



SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE CONTROL  
DE SERVICIOS DE SEGURIDAD, ARMAS,  
MUNICIONES Y EXPLOSIVOS DE USO CIVIL



# **PLAN ANUAL DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL 2024**



## 1. ANTECEDENTES:

La Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil (SUCAMEC), se crea mediante el Decreto Legislativo N° 1127, de fecha 07 de diciembre de 2012, con la finalidad de fortalecer las competencias del Sector Interior, en lo que respecta al control, administración, supervisión, fiscalización, regulación normativa y sanción de las actividades en el ámbito de los servicios de seguridad privada, fabricación y comercio de armas, municiones y conexos, explosivos y productos pirotécnicos de uso civil, así como la facultad de autorizar su uso, de conformidad con la Constitución Política del Perú, los tratados internacionales y la legislación nacional.

Mediante Resolución de Superintendencia N° 805-2022-SUCAMEC de fecha 20 de mayo de 2022, se formaliza la aprobación del Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2026 de la SUCAMEC, documento que tiene como base la Política de Estado, Política General de Gobierno, el Plan Estratégico Sectorial Multianual del Sector Interior y lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1127.

El Plan Estratégico Institucional 2022-2026 de la SUCAMEC, constituye el documento orientador de los principales objetivos que persigue la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil, y contiene seis (6) objetivos estratégicos institucionales, y diecinueve (19) acciones estratégicas institucionales.

En ese sentido, las acciones que debe realizar la SUCAMEC a través de sus órganos de línea y en concordancia con los servicios que brinda, son apoyadas desde un aspecto comunicacional por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCIMIN), que según el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la entidad, es el órgano encargado de las acciones de comunicación, difusión y marketing institucional, y destaca entre sus funciones el *"Diseñar y proponer, dirigir y ejecutar la implementación de la política, planes, estrategias, programas y proyectos en materia comunicacional, marketing, prensa, relaciones públicas y protocolo de la entidad, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes"*.

En esa línea, la implementación del Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 de la SUCAMEC, definirá las estrategias en materia de comunicación para fortalecer el posicionamiento obtenido y se continúe realizando la difusión de los logros alcanzados en la materia de nuestra competencia, conforme a las necesidades y expectativas de los administrados y ciudadanía, a efectos de contribuir a preservar la defensa nacional, protección del orden interno, seguridad ciudadana y convivencia pacífica; proyectando ser una institución transparente, eficiente y moderna, que cuente con procesos implementados bajo un enfoque de calidad, en cumplimiento de las políticas nacionales en las que se tiene participación, teniendo particular atención en la inclusión social, igualdad de género y lucha contra la corrupción.

Asimismo, mediante Resolución de Superintendencia 1812-2023-SUCAMEC de fecha 31 de diciembre de 2023, se aprobó el Plan Operativo Institucional (POI) 2024 de la SUCAMEC, a través del cual se dispone el cumplimiento de la programación de las actividades consideradas dentro de este documento.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

En ese sentido, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional de la SUCAMEC cuenta con las siguientes tareas operativas a realizar:

- Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional.
- Campaña de sensibilización sobre el uso responsable de armas de fuego.
- Campaña de sensibilización sobre el uso responsable de productos pirotécnicos a nivel nacional.
- Campaña de sensibilización sobre los peligros de la posesión ilegal e irregular de armas de fuego y su incidencia en menores de edad.
- Campaña anticorrupción para público interno y externo.
- Gestionar la información institucional a través de los medios masivos de comunicación.
- Elaborar publicaciones institucionales para posicionamiento de la entidad y orientación al usuario.
- Gestionar las redes sociales con información sobre logros de la entidad y orientación al usuario.
- Producción de materiales gráficos y audiovisuales para publicaciones en diversas plataformas.
- Organizar conferencias de prensa, acuerdos de convenio, inauguraciones, donaciones de armas de fuego, explosivo o pirotécnicos, o cualquier otra actividad protocolar.
- Seguimiento del Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional.
- Evaluación del Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional.

La Tarea N° 1 es la elaboración del Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional de la SUCAMEC, el cual debe registrar todas las actividades programadas, debidamente planteadas y especificando sus tareas por cada una de ellas. Es así que, el mismo debe contar con su respectivo seguimiento y evaluación final en el presente año.

En base a lo expuesto, la OCIMIN presenta el Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional con el objetivo de que sea el principal instrumento de medición de las actividades que realiza esta unidad orgánica para cumplir con los objetivos institucionales establecidos para el 2024.

