

**COMISIÓN NACIONAL PARA EL DESARROLLO  
Y VIDA SIN DROGAS**



**“MANUAL DE GESTIÓN DE  
PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS DE  
LA UNIDAD FUNCIONAL DE  
COMUNICACIONES”**

**2025**

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	3
II. OBJETIVO	4
III. ALCANCE	4
IV. BASE LEGAL	4
V. LISTADO DE PROCEDIMIENTOS	5
VI. FICHAS DE PROCEDIMIENTOS	6

	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 1
--	--	---------------------------------------

## I. INTRODUCCIÓN

La Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, señala que el proceso de modernización de la gestión del Estado tiene como finalidad fundamental la obtención de mayores niveles de eficiencia del aparato estatal, de manera que se logre una mejor atención a la ciudadanía, priorizando y optimizando el uso de los recursos públicos, teniendo, como objetivo alcanzar, entre otros, un Estado al servicio de la ciudadanía.

Así también, por Decreto Supremo N° 123-2018-PCM, se aprueba el Reglamento del Sistema Administrativo de modernización de la gestión pública que precisa que la gestión de procesos tiene como propósito organizar, dirigir y controlar las actividades de trabajo de la una entidad pública de manera transversal a las diferentes unidades de organización, para contribuir con el logro de los objetivos institucionales.

La Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030, aprobada mediante Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, constituye un instrumento orientador que guía el proceso de modernización de la gestión pública en el Perú por los siguientes años, estableciendo que la gestión moderna es una gestión orientada a resultados al servicio del ciudadano; asimismo señala que se debe abordar la capacidad de la gestión interna de las entidades, así también el funcionamiento articulado de todos los sistemas administrativos para la provisión de bienes, servicios y regulaciones de calidad; comprende la ejecución de todas las actividades y procesos tanto estratégicos, de apoyo como los operativos o misionales de las entidades.

DEVIDA viene implementando la gestión por procesos de manera progresiva, conforme a la Norma Técnica N° 001-2018-PCM/SGP, Norma Técnica “Implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública”.

En este marco DEVIDA, aprobó el Mapa de Procesos de DEVIDA, mediante Resolución de Gerencia General N° 000172-2023-DV-GG; entre otros, contempla el proceso de Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional de nivel “0” y sus correspondientes procesos de Gestión de la Comunicación Institucional y Gestión de la Imagen Institucional de nivel “1”.

El presente Manual de Gestión de Procesos y Procedimientos, establece los procedimientos de nivel “2” de los procesos de Gestión de la Comunicación Institucional y Gestión de la Imagen Institucional de nivel “1”, correspondiente al proceso Estratégica de la Comunicación Institucional de nivel “0”, los mismos que describen de manera documentada de cómo deben ejecutarse las actividades que conforman un proceso, tomando en cuenta los elementos que lo componen y su secuencialidad, permitiendo de esta manera una operación coherente.

Manual de Gestión de Procesos y Procedimientos se estructura en siete secciones, la primera comprende la presentación; la segunda señala el objetivo; la tercera establece el alcance; la cuarta detalla el marco normativo. Finalmente, la quinta detalla el listado de los procedimientos; la sexta sección señala fichas de procedimientos y séptima los diagramas de flujo.



## II. OBJETIVO

- 2.1 Determinar y describir en forma secuencial y lógica las actividades que comprende cada uno de los procesos y procedimientos de la Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional, con la finalidad de brindar una visión integral de los procesos a desarrollar y la interrelación entre ellos.
- 2.2 Brindar una herramienta de planificación y control para lograr una eficiente gestión de la comunicación institucional en la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas-DEVIDA.

## III. ALCANCE

El Manual de Gestión de Procesos y Procedimientos es de aplicación de todas las unidades de organización de DEVIDA que intervienen en los procesos y procedimientos del proceso Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional.

## IV. BASE LEGAL

- 1.1. Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado y su modificatoria.
- 1.2. Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal y la Ley N° 31515 que la modifica.
- 1.3. Decreto Legislativo N° 824, Ley de Lucha contra el Tráfico Ilícito de Drogas y sus modificatorias.
- 1.4. Decreto Supremo N° 047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones ROF de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas - DEVIDA.
- 1.5. Decreto Supremo N° 123-2018-PCM, que aprueba el Reglamento del Sistema Administrativo de Modernización de Gestión Pública.
- 1.6. Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.
- 1.7. Decreto Supremo N° 064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal.
- 1.8. Resolución de Secretaría de Gestión Pública N° 006-2018-PCM/SGP que aprueba la Norma Técnica N° 001-2018-PCM/SGP, Norma Técnica "Implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública".
- 1.9. Resolución de Gerencia General N° 000216-2022-DV-GG, que aprueba la Directiva N° 013-2022-DV-GG-OPP "Disposiciones para la Implementación de la Gestión por Procesos en la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas – DEVIDA".
- 1.10. Resolución de Gerencia General N° 000075-2023-DV-GG, que aprueba la creación de la Unidad Funcional de Comunicaciones (UFC) y la Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención del Ciudadano (UFGDAC), que conforman la estructura funcional de la Gerencia General



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

## V. LISTADO DE PROCEDIMIENTOS

Código	Nombre del Proceso / Procedimiento	PC / PD	Nivel
E4	Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional	PC	N0
E4.1	Gestión de la Comunicación Institucional	PC	N1
E4.1.1	Elaboración del Plan de Comunicaciones	PD	N2
E4.1.2	Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria	PD	N2
E4.1.3	Elaboración del Plan de Medios	PD	N2
E4.1.4	Ejecución del Plan de Medios	PD	N2
E.4.2	Gestión de la Imagen Institucional	PC	N1
E.4.2.1	Diseño y difusión de campañas de comunicación orgánica en redes sociales	PD	N2
E.4.2.2	Gestión de Vocería	PD	N2
E.4.2.3	Gestión de Prensa	PD	N2
E.4.2.4	Asistencia Técnica para acciones de comunicación de eventos Institucionales	PD	N2
E.4.2.5	Elaboración de material comunicacional y/o piezas gráficas	PD	N2
E.4.2.6	Elaboración de contenido gráfico y audiovisual para su difusión en redes sociales	PD	N2



