.

Las principales actividades que se plantean en el presente documento están orientados a promover la mejor identificación de la SBN por parte de los ciudadanos y de los servidores públicos de las entidades que conforman el Sistema Nacional de Bienes Estatales (SNBE) y públicos vinculados a los procesos de gestión y cautela de los bienes del Estado.

Este planteamiento cierra el ciclo comunicacional que se inicia con el monitoreo de los principales temas que involucran a la institución, la identificación de oportunidades, la planificación, la organización y la implementación de acciones estratégicas en materia de comunicación institucional y se cierran con el seguimiento de los principales indicadores de efectos para determinar el nivel de efectividad de la acciones emprendidas con el objetivo de impulsar el posicionamiento institucional de la Superintendencia Nacional de Bienes del Estado (SBN).

Los objetivos y metas cuantificables se encuentran estrechamente asociadas a los instrumentos de gestión institucional, tales como el PESEM, PEI y el POI. Del mismo modo busca facilitar el acceso a la información, la gestión de los mensajes, la gestión de los opinantes entre otras actividades inherentes a su función. El presente plan se basa en un estudio minucioso de las distintas formas y sistemas de comunicación que interactúan en y con la SBN, tiene carácter consultivo y detalla las diferentes herramientas a implementar por los profesionales de comunicación a corto plazo. Su realización estuvo a cargo de los responsables del Equipo de comunicaciones de la Secretaría General.



I. DIAGNÓSTICO:

Análisis y estudio de la situación actual:

Al ser la comunicación un elemento intangible en forma, pero cuantificable en productos comunicacionales, es viable analizar su dimensión, la que se mide en productos periodísticos (prensa, radial, audiovisual, digital, 2.0), publicitaria (gráfica, audiovisual, radial, web, cine, entre otros), de relaciones públicas (eventos solemnes, eventos institucionales, gestión de la imagen).

Sin embargo, la creación de estos productos está en función de un posicionamiento que centre en un mensaje único, la idea principal que quiere transmitir la institución; este posicionamiento que debe ser la insignia, el lema, la mística y el compromiso de la SBN se debe analizar al interior y fuera de la institución debido a su naturaleza; debe responder al flujo de comunicación, de la transmisión de mensajes efectivos, Ideales, cualitativos, pero que se pueda materializar y medir.

Por tanto se establece que la comunicación institucional es un vehículo dinámico, cambiante, inestable, secuencial, temporal y es importante precisar que el estudio diagnóstico debe ser permanente y modificable, debe actualizarse en lapsos de tiempo constantes y redefinir las metas, cada vez que se alcancen unas o se replanteen otras.

Del mismo contar con una acción estratégica específicamente relacionada al tema del posicionamiento de la Imagen Institucional (AEI04 02) dentro del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2017-2019, se constituye en una fortaleza, toda vez que se han identificado las dificultades operativas a las que conlleva una la baja intensidad de las comunicaciones.

Se han establecido los niveles de alcance, percepción, identificación, compromiso, prestigio, negación, respaldo, rechazo, lectura, desidia, de tres aspectos fundamentales sobre los que se basa la comunicación institucional.

- La gestión y gerencia de la Comunicación.
- La comunicación interna.
- La comunicación externa.

De lo cual, respecto a la imagen institucional, referido a la Fidelización, se ha encontrado que la SBN, bajo esta denominación no es reconocida, ni identificada por la mayoría de los públicos objetivo de la institución. Su concepto no es decodificado con facilidad configurando a la entidad como una marca débil de bajo impacto y con poca participación en el mercado, fuera de sus stakeholders y público directamente vinculado. Sin embargo, algunos grupos como de periodistas y funcionarios públicos que si reconocieron a la entidad lo hicieron en las siglas SBN o en la denominación "Superintendencia de Bienes Nacionales".

Su imagen de marca es ambigua, y no se ha determinado la semiótica a fidelizar, actualmente se cuenta con un nuevo logotipo y slogan por lo que es importante el



proceso de implementación de la Resolución N° 047-2017/SBN-SG, con la cual se aprueba y dispone su estandarización.

A mediano plazo se espera generar un volumen de aceptación considerable de la marca asociada a los asuntos que tienen que ver con maximización de los predios del Estado en beneficio de tod@s los peruan@s.