## 2. MARCO LEGAL:

- Decreto Legislativo N° 1127, Decreto Legislativo que crea la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil – SUCAMEC.
- Decreto Legislativo N° 1213, Decreto Legislativo que regula los Servicios de Seguridad Privada, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 005-2023-IN.
- Ley N° 30299, Ley de armas de fuego, municiones, explosivos, productos pirotécnicos y materiales relacionados de uso civil.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

- Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública.
- Ley N° 27815, Ley del Código de Ética de la Función Pública, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 033-2005-PCM.
- Ley N° 29542, Ley de protección al denunciante en el ámbito administrativo y de colaboración eficaz en el ámbito penal.
- Ley N° 30057, Ley del Servicio civil, y su Reglamento, aprobado por Decreto Supremo N° 040-2014-PCM.
- Decreto Supremo N° 004-2013-IN, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la SUCAMEC, modificado por Decreto Supremo N° 017-2013-IN.
- Resolución de Superintendencia N° 177-2020-SUCAMEC, que aprueba el Código de Ética y Conducta de la Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil - SUCAMEC.
- Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 03-2022-PCM/SCS, que aprueba la Directiva N° 002-2022-PCM/SCS, "Lineamientos aplicables al proceso de coordinación para el desarrollo y difusión de las campañas comunicacionales del Poder Ejecutivo".
- Resolución de Superintendencia N° 805-2022-SUCAMEC, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2026 de la SUCAMEC.
- Decreto Supremo N° 006-2022-IN, que aprueba la Política Nacional Multisectorial de Seguridad Ciudadana al 2030.
- Resolución de Superintendencia N° 1812-2023-SUCAMEC, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2024 de la SUCAMEC.

### 3. INTRODUCCIÓN:

La Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Municiones y Explosivos de Uso Civil (SUCAMEC) realiza acciones a través de sus distintos órganos de línea, en concordancia con los servicios que brinda, las cuales son apoyadas desde un aspecto comunicacional por la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional (OCIMIN), quien según el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la entidad, es el órgano encargado de las acciones de comunicación, difusión y marketing institucional, y destaca entre sus funciones el *"Diseñar y proponer, dirigir y ejecutar la implementación de la Política, Planes, Estrategias, Programas y Proyectos en materia comunicacional, marketing, prensa, de relaciones públicas y protocolo de la entidad, en coordinación con los órganos de la Alta Dirección y administración interna correspondientes"*.

En esa línea, la comunicación cumple un valor fundamental en la institución para el logro de los objetivos organizacionales. A nivel externo, se busca sensibilizar a la ciudadanía





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

en el uso responsable de armas, municiones, explosivos, productos pirotécnicos y materiales relacionados de uso civil y contribuir en la satisfacción de los usuarios, a través de la gestión estratégica de la comunicación para la construcción de una imagen de institución íntegra, transparente, especializada y eficiente.

A nivel interno, se tiene como objetivo fortalecer la comunicación con los servidores públicos para contribuir con la identificación y compromiso de estos con los objetivos y metas institucionales, puesto que de este modo los servidores se sentirán más motivados y esto repercutirá en el trabajo que realizan impactando positivamente en el público externo y logrando la coherencia comunicativa.

Por lo tanto, se presenta el Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional de la SUCAMEC que busca informar, educar y sensibilizar a los distintos stakeholders en todos los aspectos vinculados al quehacer de la institución: armas, municiones, explosivos, pirotécnicos, seguridad privada, así como de las acciones de fiscalización y control. Además, mejorar el servicio de la entidad e impactar positivamente en la imagen institucional de la SUCAMEC como una entidad que contribuye a preservar la seguridad ciudadana, el orden interno y la paz social.

#### 4. NECESIDAD:

La necesidad del presente documento de gestión es posicionar la imagen institucional de la SUCAMEC de manera positiva en la percepción de la ciudadanía, definiendo, para ello, acciones de comunicación interna y externa que se alineen a la misión de la entidad que está definida de la siguiente manera:

*“Administrar, regular y fiscalizar a las personas naturales, personas jurídicas y grupos de interés de la SUCAMEC, con eficiencia, oportunidad, calidad y modernidad”.*

Para tal fin, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional elaborará mensajes que resalten los principios institucionales como:

- Calidad en los servicios.
- Seguridad jurídica.
- Trato justo e igualitario.
- Racionalidad.
- Orientación al ciudadano.
- Innovación tecnológica.
- Articulación intergubernamental e intersectorial.

Con la finalidad de que las metas específicas establecidas para impulsar las acciones que llevan a cabo cada una de las gerencias de línea, intendencias y jefaturas zonales, sigan los canales formales para lograr contribuir de manera significativa a los objetivos institucionales.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

## 5. OBJETIVO GENERAL:

- 5.1. **De comunicación interna:** Difundir las acciones y mensajes institucionales, utilizando los canales internos de comunicación para lograr la identificación y fidelización de los colaboradores con la SUCAMEC.
- 5.2. **De comunicación externa:** Difundir información sobre los servicios y acciones de la institución; en materia de armas de fuego, municiones, explosivos, pirotécnicos y seguridad privada, así como las de control y fiscalización, utilizando las redes sociales y el relacionamiento con medios de comunicación para contribuir con el fortalecimiento de la imagen institucional de la SUCAMEC.