PERÚ  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

### VI. FICHAS DE PROCEDIMIENTOS

 Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida sin Drogas	<b>PROCESO DE NIVEL 0</b>	<b>Versión 1</b>
---	---------------------------	------------------

#### 1. DATOS GENERALES

<b>Código:</b>	E4	<b>Tipo:</b>	Estratégico <input checked="" type="checkbox"/>	Operativo <input type="checkbox"/>	Soporte <input type="checkbox"/>
<b>Nombre:</b>	Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional				
<b>Objetivo:</b>	Contar con documentos de gestión de comunicación y actividades de imagen institucional, orientados la difusión de los servicios, productos y logros institucionales.				
<b>Dueño del proceso:</b>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones				

#### 2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

<b>Inicio:</b>	E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional
<b>Fin:</b>	E4.2 Gestión de la Imagen Institucional

Proveedores	Insumos	Proceso de nivel inferior	Controles Aplicados	Productos	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Congreso de la Republica</li> <li>✓ Presidencia del Consejo de Ministros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA</li> <li>✓ Política Nacional contra las Drogas al 2030</li> <li>✓ Ley N°28874 que regula la publicidad estatal</li> <li>✓ Ley N°31515 modifica la Ley N°28874 regula la publicidad estatal</li> <li>✓ Decreto Supremo N°064-2023-PCM, aprueba Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones del periodo anterior</li> <li>✓ Plan Operativo Institucional (POI)</li> <li>✓ Propuestas de actividades comunicacionales de las unidades de organización, correspondientes.</li> </ul>	<b>E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de documentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan de comunicaciones</li> <li>✓ Plan de estrategia Publicitaria</li> <li>✓ Plan de Medios<sup>1</sup></li> <li>✓ Reporte de Ejecución de Campañas<sup>1</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización</li> <li>✓ Ciudadanía</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones</li> <li>✓ Plan de Medios</li> <li>✓ Plan de Trabajo Anual</li> <li>✓ Plan de Estrategia Publicitaria</li> <li>✓ Solicitud para diseño y difusión de campaña orgánica.</li> <li>✓ Solicitud de Vocería</li> <li>✓ Solicitud de Nota de Prensa</li> <li>✓ Solicitud de Asistencia Técnica para eventos institucionales</li> <li>✓ Solicitud de elaboración de material comunicacional y/o pieza gráfica</li> <li>✓ Requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales.</li> </ul>	<b>E4.2 Gestión de la Imagen Institucional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de planes</li> <li>✓ Supervisión de actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reporte Analítico de Campaña orgánicas</li> <li>✓ Reporte analítico de vocería Institucional</li> <li>✓ Difusión de notas de prensa</li> <li>✓ Evento Institucional Realizado</li> <li>✓ Material comunicacional y/o pieza gráfica</li> <li>✓ Difusión de contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización</li> <li>✓ Ciudadanía</li> </ul>



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

**3. RECURSOS**

Personal	Instalaciones	Sistemas	Equipos	Materiales
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gerente General</li> <li>✓ Coordinador de la unidad funcional de comunicaciones</li> <li>✓ Especialista en Comunicación</li> <li>✓ Especialista Audiovisual</li> <li>✓ Analista en Prensa</li> <li>✓ Asistente en Diseño Grafico</li> <li>✓ Personal de las unidades de organización</li> <li>✓ Proveedor de central de medios</li> <li>✓ Proveedores de difusión y de otras actividades de campañas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oficinas de DEVIDA sede Central-Miraflores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SGD</li> <li>✓ Microsoft Office</li> <li>✓ Web Institucional</li> <li>✓ Correo Institucional</li> <li>✓ SISRES</li> <li>✓ Plataforma virtual de DEVIDA</li> <li>✓ Adobe Illustrator</li> <li>✓ Adobe Premier</li> <li>✓ Adobe Audition</li> <li>✓ Adobe After Effects</li> <li>✓ Adobe Photoshop</li> <li>✓ Adobe Indesign</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computadoras</li> <li>✓ Laptops</li> <li>✓ Impresoras</li> <li>✓ Equipos Multimediales</li> <li>✓ Teléfonos</li> <li>✓ Cámaras de Video y Fotos</li> <li>✓ TV</li> <li>✓ Estabilizadores</li> <li>✓ Micrófonos</li> <li>✓ Luces</li> <li>✓ Parlantes</li> <li>✓ Trípodes</li> <li>✓ Dron</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Útiles de Oficina</li> <li>✓ Mobiliario</li> </ul>

