

2021

Plan de Comunicaciones

Responsable:
Comunicaciones
Dirección Ejecutiva



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



AGROIDEAS
Programa de Compensaciones para la Competitividad



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

ÍNDICE

I.	PRESENTACIÓN	3
II.	MARCO LEGAL.....	4
III.	ANÁLISIS SITUACIONAL.....	4
IV.	OBJETIVOS GENERAL Y ESPECÍFICOS:	5
V.	FINALIDAD.....	5
VI.	ALCANCE	5
VII.	VIGENCIA DEL PLAN	5
VIII.	PÚBLICO OBJETIVO	6
IX.	ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL.....	6
X.	LÍNEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN.....	6
XI.	RESPONSABILIDAD.....	10
XII.	CRONOGRAMA	10
XIII.	RESULTADOS E IMPACTO ESPERADO	11
XIV.	PRESUPUESTO.....	11
XV.	EVALUACIÓN.....	12
XVI.	ANEXOS.....	13



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

PLAN DE COMUNICACIONES 2021

I. PRESENTACIÓN

El **Programa de Compensaciones para la Competitividad – AGROIDEAS** es la unidad ejecutora del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri), que actúa como socio estratégico de los negocios sostenibles en el campo a nivel nacional, fomentando la asociatividad, mejora de la gestión y adopción de tecnología de los pequeños y medianos productores, a través del financiamiento no reembolsable de Planes de Negocio y Proyectos de Reconversión Productiva Agropecuaria.

El equipo de Comunicaciones de la Dirección Ejecutiva del PCC - AGROIDEAS se encarga de diseñar, formular y ejecutar las estrategias, acciones y actividades de comunicación e imagen con la finalidad de contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales. En ese sentido, la comunicación estratégica tiene un rol fundamental para la promoción y difusión de los incentivos económicos que ofrece el programa para promover que más productores de la pequeña y mediana agricultura puedan beneficiarse. Además, refuerza el posicionamiento del Programa mediante la visibilidad de sus acciones de intervención y resultados obtenidos en beneficio de la agricultura familiar con sus públicos externos e internos.

Es por ello que surge la necesidad de elaborar un Plan de Comunicaciones 2021 que defina las estrategias en materia de comunicación para reforzar el posicionamiento obtenido y continúe realizando la promoción y difusión de la intervención y los logros alcanzados, principalmente en el contexto de la reactivación económica del sector agropecuario, a consecuencia de la emergencia sanitaria por la COVID- 19 que afectó la economía de miles de peruanos de zonas rurales.

El presente Plan constituye una herramienta de gestión que contribuirá al logro de los objetivos institucionales del PCC, enmarcado en las disposiciones en materia de comunicaciones e imagen institucional el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego para las unidades orgánicas, órganos, programas, proyectos especiales y organismos públicos adscritos.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

II. MARCO LEGAL

- a. Ley N°31071, publicada el 20 de noviembre de 2020 que otorga vigencia permanente al Programa de Compensaciones para la Competitividad.
- b. Resolución Directoral Ejecutiva N°021 -2020 – MINAGRI – PCC Plan aprobado 2020 que aprueba el “Plan de Comunicación del Programa de Compensaciones para la Competitividad – 2020”.
- c. Resolución Ministerial N°485-2019- MINAGRI aprueba la extensión del horizonte temporal del Plan Estratégico Sectorial Multianual actualizado (PESEM) 2015 - 2021 (diciembre 2016) del sector agricultura y riego al 2024, cuyo texto obra en el anexo que forma parte de la presente resolución.
- d. Disposiciones en materia de Comunicaciones e Imagen Institucional para las unidades orgánicas, órganos, Programas, Proyectos Especiales y Organismos Públicos Adscritos del Ministerio de Agricultura y Riego – MINAGRI, aprobado mediante Resolución Ministerial N° 0421-2018-MINAGRI, de fecha 25 de octubre del 2018.