De esta manera, la OCIMIN realizará la planificación de las actividades internas y externas de la SUCAMEC, las cuales serán difundidas a través de los diferentes canales de comunicación con los que cuenta la entidad para dirigirse tanto a su público interno y externo.

## 6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

### 6.1. De comunicación interna:

- Difundir doscientos cuarenta (240) piezas gráficas con información institucional a través de los canales institucionales de comunicación interna de la SUCAMEC.
- Organizar doce (12) eventos institucionales, en coordinación con las unidades orgánicas de la SUCAMEC, para fomentar la identificación de los colaboradores con las metas y objetivos institucionales.

### 6.2. De comunicación externa:

- Organizar y ejecutar cinco (05) campañas de información y sensibilización que promuevan el uso responsable de armas, municiones, materiales relacionados, explosivos y productos pirotécnicos de uso civil.
- Fortalecer la imagen institucional de la SUCAMEC como la una entidad dedicada a preservar la seguridad ciudadana, orden interno y convivencia pacífica: a través de cuatrocientos sesentaicinco (465) impactos en medios de comunicación y mil setecientos cincuenta (1 750) publicaciones en las redes sociales.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

## 7. PÚBLICO:

### 7.1. Público externo:

- Público vinculado al sector de armas de fuego y municiones.
- Público vinculado al sector de explosivos y materiales relacionados.
- Público vinculado al sector de productos pirotécnicos y materiales relacionados de uso civil.
- Público vinculado al sector de servicios de seguridad privada.
- Stakeholders relacionados al sector Interior.
- Ciudadanía en general.

### 7.2. Público interno:

- Alta Dirección
- Consejo Directivo.
- Gerentes de línea y jefes/as de oficinas.
- Jefes/as e Intendentes de los órganos desconcentrados.
- Servidores públicos y locadores/as de servicios.

## 8. ARTICULACIÓN:

El presente Plan se articula con la Tarea N.º1 "Elaboración del Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 de la SUCAMEC", actividad operativa, que corresponde a la siguiente articulación estratégica:

- Objetivo Estratégico Institucional – PEI: OEI.05 "Fortalecer la gestión institucional".
- Acción Estratégica Institucional – PEI: AEI.05.07 "Comunicación institucional fortalecida en la SUCAMEC".

En esa línea, la actividad operativa establece que la OCIMIN debe realizar la elaboración, implementación y evaluación del Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional de la SUCAMEC.

## 9. ACTIVIDADES:

### 9.1. De comunicación interna:

#### 9.1.1. Actividad A: Elaborar una campaña informativa para el público interno sobre el Sistema de Gestión de Calidad:

**Tarea 1: Realizar la Campaña comunicacional "Sucamec rumbo a la Certificación ISO 9001: 2015".**

**Contexto:** La SUCAMEC viene trabajando durante el 2024 en el fortalecimiento de sus procesos para implementar un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) que le permita obtener la Certificación ISO 9001:2015, esta



Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

importante decisión estratégica contribuirá sostenidamente a que la entidad brinde un mejor servicio a la ciudadanía, a través de un óptimo desempeño de los colaboradores y de procedimientos internos de gestión.

En esa línea, la implementación de un sistema de gestión de calidad que permita obtener la citada certificación, requiere de condiciones iniciales que garanticen el éxito del mismo, generando un entorno apropiado de confianza, trabajo en equipo, compromiso, y conocimiento de los documentos y lineamientos establecidos; aspectos que requieren de la ejecución de una campaña comunicacional dirigida a los servidores de la SUCAMEC.

**Objetivo:** Dar a conocer los lineamientos y documentos relacionados al sistema de gestión de calidad entre los servidores de la SUCAMEC a través de las plataformas institucionales de comunicación interna.

**Meta anual:** Lograr una cifra mayor o igual ( $\geq$ ) de 90% de la difusión del total de lineamientos y documentos aprobados por la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto (OGPP).

#### **Cuadro 1: Información a difundir en la campaña interna sobre SGC**

| N° | Información                                     | Trimestre                 | Medios de difusión   |
|----|---|---------------------------|--|
| 1  | SGC (conceptos)                                 | I y II trimestre          | <b>Intranet, mailing, murales, e implementación de mensajes o códigos QR con información de recordación en fondos de pantallas de computadoras de institucionales.</b> |
| 2  | Alcance del SGC                                 | I y II trimestre          |  |
| 3  | Objetivo del SGC.                               | I y II trimestre          |  |
| 4  | Política del SGC.                               | I y II trimestre          |  |
| 5  | Capacitaciones (a solicitud de la OGPP)         | I, II, III y IV trimestre |  |
| 6  | Mapas de procesos.                              | II y III trimestre        |  |
| 7  | Fichas e instructivos de trabajo.               | II y III trimestre        |  |
| 8  | Plan de auditoría del SGC y temas contemplados. | II trimestre              |  |
| 9  | Indicadores de cumplimiento del SGC             | III y IV trimestre        |  |
| 10 | Manual de calidad                               | III y IV trimestre        |  |
| 11 | Plan de auditoría del SGC y temas contemplados. | III trimestre             |  |