**4. INDICADOR(ES)**

Nombre del indicador	Responsable	Tipo de indicador	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia de medición
Porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados	UFC	Desempeño	Número de documentos de gestión de comunicación institucional aprobados / Número de documentos de gestión de comunicación institucional programados	Documento de gestión de comunicación	Anual
Porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas	UFC	Desempeño	Número de campañas publicitarias ejecutadas / Número de campañas publicitarias programadas	Campaña Publicitaria	Anual
Porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas	UFC	Desempeño	Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas / Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales planificadas	Campaña de comunicación orgánica	Semestral
Porcentaje de logro del número de publicaciones en medios de comunicación, de las notas de prensa institucionales emitidas	UFC	Desempeño	Número de publicaciones, de las notas de prensa institucionales, en los medios de comunicación / Número estimado de publicaciones de notas de prensa en medios de comunicación	Nota de Prensa publicada en medios de comunicación	Semestral
Porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje	UFC	Desempeño	Número vocería ejecutadas / Número de mensajes colocados	Vocería	Semestral
Porcentaje de eventos institucional realizados	UFC	Desempeño	Número de eventos institucionales que han recibido apoyo comunicacional / Número de eventos institucionales solicitados	Eventos	Semestral
Porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado	UFC	Desempeño	Número de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado / Número de piezas gráficas y/o material comunicacional solicitado	Pieza gráfica y/o Material comunicacional	Semestral
Porcentaje de logro en la cantidad de personas alcanzadas con la difusión de contenidos en redes sociales	UFC	Desempeño	Número acumulado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales publicados / Número acumulado programado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales	Personas alcanzadas con difusiones de contenidos	Semestral



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Indicador</b>	Porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Fórmula</b>	Número de documentos de gestión de comunicación aprobados / Número de documentos de gestión de comunicación programados
<b>Unidad de medida</b>	Documento de gestión de comunicación
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes finalizado el periodo anual
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	100%
<b>Fuente de datos</b>	Resoluciones de aprobación de GG, proveídos de la OPP, informes, etc.
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Indicador</b>	Porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Fórmula</b>	Número de campañas publicitarias ejecutadas / Número de campañas publicitarias programadas
<b>Unidad de medida</b>	Campaña Publicitaria
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes finalizado el periodo anual
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	90%
<b>Fuente de datos</b>	Informes de verificación de campañas
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
<b>Indicador</b>	Porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
<b>Fórmula</b>	Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas / Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales planificadas
<b>Unidad de medida</b>	Campaña de comunicación orgánica en redes sociales
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de notas de prensa publicadas en los medios de comunicación
<b>Indicador</b>	Porcentaje de logro del número de publicaciones en medios de comunicación, de las notas de prensa institucionales emitidas
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de notas de prensa publicadas en el gob.pe
<b>Fórmula</b>	Número de publicaciones, de las notas de prensa institucionales, en los medios de comunicación / Número estimado de publicaciones de notas de prensa en medios de comunicación
<b>Unidad de medida</b>	Nota de Prensa
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	90%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Indicador</b>	Porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Fórmula</b>	Número vocería ejecutadas / Número de mensajes colocados
<b>Unidad de medida</b>	Vocería
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de eventos institucional que han recibido apoyo comunicacional
<b>Indicador</b>	Porcentaje de eventos institucional realizados
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de eventos institucional coordinados
<b>Fórmula</b>	Número de eventos institucionales que han recibido apoyo comunicacional / Número de eventos institucionales solicitados
<b>Unidad de medida</b>	Eventos
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Indicador</b>	Porcentaje de de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Fórmula</b>	Número de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado / Número de piezas gráficas y/o material comunicacional solicitado
<b>Unidad de medida</b>	Pieza gráfica y/o Material comunicacional
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	85%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión Estratégica de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de difusiones de contenidos en redes sociales
<b>Indicador</b>	Porcentaje de logro en la cantidad de personas alcanzadas con la difusión de contenidos en redes sociales
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de difusiones de contenidos en redes sociales
<b>Fórmula</b>	Número acumulado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales publicados / Número acumulado programado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales
<b>Unidad de medida</b>	Difusiones de contenidos
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC



PERÚ

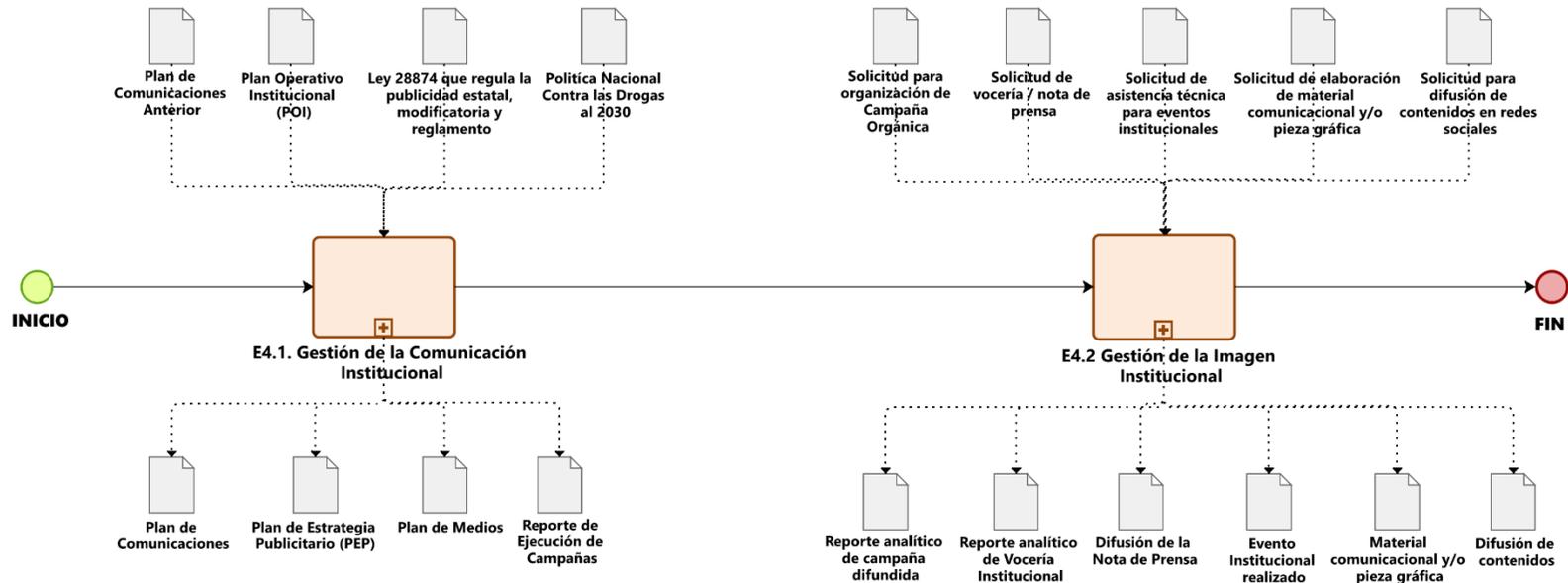
Presidencia del Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas - DEVIDA

# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02 E4  
VERSIÓN: 01

E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL





Presidencia del Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO - 02  
E4  
VERSIÓN: 01



PROCESO DE NIVEL 1

Versión 1

### 1. DATOS GENERALES

<b>Código:</b>	E4.1	<b>Tipo:</b>	Estratégico <input checked="" type="checkbox"/>	Operativo <input type="checkbox"/>	Soporte <input type="checkbox"/>
<b>Nombre:</b>	Gestión de la Comunicación Institucional				
<b>Objetivo:</b>	Contar con documentos de gestión de comunicación, orientados la difusión de los servicios, productos y logros institucionales.				
<b>Dueño del proceso:</b>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones				

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

<b>Inicio:</b>	E4.1.1 Elaboración del Plan de Comunicaciones
<b>Fin:</b>	E4.1.4 Ejecución del Plan de Medios <sup>1</sup>

Proveedores	Insumos	Proceso de nivel inferior	Controles aplicados	Productos	Clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Presidencia del Consejo de Ministros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA</li> <li>✓ Política Nacional contra las Drogas al 2030</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones anterior</li> <li>✓ Propuestas de actividades comunicacionales de las unidades de organización correspondientes</li> <li>✓ Plan Operativo Institucional (POI)</li> <li>✓ Modelos operativos de Programas presupuestales</li> </ul>	<b>E4.1.1 Elaboración del Plan de Comunicaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de documentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan de comunicaciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Congreso de la Republica</li> <li>✓ Presidencia del Consejo de Ministros.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA</li> <li>✓ Política Nacional contra las Drogas al 2030</li> <li>✓ Ley N°28874 que regula la publicidad estatal</li> <li>✓ Ley N°31515 que modifica la Ley N°28874</li> <li>✓ Decreto Supremo N°064-2023-PCM que aprueba Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones</li> <li>✓ Informes, Memorandos y Proveídos de unidades de organización</li> </ul>	<b>E4.1.2 Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de documentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan de Publicitaria Estrategia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Ciudadanía</li> </ul>

<sup>1</sup> En caso de existir presupuesto se implementa el proceso



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Presidencia del Consejo de Ministros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA</li> <li>✓ Ley N°28874 que regula la publicidad estatal</li> <li>✓ Ley N°31515 que modifica la Ley N°28874</li> <li>✓ Decreto Supremo N°064-2023-PCM que aprueba Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones</li> <li>✓ Plan de Estrategia Publicitaria</li> </ul>	<p><b>E4.1.3 Elaboración del Plan de Medios</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de documentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Plan de Medios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Ciudadanía</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Presidencia del Consejo de Ministros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reglamento de Organización y Funciones</li> <li>✓ Política Nacional Contra las Drogas al 2030</li> <li>✓ Ley N°28874 que regula la publicidad estatal</li> <li>✓ Ley N°31515 que modifica la Ley N°28874</li> <li>✓ D.S N°064-2023-PCM que aprueba Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal</li> <li>✓ Plan de Comunicaciones</li> <li>✓ Plan de Estrategia Publicitaria (PEP)</li> <li>✓ Plan de Medios</li> </ul>	<p><b>E4.1.4 Ejecución del Plan de Medios<sup>1</sup></b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Revisión de documentación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Reporte de Ejecución de Campañas<sup>1</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> <li>✓ Ciudadanía</li> </ul>

**3. RECURSOS**

Personal	Instalaciones	Sistemas	Equipos	Materiales
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gerente General</li> <li>✓ Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones</li> <li>✓ Especialista en Comunicaciones</li> <li>✓ Personal de las unidades de organización</li> <li>✓ Proveedores de central de medios</li> <li>✓ Proveedores de difusión de campañas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oficinas de DEVIDA sede Central-Miraflores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SGD</li> <li>✓ Microsoft Office</li> <li>✓ Web Institucional</li> <li>✓ Correo Institucional</li> <li>✓ SISRES</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computadoras</li> <li>✓ Laptops</li> <li>✓ Impresoras</li> <li>✓ Equipos Multimediales</li> <li>✓ Teléfonos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Útiles de Oficina</li> <li>✓ Mobiliario</li> </ul>

**4. INDICADOR(ES)**

Nombre del indicador	Responsable	Tipo de indicador	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia de medición
<p>Porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados</p>	UFC	Desempeño	<p>Número de documentos de gestión de comunicación institucional aprobados / Número de documentos de gestión de comunicación institucional programados</p>	Documento de gestión de comunicación	Anual
<p>Porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas</p>	UFC	Desempeño	<p>Número de campañas publicitarias ejecutadas / Número de campañas publicitarias programadas</p>	Campaña Publicitaria	Anual