III. ANÁLISIS SITUACIONAL

- La emergencia sanitaria decretada por la pandemia de la COVID 19 en el año 2020, trajo consigo cambios que a su vez generaron nuevos retos para la adaptación al trabajo remoto, pero también oportunidades a fin de generar espacios para fortalecer la imagen del PCC – AGROIDEAS, a nivel nacional.
- Es el caso de la campaña “Para estar fuertes, hay que papear” que, con las limitaciones de la cuarentena impuesta, logró ejecutarse con éxito a través de una estrategia que se basó en la eficiencia de los recursos y logró la certificación de Buenas Prácticas en Gestión Pública otorgada por la organización Ciudadanos al Día y quedó como finalista en la categoría Comunicación Pública Efectiva.
- Las limitaciones surgieron por la cancelación de los viajes interprovinciales, lo que generó la suspensión de actividades programadas en el Plan de Comunicaciones 2020, como son los eventos institucionales, el registro de casos de éxito para su difusión masiva y el diseño e impresión del catálogo de organizaciones beneficiarias emblemáticas del PCC – AGROIDEAS.
- Pese a las dificultades, se logró obtener más de 1400 impactos en medios que generó un retorno de publicidad no pagada de aproximadamente S/1.8 millones, además de incrementar de manera orgánica en un 51% los seguidores en redes sociales.
- En consecuencia, hasta la fecha se ha cumplido con los objetivos trazados en el Plan de Comunicaciones 2020 para posicionar la imagen del PCC – AGROIDEAS en la opinión pública, a través de las acciones de vocería y



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

difusión sobre la inversión realizada, con una ejecución al 98.6% del presupuesto solicitado para el área.

IV. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la imagen del PCC – AGROIDEAS como una institución clave en la reactivación económica del sector agropecuario, en beneficio de los productores de la pequeña y mediana agricultura familiar.

V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Promover entre los productores de la pequeña y mediana agricultura familiar, el acceso a los incentivos económicos que ofrece el PCC – AGROIDEAS, a través de su difusión en diferentes canales de comunicación, en el marco de la reactivación económica del sector.
- Difundir información sobre las acciones y logros del PCC – AGROIDEAS en beneficio del pequeño y mediano productor de la agricultura familiar, en el marco de la reactivación económica del sector.
- Fomentar el consumo de productos agropecuarios para contribuir a la economía del agricultor.
- Fortalecer la identidad de los trabajadores del PCC – AGROIDEAS con la institución, mediante una adecuada comunicación interna a través de la difusión de información sobre las metas cumplidas y logros obtenidos por el trabajo desarrollado, en beneficio de la agricultura familiar.

VI. FINALIDAD

El Plan de Comunicaciones 2021 tiene por finalidad establecer las estrategias de gestión de la comunicación dirigida al público externo e interno del PCC, a fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales de la entidad, a través de la promoción de sus incentivos y la difusión de información sobre sus acciones y logros.

VII. ALCANCE

El presente Plan de Comunicaciones 2021 del PCC contempla la gestión de la comunicación estratégica de manera descentralizada, con la ejecución de acciones articuladas con las Unidades Regionales, la Unidad de Administración a través del área de Recursos Humanos y la Dirección Ejecutiva.

VIII. VIGENCIA DEL PLAN

El Plan Anual de Comunicaciones 2021 se ejecutará durante el año 2021.



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

IX. PÚBLICO OBJETIVO

P.O Externo principal

Pequeños/as y medianos/as productores/as agrarios/as organizados/as que desarrollan actividades en una Unidad Productiva Sostenible (UPS) y las formas asociativas de productores/as en cadenas de valor de la Agricultura Familiar.

P.O Externo secundario

Medios de Comunicación tradicionales y digitales, aliados estratégicos, líderes de opinión otras entidades del Estado afines (ministerios, Gobierno Nacional, Regional y Local), centros de estudios privados y públicos, empresas vinculadas al rubro agropecuario, familiares de los agricultores, peruanas y peruanos en general.

P.O interno

Trabajadores del Programa de Compensaciones para la Competitividad.

X. ARTICULACIÓN INSTITUCIONAL

El trabajo realizado en el Área de Comunicaciones del PCC se desarrolla con el Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego y sus dependencias, previa aprobación del Director de la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (Midagri) según Resolución Ministerial N° 0421-2018-MINAGRI.

XI. LÍNEA DE ACCIÓN ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación son un conjunto de acciones planificadas basadas en el análisis, que buscan posicionar los mensajes de una organización con sus públicos internos y externos. Sirven como guía para realizar una comunicación eficiente y coherente con los objetivos de la institución, a través de las diversas herramientas comunicativas con las que se cuentan, de acuerdo a los públicos objetivos.