**Otras acciones:** La OCIMIN elaborará un boletín digital y una nota de prensa que permitan que los servidores de la SUCAMEC interioricen los conceptos e importancia del Sistema de Gestión de Calidad, el periodo de difusión de ambos materiales será durante los 4 trimestres.



Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

### 9.1.2. Actividad B: Difundir la información, educación y sensibilización que promuevan las unidades orgánicas de la SUCAMEC:

#### **Tarea 1: Difundir los programas de la Oficina General de Recursos Humanos (OGRH) tales como: campañas de salud, Gestión de Rendimiento, capacitaciones, entre otros.**

**Objetivo:** La OGRH desarrolla diferentes programas en beneficio de los colaboradores de la SUCAMEC. Estos programas deben ser difundidos por la OCIMIN a través de los canales internos de comunicación como son: el correo electrónico y los periódicos murales ubicados dentro de la institución.

**Meta anual:** Atender un porcentaje mayor o igual ( $\geq$ ) de 90% de solicitudes y elaborar con esa información un total de doscientos cuarenta (240) piezas gráficas con información institucional a través de los canales institucionales de comunicación interna de la SUCAMEC. La difusión se hará durante el transcurso de todo el año 2024 y de acuerdo a solicitud.

Para ello, la OGRH deberá enviar la solicitud de difusión antes de la fecha programada para la difusión, los canales de comunicación a implementar serán establecidos entre la OCIMIN y la OGRH dependiendo de cada programa.

#### **Tarea 2: Difundir los mensajes de integridad y lucha contra la corrupción orientados a evitar actos de corrupción en el público interno, en coordinación con la Oficina de Fortalecimiento Ético y Lucha Contra la Corrupción (OFELUC).**

**Objetivo:** Como parte del Plan institucional de Integridad y lucha contra la corrupción 2023-2024, la OFELUC tiene proyectado para este año sensibilizar a los servidores de la SUCAMEC sobre la importancia de la integridad en la función pública, cumpliendo los Códigos de Ética y así disuadirlos de cometer actos de corrupción que podrían perjudicarlos a nivel profesional y personal.

En ese sentido, desde la OCIMIN se liderará la difusión de las acciones que establecerá la OFELUC, así como los canales de denuncias de posibles actos de corrupción.

**Meta anual:** Lograr una cifra mayor o igual ( $\geq$ ) de 90% del cumplimiento de las actividades implementadas para evitar actos de corrupción en el público interno.

Para tal fin, la OFELUC en coordinación con la OCIMIN proporcionará de manera oportuna mediante vía formal (memorandos, correos electrónicos, etc.), información o material a ser difundido.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

### 9.1.3. Actividad C: Fortalecer la identidad de la SUCAMEC en los colaboradores:

#### **Tarea 1: Brindar apoyo protocolar en la organización de eventos internos solicitados por la Alta Dirección.**

**Objetivo:** Las diferentes áreas reportan a la Alta Dirección los eventos que se desarrollarán de manera interna en el transcurso del año, son ellas quienes informan la necesidad de la participación del equipo de la OCIMIN en la organización protocolar de las referidas ceremonias.

**Meta anual:** La OCIMIN tiene como meta brindar la asistencia protocolar en un mínimo de doce (12) eventos.

Se considera eventos internos a todos aquellos que solo incluyan al personal de la SUCAMEC. Por ejemplo: Reuniones por onomástico, reuniones por aniversario institucional, capacitaciones o charlas, entre otros.

La OCIMIN se encargará de la organización protocolar en coordinación con el área usuaria, quien deberá proporcionarle toda la información necesaria con cinco (05) días de anticipación como mínimo.

#### **Tarea 2: Publicar las acciones más relevantes a través de los periódicos murales de la SUCAMEC.**

**Objetivo:** Con esta tarea, la OCIMIN busca mantener informados a los servidores sobre las acciones internas y externas más importantes realizadas por la institución.

La OCIMIN se encargará de la selección de la información y su difusión en todos los pisos de la Sede Central, ubicada Av. Alberto del Campo N° 1050, distrito de Magdalena del Mar, provincia y departamento de Lima.

**Meta anual:** Los murales "SUCAMEC te informa": Se actualizarán veinticuatro (24) veces al año, con la finalidad de que los colaboradores puedan acceder a la información, de una manera ágil y práctica.