Presidencia del  
Consejo de Ministros

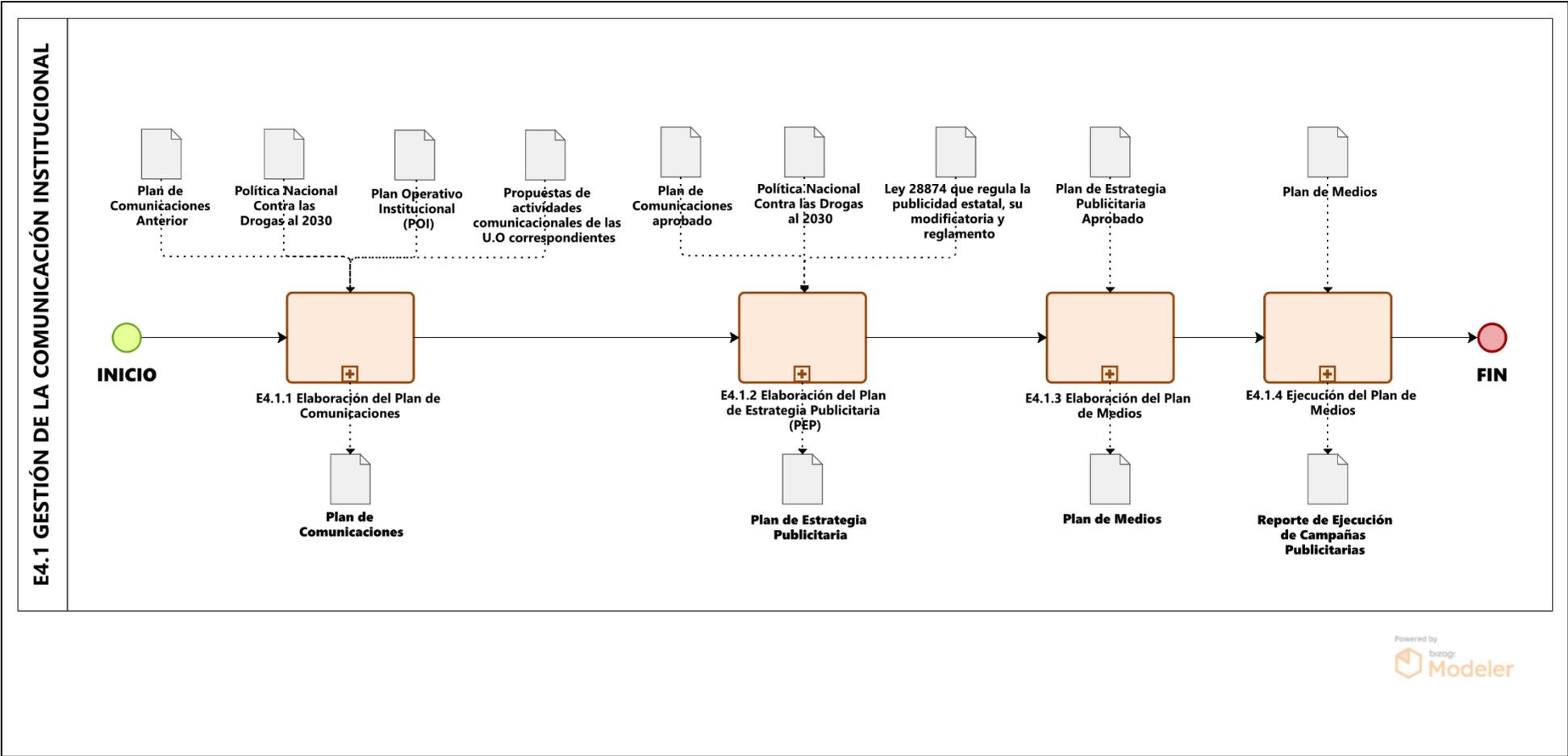
Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Indicador</b>	Porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de documentos de gestión de comunicación aprobados
<b>Fórmula</b>	Número de documentos de gestión de comunicación aprobados / Número de documentos de gestión de comunicación programados
<b>Unidad de medida</b>	Documento de gestión de comunicación
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes finalizado el periodo anual
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	100%
<b>Fuente de datos</b>	Resoluciones de aprobación de GG, proveídos de la OPP, informes, etc.
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Comunicación Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Indicador</b>	Porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de campañas publicitarias ejecutadas
<b>Fórmula</b>	Número de campañas publicitarias ejecutadas / Número de campañas publicitarias programadas
<b>Unidad de medida</b>	Campaña Publicitaria
<b>Frecuencia</b>	Anual
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes finalizado el periodo anual
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	90%
<b>Fuente de datos</b>	Informes de verificación de campañas
<b>Responsable</b>	UFC





Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

**FICHA DE PROCEDIMIENTO**

**Código:** E4.1.1

**Versión:** 1

**Nombre del Procedimiento:** *Elaboración del Plan de Comunicaciones*

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

**Control de cambios**

Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**

Contar con un plan de comunicaciones, que establece actividades estratégicas para la difusión de los servicios y/o productos que brinda DEVIDA.

**Alcance del procedimiento:**

Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

**Base normativa:**

- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de DEVIDA.
- Decreto Supremo N°192-2020-PCM, que aprueba la Política Nacional contra las Drogas al 2030
- Resolución de Secretaría de Gestión Pública N° 006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

**Definiciones y Siglas:**

- Unidades de organización: Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
- Información cuantitativa. - Método numérico de recopilación de datos.
- Información cualitativa. - Enfoque no numérico de recopilación de datos que se expresan en forma de palabras o textos que ayudan a comprender ciertas acciones y actitudes de los encuestados que no son cuantificables.
- Documentos de gestión de comunicación institucional. - Comprende el plan de comunicaciones, plan de estrategia publicitaria y los planes de medios.
- Direcciones de DEVIDA: DATE/DAT/DPM/DCG
- UFC: Unidad Funcional de Comunicaciones
- OPP: Oficina de Planeamiento y Presupuesto
- UFGDAC: Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención al Ciudadano
- POI: Plan Operativo Institucional