Comunicación externa

- Relaciones públicas
Se refiere a todas las acciones dirigidas a cumplir con las tareas para fortalecer la imagen y buena reputación del PCC a través de la gestión y



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



PLAN DE COMUNICACIONES 2021

PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

capacitación de voceros, relacionamiento con medios de comunicación, influenciadores y líderes de opinión, dirección de campañas publicitarias, liderazgo para las coordinaciones intra e intersectoriales, velar por el uso adecuado de la identidad visual gráfica del Programa y la ejecución del protocolo institucional en eventos y ferias.

- Prensa y vocería

La difusión de información en medios de comunicación televisivo, radial y digital a nivel nacional, basada en contenido periodístico de interés, principalmente a través de testimonios de organizaciones que accedieron a los incentivos del Programa, así como casos de éxito, entrega de bienes e infraestructura para mejora de las organizaciones agropecuarias beneficiarias, logros institucionales, fechas conmemorativas del calendario agrícola, etc.; contado desde una perspectiva que resalte la política de inclusión social del Estado, en el marco de una reactivación económica del sector agropecuario e invite a más productores de la pequeña agricultura familiar a organizarse y acceder a los incentivos que ofrece el PCC.

- Página web institucional

La página web institucional contiene información sobre la cultura organizacional, normas legales, directorio, información técnica, documentos de gestión, publicaciones, noticias del sector y acceso a los servicios que brinda el Programa. El área de comunicaciones tiene la responsabilidad de velar por la correcta redacción en coordinación con el Área de Sistemas, además de alimentar la sección de notas de prensa y realizar una difusión periódica y oportuna sobre información utilitaria para el usuario y potencial beneficiario.

- Redes sociales

El PCC cuenta con 5 redes sociales activas (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube y LinkedIn) para la difusión de información utilitaria sobre acceso a sus incentivos, intervención del Programa a nivel nacional, testimonios, casos de éxito de organizaciones beneficiarias, etc. Además, es un medio efectivo para resolución de consultas a usuarios de manera inmediata.

- Eventos y ferias

La realización de ceremonias protocolares de entrega de bienes e inauguración de infraestructura a organizaciones beneficiarias del PCC, permite visibilizar y difundir a nivel nacional el trabajo que se realiza en beneficio de nuestro principal público objetivo, reforzando la imagen institucional y la buena reputación de la institución. Asimismo, resulta un recurso que propicia la apertura e interés de los medios de comunicación para la difusión del acceso a los incentivos que ofrece el PCC. Del mismo



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

modo, la participación de organizaciones beneficiarias en ferias nacionales e internacionales son una oportunidad que nos permite dar a conocer la labor del Programa y mostrar el impacto en sus agronegocios y calidad de vida a mediano y largo plazo.

Comunicación interna

- Difusión de información institucional
Como estrategia de comunicación interna se establece desarrollar acciones enfocadas a brindar información oportuna sobre los avances y logros del PCC a los trabajadores, con la finalidad de hacerlos partícipes de la cultura organizacional y valores institucionales, además de fomentar un sentido de pertenencia hacia el PCC.

Tipo de Comunicación	Herramientas
C.O Relaciones Públicas	-Reuniones de trabajo, -Materiales promocionales -Protocolo y organización de eventos y ferias -Dirección de campañas publicitarias
C.O Prensa y vocería	-Publicación de notas de prensa y comunicados -Realización de conferencias de prensa -Relacionamiento con medios a través de contacto telefónico con directores y periodistas -Gestión de publicación de entrevistas en vivo y grabadas a voceros del Programa para visibilizar acciones y logros.
C.O Página web institucional	-Publicación de notas de prensa y casos de éxito en sección 'Noticias'
C.O Redes sociales	-Piezas gráficas lúdicas e informativas -Fotografías de visitas a organizaciones beneficiarias y eventos en regiones -Videos de corte periodístico sobre testimonios de beneficiarios -Videos informativos sobre acceso a incentivos del Programa -Videos spots de campañas publicitarias -Videos de influenciadores del sector para reforzar mensajes clave -Transmisiones en vivo sobre temas técnicos utilitarios -Publicación de notas de prensa de la página web -Compartido de notas de interés sobre el sector.
C.O Eventos y ferias	-Banners institucionales -Backin y stands institucionales -Carteles de obra institucionales