#### **Tarea 3: Enviar piezas gráficas a todos los servidores sobre las principales acciones de la SUCAMEC.**

**Objetivo:** Mantener informados a los servidores sobre las acciones internas y externas más importantes que realiza la SUCAMEC, a través de doscientas cuarenta (240) piezas gráficas que se remitirán vía mailings.

Se emplearán los canales internos de comunicación como: correo institucional, los periódicos murales e intranet.

**Meta anual:** Doscientas cuarenta (240) envíos de piezas gráficas.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

## 9.2. De comunicación externa:

### 9.2.1. Actividad A: Realizar campañas de comunicación para público externo.

#### **Tarea 1: Realizar una (01) campaña de comunicación para evitar actos de corrupción entre servidores y ciudadanos.**

**Objetivo:** Sensibilizar a los ciudadanos a no acudir a "tramitadores" para realizar operaciones en la institución, haciendo hincapié que esto puede volverlos responsables de posibles actos contra la fe pública en agravio del Estado. Asimismo, la realización de la campaña busca informar a la población sobre los canales de denuncias de la entidad y consolidar una gestión de información integrada para la prevención de la corrupción entre los servidores de la SUCAMEC.

A nivel interno, los mensajes estarán alineados al Plan Institucional de Integridad y Lucha contra la Corrupción 2023-2024 de la SUCAMEC, para lo cual se coordinará con la OFELUC para la difusión oportuna, mediante vía formal, de memorandos, correos electrónicos, etc. Así como la información o material de difusión para ser incluida para prevenir y combatir conductas funcionales indebidas o actos de corrupción en los procesos y servicios que se brindan al interior de la entidad.

A nivel externo, se elaborarán mensajes a través de distintas herramientas comunicacionales, que alerten sobre las peligrosas consecuencias de relacionarse con tramitadores, además se difundirán procedimientos de trámites destacando las ventajas de presentarlos en línea, remarcando que los únicos expertos y autorizados en absolver las consultas, son el personal de Trámite Documentario de la institución.

**Meta anual:** 100% del cumplimiento de la campaña de comunicación.

#### **Tarea 2: Realizar una (01) campaña de sensibilización sobre el uso responsable de armas de fuego.**

**Objetivo:** Promover el uso responsable de armas de fuego en los usuarios legales, evitando y minimizando la exposición a situaciones que pongan en peligro la seguridad ciudadana, orden interno y convivencia pacífica.

Los mensajes de esta campaña se trabajarán en coordinación con la Gerencia de Armas, Municiones y Artículos Conexos (GAMAC); a quien, de manera oportuna y mediante vía formal (memorandos, correos electrónicos, etc.), se le solicitará información como área técnica.

Como parte integral de la campaña, la OCIMIN elaborará una parrilla de contenidos, diseños gráficos, videos y notas de presa; herramientas que permitirán que los mensajes seleccionados impacten en más ciudadanos autorizados para el porte y uso de armas de fuego de uso civil.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

En caso se consideren charlas de sensibilización a usuarios legales, será el área técnica (GAMAC) quien realice la charla y valide la información contenida en los instrumentos de sensibilización a utilizar.

**Meta anual:** 100% del cumplimiento de la campaña de comunicación.

**Tarea 3: Realizar una (01) campaña de sensibilización sobre los peligros de la posesión ilegal e irregular de armas de fuego y su incidencia en menores de edad.**

**Objetivo:** Generar conciencia sobre los peligros del uso de armas de fuego en menores de edad, haciendo hincapié que por ningún motivo deben manipularlas o estar cerca de ellas porque exponen su vida y la de su entorno, generando daños irreversibles. De esta manera se espera garantizar espacios de aprendizaje sin violencia por la presencia de armas de fuego en las instituciones educativas.

Esta campaña se trabajará en coordinación con la Gerencia de Armas, Municiones y Artículos Conexos (GAMAC) a quien, de manera oportuna y mediante vía formal (memorandos, correos electrónicos, etc.), se le solicitará información como área técnica para los mensajes a difundir a través de diapositivas de Microsoft Power Point, piezas gráficas, videos o historietas.

Asimismo, los Órganos Desconcentrados de la SUCAMEC, llevan a cabo charlas dirigidas a estudiantes de 5to a 6to año de educación primaria, así como a los alumnos de educación secundaria de las 13 regiones donde la entidad cuenta con sedes institucionales.

Charlas de concientización que visibilizará la OCIMIN a través de la elaboración de contenidos en las plataformas digitales (página web y redes sociales) que integran la campaña en mención, presentándolas como parte de un Programa Preventivo de Sensibilización que se desarrolla con las Intendencias y Jefaturas Zonales de la SUCAMEC.