**Requisitos para Iniciar el Procedimiento:**

Descripción del requisito	Fuente
Plan de comunicaciones del periodo anterior	UFC
Memorandos o Proveídos informando si cuentan o no con recursos para publicidad	Unidades de Organización
POI Anual vigente	OPP

**Actividades**

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Dispone inicio de elaboración del Plan de Comunicaciones</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones dispone que el Especialista en Comunicaciones, inicie la elaboración del Plan de Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Correo Electrónico
2	<b>Elabora proyecto de Memorando Múltiple</b> El Especialista en Comunicaciones toma conocimiento y elabora un proyecto de Memorando Múltiple en donde solicita a las Direcciones de línea, según corresponda, informar si cuenta con recursos presupuestales (información cuantitativa y cualitativa), para campañas de publicidad, el mismo que remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Especialista en Comunicaciones	Proyecto de Memorando Múltiple
3	<b>Firma Memorando Múltiple</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe proyecto de Memorando Múltiple, revisa, firma y remite a las Direcciones de línea.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Memorando Múltiple
4	<b>Comunican disponibilidad de recursos presupuestales</b> Las Direcciones de línea reciben Memorando y verifican si cuentan con recursos presupuestales asignados, para campañas de publicidad, y comunican al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Direcciones de DEVIDA	Memorando / Proveídos
5	<b>Dispone elaboración de Proyecto de Plan de Comunicaciones</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Memorando Múltiple y deriva al Especialista en Comunicaciones vía proveído.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

6	<p><b>Elabora proyecto de Plan de Comunicaciones</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe información presupuestal, revisa Plan de Comunicaciones del periodo anterior, Política Nacional contra las Drogas al 2030, el POI e identifica posibles estrategias y prioridades de la entidad que guarden relación con los Ejes temáticos y temas prioritarios de la entidad. En base a ello, elabora proyecto de Plan de Comunicaciones y su respectivo Informe y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p>	Especialista en Comunicaciones	Correo Electrónico Proyecto de Plan de Comunicaciones
7	<p><b>Revisa proyecto de Plan de Comunicaciones</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe proyecto de Plan de Comunicaciones y revisa; obteniendo como resultado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Presenta observaciones y continua en la actividad 8</li> <li>b) No presenta observaciones y continua en la actividad 9</li> </ul>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	
8	<p><b>Coordina subsanación de observaciones</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones en coordinación con el Especialista en Comunicaciones subsana las observaciones</p> <p>Va a la actividad 6.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Observaciones
9	<p><b>Remite Proyecto de Plan de Comunicaciones para trámite de aprobación</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones remite proyecto de Plan de Comunicaciones a la OPP.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proyecto Plan de Comunicaciones
10	<p><b>Emite opinión técnica favorable</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto recibe y dispone la revisión del proyecto de Plan de Comunicaciones por la Unidad de Planeamiento, ésta revisa la contribución del Plan en la consecución de los objetivos institucionales y que sus actividades se encuentran programados en el POI y emite Informe técnico favorable, la misma que el Jefe de OPP remite, adjuntando el proyecto de Plan de Comunicaciones a la OAJ.</p>	Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto	Informe técnico favorable
11	<p><b>Emite Informe legal y proyecto de Resolución</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica recibe y dispone la revisión del proyecto y dispone la revisión por el Especialista Legal, éste recibe y revisa y emite Informe legal y elabora proyecto de resolución para su aprobación, las mismas que el Jefe de OAJ remite a la Gerencia General.</p>	Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica	Informe Legal Proyecto de Resolución de Aprobación
12	<p><b>Suscribe Resolución del Plan de Comunicaciones</b></p> <p>El Gerente General recibe y revisa el proyecto del Plan de Comunicaciones, y suscribe resolución de aprobación del Plan y remite a la UFGDAC.</p>	Gerente General	Resolución de Aprobación del Plan de Comunicaciones



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

13	<b>Publica Resolución y Plan de Comunicaciones</b> La UFGDAC recibe, notifica y publica el Plan de Comunicaciones.	UFGDAC	Proveído
----	---	--------	----------