A mediano plazo se quiere generar un nivel de recordación e identificación defacto de la marca asociada a las funciones de la institución, esta marca debe ser fuerte influyente y de constante opinión.

El objetivo principal es dotar a la marca de una personalidad definida cuya aparición sensibilice directamente sobre todos los asuntos que tengan que ver con el quehacer institucional.

Asimismo, es importante destacar que el equipo de comunicaciones área no cuenta con un Plan de Comunicaciones o Imagen Institucional para el año 2017, por lo cual, las labores comunicacionales se vienen desarrollando, por extensión del Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional del último trimestre del 2016.

Sobre el personal del Ámbito de Comunicaciones, debo precisar está integrado solo por dos personas. Un especialista en Comunicaciones, cuyas funciones comprenden la redacción de notas de prensa o notas informativas, elaboración de un boletín o notas internas, asistir a la Alta Dirección en reuniones institucionales, realizar la síntesis informativa diaria, atender las actividades institucionales, coordinar con las áreas operativas el envío de información institucional y colaborar con el registro fotográfico; y una especialista en comunicaciones y relaciones públicas cuyas funciones son diseñar y proponer la política de comunicaciones, planificar, dirigir y supervisar la ejecución de la estrategia comunicacional, formular y ejecutar el Plan Estratégico, promover el desarrollo de sistemas de comunicaciones e información, así como dirigir y coordinar la estructura de contenidos web y de redes sociales. Recientemente se ha solicitado un Servicio de Tercero a fin de establecer una estrategia de Comunicación 2.0. que permita dinamizar la presencia institucional en las plataformas web y redes sociales de mayor uso.



II. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS, ACCIONES ESTRATÉGICAS Y ACTIVIDADES

Los objetivos estratégicos del presente plan se encuentran alineados al Plan Estratégico Institucional 2017 – 2019 Modificado por Resolución 057-2017/SBN del 26 de julio del 2017, en los que se identifican y reconocen y priorizan las necesidades orientadas a la construcción de un concepto público favorable (Imagen Institucional Positiva) de la institución, como mecanismo y vehículo para viabilizar las acciones operativas y estratégicas cada uno de los órganos de la línea de la SBN de cara al ciudadano, su empoderamiento en derechos y deberes y el pleno ejercicio de su ciudadanía respecto al patrimonio estatal caracterizado en el territorio patrio.

En ese sentido:

De acuerdo al Objetivo Estratégico Institucional 04 (OEI04), el macro objetivo del Plan es:

- Mejorar la Gestión Institucional para brindar un buen servicio a la ciudadanía.

Mientras en función a la Acción Estratégica Institucional 04.02 (AEI 04.02) el objetivo de desarrollo específico se enmarca en:

- Posicionar la imagen institucional de la SBN

Del mismo modo, de cara al desarrollo específico y para una mejor identificación de las tareas a desarrollar se han considerado los siguientes **objetivos específicos**:

1. Coordinar el desarrollo e implementación de actividades de comunicación externa interna.
2. Impulsar la implementación de campañas comunicacionales en el marco de la Ley 28874 - Ley que regula la publicidad estatal

III. ACTIVIDADES Y/O METAS NO CONTEMPLADAS EN EL PLAN OPERATIVO INSTITUCIONAL

Las actividades operativas propuestas en el presente Plan de Trabajo, guardan estrecha relación con los consignados en el Plan Operativo Institucional 2017 (1.2.7; 1.2.8; 1.2.9) aprobado con Resolución N.º 098-2016/SBN. Las modificaciones planteadas constituyen cambios en actividades y metas físicas y financieras, por lo que implicaría la modificación del POI vigente. Su implementación requiere recursos presupuestales hasta por la suma de s/ S/.1,388,600.00, que son detallados en el cuadro de líneas abajo.