**Meta anual:** 100% del cumplimiento de la campaña de comunicación.

**Tarea 4: Realizar una campaña de sensibilización sobre el uso responsable de productos pirotécnicos.**

**Objetivo:** Informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre el uso responsable de productos pirotécnicos con la finalidad de que adopten prácticas seguras con respecto a la compra, manipulación y almacenamiento de pirotecnia autorizada; así como promover la denuncia oportuna de toda situación que involucre la pirotecnia ilegal, ya que podría ocasionar lamentables tragedias.

Como parte de la campaña que llevará a cabo la OCIMIN en el mes de diciembre, se gestionará entrevistas en medios de comunicación a nivel nacional para que los voceros de la SUCAMEC enfatizen las medidas de seguridad que debe tomar todo adulto responsable para evitar accidentes





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

por adquisición o mala manipulación de pirotecnia ilegal; resaltando que los menores no deben manipular productos pirotécnicos.

Además, se intensificará el uso de las plataformas digitales de la SUCAMEC, difundiendo a través de ellas contenido creativo, con un mensaje claro y de impacto, que pueda ser replicado en las redes sociales y compartida por organizaciones, asociaciones, instituciones y especialmente familias.

Esta campaña se trabajará en coordinación con la Gerencia de Explosivos y Productos Pirotécnicos de Uso Civil (GEPP) a quien, de manera oportuna y mediante vía formal (memorandos, correos electrónicos, etc.), se le solicitará información como área técnica para los mensajes a difundir a través de diapositivas de Microsoft Power Point, piezas gráficas, videos o historietas.

En caso se consideren charlas de sensibilización a los públicos objetivos, será el área técnica (GEPP) quien dicte la charla y valide la información contenida en los instrumentos de sensibilización a utilizar.

**Meta anual:** 100% del cumplimiento de la campaña de comunicación.

**Cuadro 2: Cronograma de campañas externas a cargo de la OCIMIN.**

| Campaña   | Ene | Feb | Mar | Abr | May | Jun | Jul | Ago | Set | Oct | Nov | Dic |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| Campaña para evitar actos de corrupción entre servidores y ciudadanos.  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Campaña de sensibilización sobre el uso responsable de armas de fuego.  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Campaña de sensibilización sobre los peligros de la posesión ilegal e irregular de armas de fuego y su incidencia en menores de edad. |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |
| Campaña de sensibilización sobre el uso responsable de productos pirotécnicos.  |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |

### 9.2.2. Actividad B: Gestionar estratégicamente las publicaciones institucionales, prensa y medios de comunicación.

#### Tarea 1: Elaborar y publicar en la web institucional cincuenta (50) notas de prensa.

**Objetivo:** Estas notas de prensa están enfocada en dar a conocer a la ciudadanía las principales acciones que realiza la SUCAMEC para el fortalecimiento de los servicios de que ofrece en materia de armas de fuego, pirotécnicos, explosivos y seguridad privada.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

**Meta anual:** Cincuenta (50) ediciones digitales publicadas en la web de la SUCAMEC.

**Tarea 2: Gestionar estratégicamente la información a través de los medios de comunicación.**

**Objetivo:** Comunicar a la ciudadanía las acciones de la SUCAMEC, para fortalecer su imagen de entidad íntegra, eficiente y comprometida con su misión institucional, que trabaja arduamente para preservar la seguridad ciudadana, el orden interno y la convivencia pacífica en beneficio de 33 millones de peruanos.

**Meta anual:** Lograr cuatrocientos sesentaicinco (465) impactos positivos en medios de comunicación a nivel nacional.

**9.2.3. Actividad C: Gestionar las redes sociales y página web de la SUCAMEC.**

**Tarea 1: Difundir información sobre procedimientos, trámites, acciones, entre otras, en las redes sociales de la SUCAMEC.**

**Objetivo:** Mostrar a la SUCAMEC como una entidad que utiliza diversas plataformas digitales para acercar sus servicios a un mayor número de ciudadanos.

**Meta anual:** Mil setecientos cincuenta (1 750) publicaciones totales en las redes sociales de la SUCAMEC.

**Tarea 2: Utilizar formatos digitales para generar mayor interacción/ alcance/visualización entre los usuarios de las redes sociales.**

**Objetivo:** Fomentar la participación e interacción de los usuarios en redes sociales.

**Meta anual:** Aumentar en un 10% el total de seguidores en las redes sociales a finales del 2024.

**9.2.4. Actividad D: Gestionar la imagen institucional, protocolo y eventos externos.**

**Tarea 1: Organizar conferencias de prensa, acuerdos de convenio y cualquier actividad donde participe la Alta Dirección (Superintendente Nacional y Gerente General).**

**Objetivo:** Lograr posicionar la imagen de la SUCAMEC como una institución moderna y que coadyuva al fortalecimiento del orden interno y la convivencia pacífica del Perú.