### Fin del procedimiento

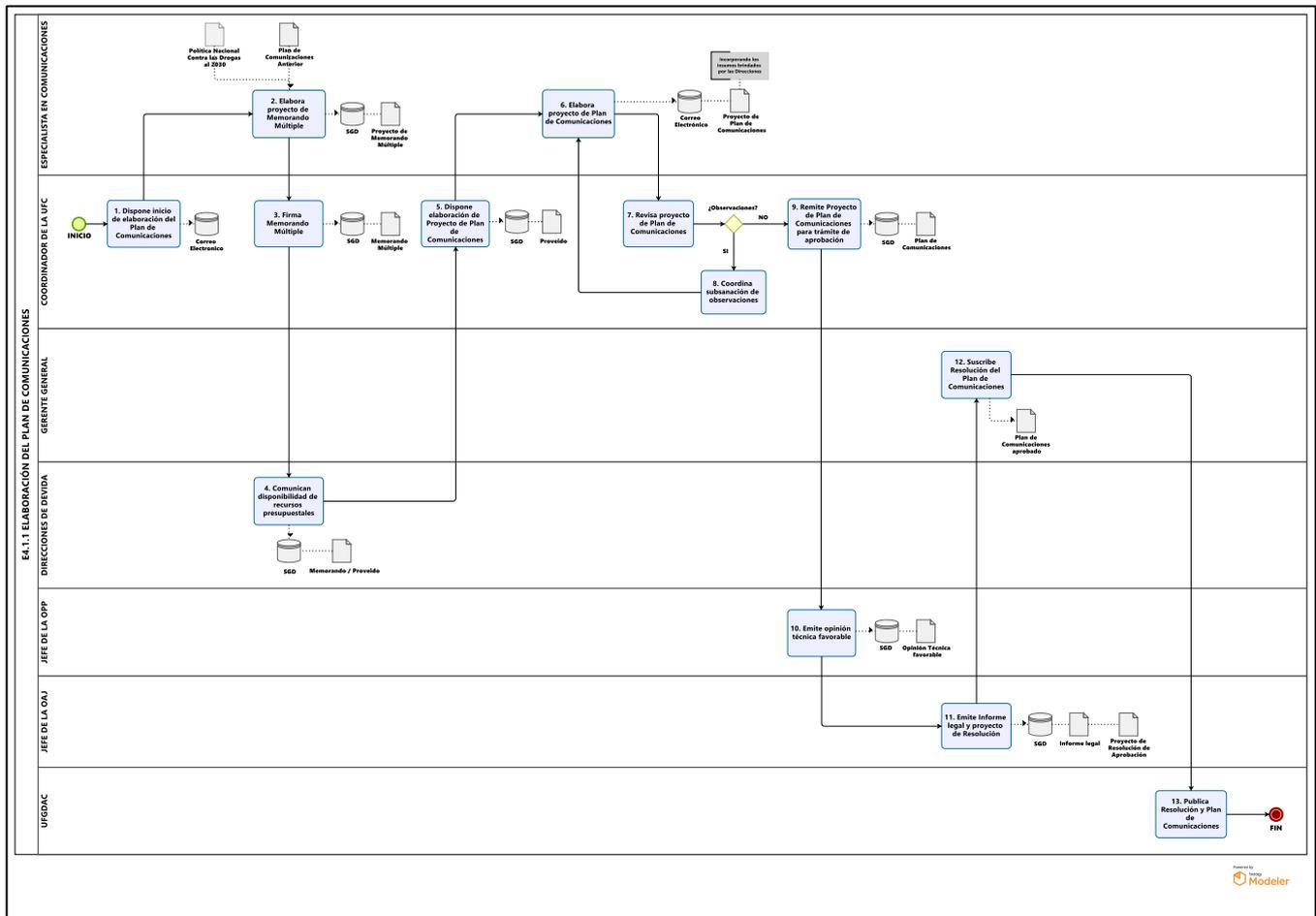
#### Documentos que se generan:

- 1) Memorando Múltiple
- 2) Memorando
- 3) Proveído
- 4) Proyecto de Plan de Comunicaciones
- 5) Informe
- 6) Resolución de aprobación del Plan de Comunicaciones

#### Proceso relacionado:

E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional

#### Diagrama de procedimiento:



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 1
--	--	---------------------------------------

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.1.2	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> <i>Elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
 Contar con un Plan de Estrategia Publicitaria que autorice las campañas de la institución para su difusión en medios masivos y/o alternativos.

**Alcance del procedimiento:**  
 Es de aplicación de las Unidades de Organización de DEVIDA.

- Base normativa:**
- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
  - Decreto Supremo N°192-2020-PCM, que aprueba la Política Nacional contra las Drogas al 2030.
  - Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal y la Ley N° 31515 que la modifica.
  - Decreto Supremo N°064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal.
  - Resolución de Secretaría de Gestión Pública N° 006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP “Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública” y sus modificatorias.

- Definiciones y Siglas:**
- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
  - Información cuantitativa. - Método numérico de recopilación de datos.



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

- Información cualitativa. - Enfoque no numérico de recopilación de datos que se expresan en forma de palabras o textos que ayudan a comprender ciertas acciones y actitudes de los encuestados que no son cuantificables.
- Plan de Medios. - Visión estratégica que tiene como objetivo determinar qué canales utilizar para las campañas.
- Campaña Publicitaria. - Serie de anuncios que comparten un mensaje y que están diseñadas para dar a conocer un producto o servicio.
- UFC: Unidad Funcional de Comunicaciones
- OPP: Oficina de Planeamiento y Presupuesto
- UPLA: Unidad de Planeamiento
- OAJ: Oficina de Asesoría Jurídica
- UABA: Unidad de Abastecimiento
- UFGDAC: Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención al Ciudadano
- PEP: Plan de Estrategia Publicitaria
- POI: Plan Operativo Institucional
- TdR: Términos de Referencia

### Requisitos para Iniciar el Procedimiento:

Descripción del requisito	Fuente
Plan de comunicaciones	UFC
Política Nacional contra las Drogas al 2030	DEVIDA
Ley N°28874 que regula la publicidad estatal y su modificatoria y su reglamento	Congreso de la Republica

### Actividades

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<p><b>Elabora proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones revisa el Plan de Comunicaciones, Política Nacional contra las drogas al 2030 e identifica posibles estrategias y prioridades que guarden relación con los Ejes temáticos y temas prioritarios de la entidad; asimismo integra información (información cuantitativa y cualitativa), y base ello, elabora un proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria y remite a la Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p> <p>Para la proyección del Plan de Estrategia Publicitaria se utiliza la información cuantitativa y cualitativa, descritas en el Plan de Comunicaciones; asimismo, las unidades de organización pertinentes brindan ayuda memoria y data relevante para justificación de campañas publicitarias.</p>	Especialista en Comunicaciones	Proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria
2	<p><b>Revisa proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Plan de Estrategia Publicitaria y revisa; obteniendo como resultado:</p> <p>a) Presenta observaciones y continua en la actividad 3 b) No presenta observaciones y continua en la actividad 5</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	
3	<p><b>Remite observaciones</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones remite observaciones para subsanación al Especialista en Comunicaciones.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Correo Electrónico Observaciones
4	<p><b>Envía proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe, revisa y envía Plan de Estrategia Publicitaria a la OPP.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