Es preciso mencionar que se han ajustado las *Tareas correspondientes a cada actividad* del mismo, modificando por lo tanto las metas físicas y financieras, de acuerdo al siguiente detalle:



		Resultados		
		Unidad medida	Meta	Meta anual
Actividad operativa 1.2.7	Decía: Promover actividades de comunicación interna Se plantea: Coordinar el desarrollo e implementaciones de actividades de comunicación interna para promover la construcción de un buen clima organizacional e implementación de disposiciones nacionales, multisectoriales y sectoriales	Campaña	Valor	\$/.97,900.00
			Física	32
Tareas De la AO 1.2.7	Boletín de Comunicación Interna	Número de publicaciones virtuales	Valor	\$/.6,100.00
			Física	12
	Instrumentos de comunicación interna carteleros, buzones de sugerencias, acrílico para materiales gráficos - dos locales)	Número de actualizaciones	Valor	\$/.6,300.00
			Física	12
	Campañas de comunicación interna (SAPE - comisión anticorrupción, gestión del desempeño)	Número de campañas	Valor	\$/.85,500.00
			Física	8
Actividad operativa 1.2.8	Decía: Promover actividades de comunicación externa Se plantea: Conducir y orientar el desarrollo de la política de comunicación externa para fortalecer el posicionamiento institucional	Publicación	Valor	\$/.1,172,400.00
			Física	82
Tareas De la AO 1.2.8	Gestión de medios y plataformas de comunicación (notas de prensa, comunicados, entrevistas en medios, comunicación 2.0, rebotes, monitoreo de medios)	Número de publicaciones en medios de comunicación masiva	Valor	\$/.53,200.00
			Física	60
	Publicaciones especializadas - opiniones técnicas (Revistas, informes, reportes; una publicación digital por mes+ una publicación física bimensual; memoria institucional, sistematización, dossier de prensa)	Número de publicaciones virtuales y físicas	Valor	\$/.137,200.00
			Física	14
	Producción audiovisual	Número de videos producidos	Valor	\$/.48,000.00
			Física	8
	Impulsar la implementación de campañas comunicacionales en el marco de la Ley 28874 - Ley que regula la publicidad estatal	Campaña	Valor	\$/.934,000.00
			Física	3



Actividad operativa 1.2.9	Promover, coordinar y atender actividades protocolares	Número de eventos	Valor	S/.118,300.00
			Física	6
Tareas De la AO 1.2.9	Conducción y desarrollo de eventos protocolares internos y externos	Número eventos	Valor	S/.37,300.00
			Física	4
	Implementación de la Resolución N° 047-2017/SBN-SG (Merchandising, Capacitación)	Productos	Valor	S/.81,000.00
			Física	12

IV. TAREAS A DESARROLLARSE EN CADA ACTIVIDAD

ACCIONES ESTRATÉGICAS	TAREAS	Metas
Coordinar el desarrollo e implementaciones de actividades de comunicación interna para promover la construcción de un buen clima organizacional e implementación de disposiciones nacionales, multisectoriales y sectoriales	Boletín de Comunicación Interna	32
	Publicaciones especializadas - opiniones técnicas	12
	Instrumentos de comunicación interna carteleras, buzones de sugerencias, acrílico para materiales gráficos - dos locales)	12
	Campañas comunicacionales	8
Conducir y orientar el desarrollo de la política de comunicación externa para fortalecer el posicionamiento institucional	Gestión de medios y plataformas de comunicación (notas de prensa, comunicados, entrevistas en medios, comunicación 2.0, rebotes, monitoreo de medios)	60
	Publicaciones especializadas - opiniones técnicas (Revistas, informes, reportes; una publicación digital por mes+ una publicación física bimensual; memoria institucional,	14



	sistematización, dossier de prensa)	
	Producción audiovisual	8
	Impulsar la implementación de campañas comunicacionales en el marco de la Ley 28874 - Ley que regula la publicidad estatal	3
Promover, coordinar y atender actividades protocolares	Conducción y desarrollo de eventos protocolares internos y externos	2
	Implementación de la Resolución N° 047-2017/SBN-SG (Merchandising, Capacitación)	

V. INDICADORES, RESPONSABLES, METAS Y CRONOGRAMA

Los indicadores son los considerados en el cronograma como unidad de medida:

INDICADORES

- Número de publicaciones en medios de comunicación masiva
- Número de publicaciones virtuales y físicas
- Número eventos
- Numero de videos producidos
- Numero de campañas
- Numero de actualizaciones
- Productos

RESPONSABLES

Los responsables de la ejecución del presente Plan, son los integrantes del equipo de comunicaciones de la Secretaria General, liderados por el coordinador en comunicaciones y monitoreados por el Secretario General.