**Meta anual:** Diez (10) eventos externos organizados.





Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho"

### 9.2.5. Actividad E: Gestionar la producción audiovisual y diseño gráfico de la SUCAMEC.

#### Tarea 1: Producir materiales gráficos y audiovisuales para publicaciones en diversas plataformas.

**Objetivo:** Difundir a través de videos, fotografías y/o piezas gráficas las actividades, fiscalizaciones, tutoriales, entre otros materiales que impulsen las acciones llevadas a cabo por la institución.

**Meta anual:** Cuatrocientos diez (410) producciones gráficas o audiovisuales difundidas en diversas plataformas.

### 10. PROGRAMACIÓN FÍSICA Y FINANCIERA (\*):

| COD/<br>ESPECÍFICA | ACTIVIDAD OPERATIVA  | PRIORIDAD | UNIDAD DE<br>MEDIDA         | META FÍSICA/ FINANCIERA<br>ANUAL |                |
|--------------------|--|-----------|-----------------------------|----------------------------------|----------------|
|                    |  |           |                             | Meta<br>Física                   | Total          |
| I                  | ELABORACIÓN, IMPLEMENTACIÓN,<br>SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL<br>PLAN ANUAL DE COMUNICACIONES E<br>IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA<br>SUCAMEC. | Muy alta  | Informe                     | Física                           | 12             |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 266 229.00 |
| 1.1                | Fortalecer la identidad de la Sucamec en los colaboradores.  | Alta      | Eventos                     | Física                           | 12             |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.2                | Difundir información que promuevan las unidades orgánicas y enviar piezas gráficas a todos los servidores de la Sucamec.                 | Media     | Mailings                    | Física                           | 240            |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.3                | Publicar las acciones más relevantes a través de los periódicos murales de la Sucamec.   | Media     | Murales actualizados        | Física                           | 24             |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.4                | Realizar campañas internas y externas de información, educación y sensibilización.   | Muy alta  | Informe                     | Física                           | 5              |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.5                | Gestionar estratégicamente las publicaciones institucionales, prensa y medios de comunicación.   | Alta      | Impactos                    | Física                           | 465            |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.6                | Gestionar las redes sociales y página web de la Sucamec.   | Alta      | Publicaciones               | Física                           | 1 750          |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.7                | Gestionar la producción audiovisual y diseño gráfico de la Sucamec.  | Alta      | Producciones                | Física                           | 410            |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.8                | Organizar conferencias de prensa, acuerdos de convenio, inauguraciones o cualquier otra actividad protocolar.                            | Alta      | Eventos                     | Física                           | 10             |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.9                | Elaborar publicaciones institucionales para posicionamiento de la entidad y orientación al usuario.                                      | Alta      | Publicaciones               | Física                           | 50             |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 0.00       |
| 1.10               | Personal y obligaciones sociales   | Alta      | Colaboradores CAS           | Física                           | 5              |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 245 329.00 |
| 1.11               | Bienes y servicios para el desarrollo de las actividades operativas a implementarse en el marco de Plan.                                 | Alta      | Tipos de bienes y servicios | Física                           | 8              |
|                    |  |           |                             | Financiera                       | S/. 20 900.00  |
| Total              |  |           |                             |                                  | S/. 266 229.00 |

(\*) Matriz elaborada según Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) para la OCIMIN, correspondiente al año 2024.





PERÚ

Ministerio del Interior

Superintendencia Nacional de Control de Servicios de Seguridad, Armas, Munición y Explosivos de Uso Civil

Gerencia General

Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional

Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres
'Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Avacucho'

9.1. Programación anual de las actividades operativas según el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA):

Table with 2 columns: Description of activities and amounts. Includes categories like '007 OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL' and '1. RECURSOS ORDINARIOS'.

Página 2

9.2. Programación física mensual de las actividades operativas según el PIA:

Table with 15 columns: Nro., Cód. Actividad Operativa - AO, Nombre de la Actividad Operativa / Inversiones, and monthly breakdown of physical and financial programming for 'ELABORACIÓN, IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN'.



Jirón Contralmirante Montero N.º 1050, Magdalena del Mar, Lima, Perú
Central telefónica (01) 412 0000
www.gob.pe/sucamec





PERÚ

Ministerio del Interior

Superintendencia Nacional de Control  
de Servicios de Seguridad, Armas,  
Municiones y Explosivos de Uso Civil

Gerencia General

Oficina de Comunicaciones  
e Imagen Institucional

Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres  
"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y  
Avacucho"