PERÚ

Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

	<ul style="list-style-type: none"> -Stickers institucionales para infraestructura y maquinaria -Folletería institucional (dípticos, trípticos) -Merchandising (llaveros, bolsas ecológicas, cuadernos, lapiceros)
C.I Difusión de información institucional	<ul style="list-style-type: none"> -Piezas gráficas -Mailing (cumpleaños, fechas conmemorativas del calendario agrícola) -Boletín digital -Mural institucional -Fondo de pantalla de computadoras de la institución

Campañas de Comunicación

Para el cumplimiento de objetivos trazados en el presente Plan de Comunicaciones, se tiene previsto la implementación de dos campañas de comunicación durante el primer semestre:

1.- “Asociados Crecemos”

Una de las tareas principales del programa fomentar la asociatividad, esta iniciativa tiene como objetivo promover la formalización de pequeños y medianos productores de la agricultura familiar, contribuyendo a su desarrollo económico y calidad de vida.

A través de esta campaña sectorial se busca educar sobre los beneficios de la asociatividad como primer paso para una agricultura familiar empresarialmente sostenible, además de brindar información sobre el acceso al incentivo de Asociatividad de AGROIDEAS, que cubre los gastos de formalización de las organizaciones agrarias, incluyendo honorarios por asesoría legal, gastos notariales y gastos registrales por un monto de hasta el 50% de la UIT, brindándole una alternativa al agricultor no asociado.

El lanzamiento se tiene programado para marzo 2021, pero está sujeto a evaluación y que la coyuntura por la emergencia sanitaria así lo permita. La difusión se realizará durante dos semanas a través de canales digitales (redes sociales del Midagri y unidades adscritas), medios de prensa online y offline con la publicación de información utilitaria y testimonial, además se recurrirá al apoyo de influenciadores del sector que refuercen los mensajes a través de sus redes sociales, de forma masiva.

2.- “Para estar fuertes, hay que papear”

Siendo una campaña que fue lanzada con éxito el mes de mayo del año 2020, en el marco del Día Nacional de la papa, se tiene previsto retomarla en la misma fecha con motivo de esta celebración.



PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego**PLAN DE COMUNICACIONES 2021**

PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

El objetivo es promover el consumo de papa peruana y sus diferentes variedades, además de revalorar el trabajo de los agricultores que no han detenido sus labores pese a la situación de pandemia. Para ello, se diseñará una estrategia 360°, durante tres semanas, que involucrará a todo el sector y permitirá la difusión de información lúdica, educativa y testimonial a través de diversos canales digitales, medios de prensa online y offline, activaciones y actividades en alianza estratégica con restaurantes y empresas afines.

XII. RESPONSABILIDAD

La Dirección Ejecutiva, a través del Área de Comunicaciones, está encargada de coordinar y dirigir las actividades programadas en el Plan de Comunicaciones 2021.

XIII. CRONOGRAMA

El Cronograma de Acciones del Plan de Comunicaciones 2021, se desarrollará de acuerdo al siguiente cuadro:

Tarea	Año 2021											
	Ene	Feb	Mar	Abr	Ma	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic
Publicación de notas de prensa	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicación de entrevistas a voceros	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Organización y cobertura de eventos institucionales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Participación de beneficiarios en ferias	X						X	X	X	X		
Diseño y elaboración de <i>merchandising</i>		X						X			X	
Publicación de contenidos en redes sociales y página web	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pauta publicitaria en redes sociales		X						X				
Elaboración de	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



PLAN DE COMUNICACIONES 2021			
PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

piezas gráficas													
Elaboración de catálogo de casos de éxito 2021						X							
Registro y edición audiovisual de la labor del PCC	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Adquisición de equipos informáticos y audiovisuales		X											
Difusión de piezas gráficas para público interno	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Seguimiento y evaluación al Plan de Comunicaciones							X						X

XIV. RESULTADO DEL IMPACTO ESPERADO

Con la elaboración del presente Plan de Comunicaciones 2021, se proyecta incrementar en 15% el nivel de presencia en medios de comunicación a través de publicaciones y menciones realizadas sobre las labores de intervención y logros del PCC – AGROIDEAS.

Con respecto al entorno digital, se estima un incremento del 60% de seguidores de las redes sociales oficiales, a través de publicaciones orgánicas y pagadas.