METAS Y CRONOGRAMA

	Actividades Operativas	Resultados		Cronograma				Meta anual
		Unid/medida	Meta	1	2	3	4	
1	Decia: Promover actividades de comunicación interna <u>Se plantea: Coordinar el desarrollo e implementaciones de actividades de comunicación interna para promover la implementación de un buen clima organizacional e implementación de disposiciones nacionales, multisectoriales y sectoriales</u>	Campaña	Valor	S/ 39,400.00	S/ 19,500.00	S/ 19,500.00	S/ 19,500.00	S/ 97,900.00
			Fisica	8	8	8	8	32
		Número de publicaciones virtuales	Valor	S/ 5,200.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 6,100.00
			Fisica	3	3	3	3	12
1.2.	Instrumentos de comunicación interna carteleras, buzones de sugerencias, acrílico para materiales gráficos - dos locales)	Valor	S/ 5,400.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 6,300.00	
		Fisica	3	3	3	3	12	
1.3.	Campañas de comunicación interna (SAPE - comisión anticorrupción, gestión del desempeño)	Valor	S/ 28,800.00	S/ 18,900.00	S/ 18,900.00	S/ 18,900.00	S/ 85,500.00	
		Fisica	2	2	2	2	8	
2	Decia: <u>Promover actividades de comunicación externa</u> <u>Se plantea: Conducir y orientar el desarrollo de la política de comunicación externa para fortalecer el posicionamiento Institucional</u>	Valor	S/ 97,100.00	S/ 69,100.00	S/ 906,100.00	S/ 100,100.00	S/ 1,172,400.00	
		Fisica	20	21	20	21	S/ 82.00	
2.1.	Gestión de medios y plataformas de comunicación (notas de prensa, comunicados, entrevistas en medios, comunicación 2.0, rebotes, monitoreo de medios)	Número de publicaciones en medios de comunicación masiva	15	15	15	15	60	
		Valor	S/ 31,300.00	S/ 7,300.00	S/ 7,300.00	S/ 7,300.00	S/ 53,200.00	
2.2.	Publicaciones especializadas - opiniones técnicas (Revistas, informes, reportes; una publicación digital por mes+ una publicación física bimensual; memoria institucional, sistematización, dossier de prensa)	Número de publicaciones virtuales y físicas	3	4	3	4	14	
		Valor	S/ 19,800.00	S/ 19,800.00	S/ 16,800.00	S/ 80,800.00	S/ 137,200.00	
2.3.	Producción audiovisual	Valor	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 12,000.00	S/ 48,000.00	





		Numero de videos producidos	Fisica	2	2	2	2	2	8
2.4	Impulsar la implementación de campañas comunicacionales en el marco de la Ley 28874 - Ley que regula la publicidad estatal	Campaña	Valor Fisica	S/.34,000.00	S/.30,000.00	S/.870,000.00	S/.0.00	S/.934,000.00	3
3	Promover, coordinar y atender actividades protocolares	Número de eventos	Valor Fisica	S/.44,300.00	S/.17,600.00	S/.39,200.00	S/.18,200.00	S/.118,300.00	4
3.1.	Conducción y desarrollo de eventos protocolares internos y externos	Número eventos	Valor Fisica	S/.13,300.00	S/.9,600.00	S/.4,200.00	S/.10,200.00	S/.37,300.00	4
3.2.	Implementación de la Resolución N° 047-2017/SBN-SG (Merchandising, Capacitación)	Productos	Valor Fisica	S/.31,000.00	S/.8,000.00	S/.34,000.00	S/.8,000.00	S/.81,000.00	12
TOTAL									
									S/.1,388,600.00

VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Las actividades de monitoreo y evaluación del PEI y POI se encuentran a cargo de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto a nivel macro de desarrollo.

A nivel del presente plan de trabajo, cada una de las acciones programadas serán monitoreadas por el (la) Especialista en Comunicaciones, medidas a partir de los indicadores específicos y los resultados serán reportados a la alta dirección a efectos de fortalecer la implementación de acciones específicas.