### 9.3. Programación trimestral de las actividades operativas de la OCIMIN:

| COD/<br>ESPECÍFICA | ACTIVIDAD OPERATIVA   | PRIORIDAD       | UNIDAD DE<br>MEDIDA  | Trimestre 1 |     |     | Trimestre 2 |     |     | Trimestre 3 |     |     | Trimestre 4 |     |     | Total       |
|--------------------|---|-----------------|----------------------|-------------|-----|-----|-------------|-----|-----|-------------|-----|-----|-------------|-----|-----|-------------|
|                    |   |                 |                      | Ene         | Feb | Mar | Abr         | May | Jun | Jul         | Ago | Set | Oct         | Nov | Dic |             |
| I                  | <b>ELABORACIÓN, IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN ANUAL DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA SUCAMEC.</b> | <b>Muy alta</b> | <b>Informe</b>       | -           | -   | 1   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | <b>12</b>   |
| 1.1                | Fortalecer la identidad de la Sucamec en los colaboradores.   | Alta            | Eventos              | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | <b>12</b>   |
| 1.2.               | Difundir información que promuevan las unidades orgánicas y enviar piezas gráficas a todos los servidores de la Sucamec.            | Media           | Mailings             | 20          | 20  | 20  | 20          | 20  | 20  | 20          | 20  | 20  | 20          | 20  | 20  | <b>240</b>  |
| 1.3                | Publicar las acciones más relevantes a través de los periódicos murales de la Sucamec.  | Media           | Murales actualizados | 2           | 2   | 2   | 2           | 2   | 2   | 2           | 2   | 2   | 2           | 2   | 2   | <b>24</b>   |
| 1.4.               | Realizar campañas internas y externas de información, educación y sensibilización.  | Muy alta        | Informe              | -           | -   | 1   | 1           | -   | 1   | -           | -   | 1   | -           | -   | 1   | <b>5</b>    |
| 1.5                | Gestionar estratégicamente las publicaciones institucionales, prensa y medios de comunicación.                                      | Alta            | Impactos             | 20          | 25  | 30  | 30          | 30  | 30  | 35          | 45  | 35  | 35          | 55  | 95  | <b>465</b>  |
| 1.6                | Gestionar las redes sociales y página web de Sucamec.   | Alta            | Publicaciones        | 110         | 140 | 110 | 150         | 120 | 150 | 180         | 140 | 120 | 120         | 150 | 260 | <b>1750</b> |
| 1.7                | Gestionar la producción audiovisual y diseño gráfico de Sucamec.  | Alta            | Producciones         | 30          | 30  | 35  | 35          | 35  | 30  | 35          | 30  | 35  | 30          | 45  | 40  | <b>410</b>  |
| 1.8                | Organizar conferencias de prensa, acuerdos de convenio, inauguraciones o cualquier otra actividad protocolar.                       | Alta            | Eventos              | -           | 1   | -   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | 1           | 1   | 1   | <b>10</b>   |
| 1.9                | Elaborar publicaciones institucionales para posicionamiento de la entidad y orientación al usuario.                                 | Alta            | Publicaciones        | 4           | 4   | 4   | 4           | 4   | 4   | 4           | 4   | 4   | 4           | 5   | 5   | <b>50</b>   |



Jirón Contralmirante Montero N.° 1050, Magdalena del Mar, Lima, Perú  
Central telefónica (01) 412 0000  
[www.gob.pe/sucamec](http://www.gob.pe/sucamec)





PERÚ

Ministerio del Interior

Superintendencia Nacional de Control  
de Servicios de Seguridad, Armas,  
Municiones y Explosivos de Uso civil

Gerencia General

Oficina de Comunicaciones  
e Imagen Institucional

Decenio de la igualdad de oportunidades para mujeres y hombres

“Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho”

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con la ejecución de las actividades y tareas plasmadas en el presente Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional, se busca continuar gestionando de manera eficaz la comunicación en la SUCAMEC, en lo referido a la comunicación interna y externa, con el fin de reforzar la identificación y sentido de pertenencia de los colaboradores, a través de acciones internas, activaciones y difusión de temas de interés de la labor de la entidad.

Asimismo, se busca continuar informando, educando y sensibilizando a la ciudadanía en los diferentes aspectos vinculados a los servicios de la institución: armas, municiones, explosivos, productos pirotécnicos, y seguridad privada, así como de las acciones de fiscalización y control, y contribuir en la mejora de la imagen institucional y la satisfacción de los usuarios a través de la comunicación efectiva y eficiente.

Para tal fin, la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional ha establecido en el Plan Anual de Comunicaciones e Imagen Institucional los mismos indicadores que tiene fijados en el Plan Operativo Institucional (POI); por lo que realizará la supervisión y monitoreo con periodicidad trimestral del citado Plan; que implica la ejecución de un proceso continuo de recolección, análisis e interpretación de la información que será remitida oportunamente a la Oficina General de Planeamiento y Presupuesto.



Jirón Contralmirante Montero N.º 1050, Magdalena del Mar, Lima, Perú  
Central telefónica (01) 412 0000  
[www.gob.pe/sucamec](http://www.gob.pe/sucamec)