XV. PRESUPUESTO

El presupuesto total que requiere el Plan de Comunicaciones 2021 para la implementación de sus acciones y tareas asciende a un total de S/ 667, 200.00 (Seiscientos sesenta y siete mil doscientos y 00/100 Soles), recurso que ya ha sido aprobado por la Unidad de Presupuesto Planeamiento Presupuesto y Seguimiento, según detalla el siguiente cuadro:

	Concepto	Total S/
1	Productos comunicacionales	350 000.00
2	Pasajes viáticos y alquiler de camioneta	115 440. 00
3	Recurso humano	201 760.00

**PERÚ**Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego**PLAN DE COMUNICACIONES 2021**

PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

Presupuesto Total**667 200.00****XVI. EVALUACIÓN**

La Dirección Ejecutiva a través del equipo de Comunicaciones realizará el seguimiento permanente a este plan, a través de la presentación de un informe anual al término de ejecución del mismo, correspondiente a las actividades realizadas contempladas en el Anexo 01 – Plan de Comunicaciones 2021, utilizando para ello los siguientes indicadores de gestión:

Tarea/ Actividad	Descripción/Objetivo	Indicador
Prensa y vocería	Comunicar y difundir información relevante para nuestro público objetivo principal y logros del PCC.	Número de entrevistas publicadas Número de notas de prensa publicadas y su valorización monetaria
Organización y cobertura de eventos institucionales	Visibilizar la labor del PCC en beneficio de nuestro público objetivo principal	Número de eventos realizados
Participación de beneficiarios en ferias nacionales e internacionales	Visibilizar la gestión de éxito de organizaciones agrarias beneficiarias del PCC	Número de ferias en las que participaron beneficiarios
Redes sociales	Comunicar información relevante y logros del PCC a nuestro público objetivo externo e interno.	Número de publicaciones / Informe estadístico mensual
Elaboración de piezas gráficas para difusión	Comunicar de manera didáctica y cercana información relevante y logros del PCC.	Número de piezas gráficas publicadas
Registro y edición de videos institucionales	Comunicar de manera más efectiva y testimonial sobre la intervención, logros del PCC y casos de éxito de organizaciones agrarias beneficiarias.	Número de videos publicados

PLAN DE COMUNICACIONES 2021

PLAN	ESPECÍFICO	NÚMERO	FECHA
FORMULADO POR	DIRECCIÓN EJECUTIVA - COMUNICACIONES		

I. ANEXOS

Anexo – Plan Operativo Anual del Plan de Comunicaciones 2021

ACTIVIDAD REPROGRAMADA	UM	TAREA PROGRAMADA	UM	ACCIONES PROGRAMADAS	UM	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Total programado						
Difusión y promoción de los servicios del PCC	PUBLICACIÓN	VOCERÍA Y GESTIÓN DE PRENSA	PUBLICACION	PUBLICACIÓN DE NOTAS DE PRENSA	PUBLICACION	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24						
				PUBLICACIÓN DE ENTREVISTAS A VOCEROS DEL PROGRAMA	PUBLICACION	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60				
		PROMOCION DE BENEFICIARIOS EN EVENTOS	ACCION			ORGANIZACIÓN Y COBERTURA DE EVENTOS INSTITUCIONALES	ACCION	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23				
						PARTICIPACION EN FERIAS	ACCION	1	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	0	0	0	6		
						DISEÑO Y ELABORACIÓN DE MERCHANDISING	ACCION	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	3	
		GESTIÓN DEL ENTORNO DIGITAL Y AUDIOVISUAL	PUBLICACION			PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS EN REDES SOCIALES Y PAGINA WEB	PUBLICACION	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	1080			
						GESTIÓN DE PAUTAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES	INFORME	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	
						ELABORACIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS	PUBLICACION	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	840
						ELABORACIÓN DE CATÁLOGO DE CASOS DE ÉXITO 2021	PUBLICACION	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
						REGISTRO Y EDICIÓN AUDIOVISUAL DE LA LABOR DEL PROGRAMA	PUBLICACION	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
						ADQUISICIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS Y AUDIOVISUALES	INFORME	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
						DIFUSIÓN DE PIEZAS GRÁFICAS	PUBLICACION	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	INFORME			SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN AL PLAN DE COMUNICACIONES	INFORME	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2						