5	<p><b>Emite opinión técnica favorable</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto recibe y dispone la revisión del proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria por la Unidad de Planeamiento, ésta revisa la contribución del Plan en la consecución de los objetivos institucionales y que sus actividades se encuentran programados en el POI y emite Informe técnico favorable, la misma que el Jefe de OPP remite, adjuntando el proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria a la OAJ.</p>	Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto	Informe Técnico Favorable
6	<p><b>Emite Informe legal y proyecto de Resolución</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica recibe el proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria y dispone la revisión por el Especialista Legal, éste recibe y revisa y emite Informe legal y elabora proyecto de resolución para su aprobación, las mismas que el Jefe de OAJ remite a la Gerencia General.</p>	Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica	Informe de Opinión Legal Proyecto de Resolución de Aprobación
7	<p><b>Suscribe Resolución del Plan de Estrategia Publicitaria</b></p> <p>El Gerente General recibe y revisa proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria, y suscribe resolución de aprobación del Plan y remite a la UFGDAC.</p>	Gerente General	Resolución de Aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria
8	<p><b>Publica Resolución y Plan de Estrategia Publicitaria</b></p> <p>La UFGDAC recibe, notifica y publica el Plan de Estrategia Publicitaria.</p>	UFGDAC	Proveído

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) Proyecto de Plan de Estrategia Publicitaria
- 2) Informe Técnico favorable
- 3) Informe Legal
- 4) Proyecto de Resolución de aprobación
- 5) Resolución de aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria

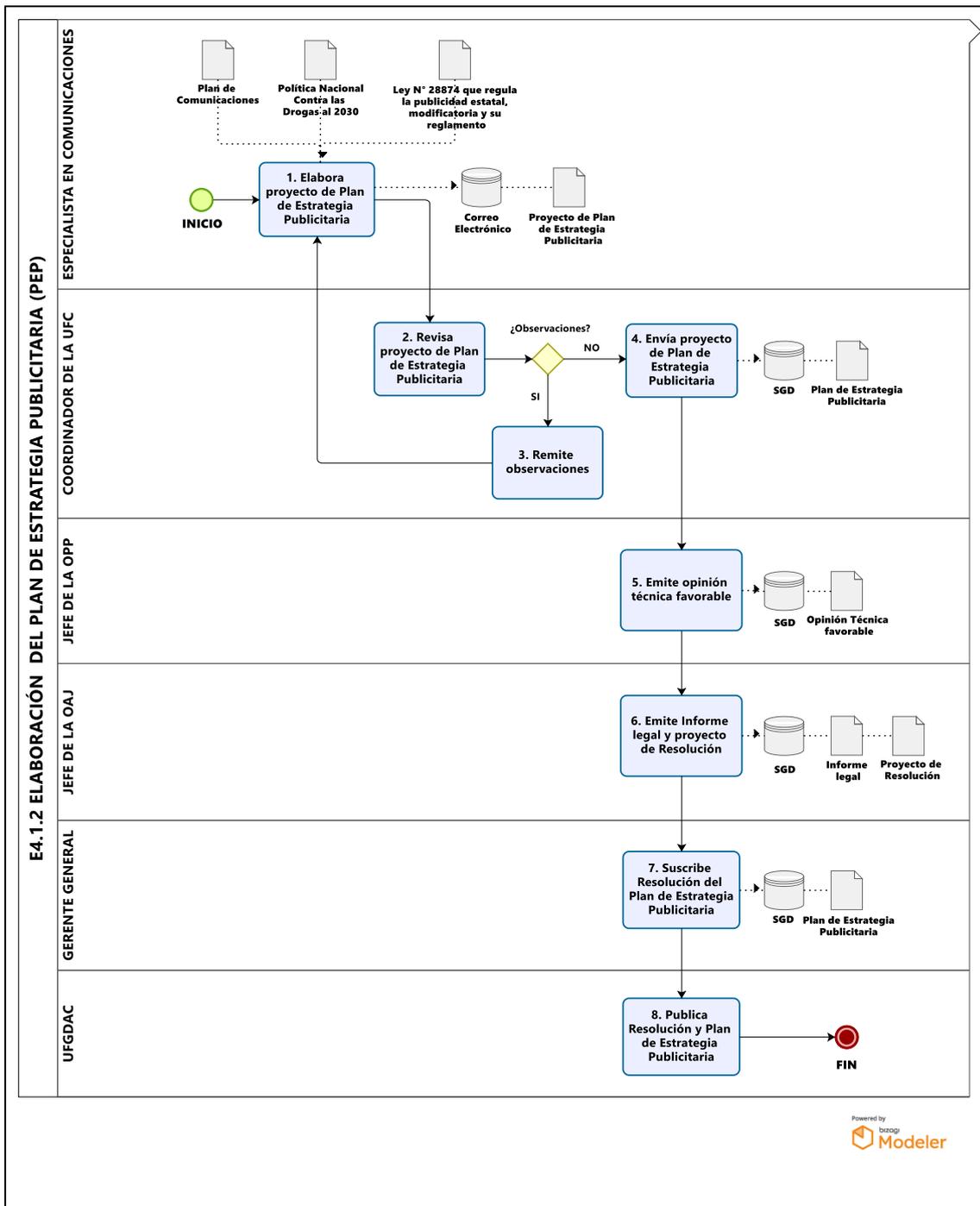
**Proceso relacionado:**

*E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional*

**Diagrama de procedimiento:**



# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 1
--	--	---------------------------------------

**FICHA DE PROCEDIMIENTO**

<b>Código:</b> E4.1.3	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> <i>Elaboración del Plan de Medios</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
 Contar con un Plan de Medios para implementar las campañas contempladas en el Plan de Estrategia Publicitaria, para el cumplimiento de los objetivos comunicacionales.

**Alcance del procedimiento:**  
 Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

- Base normativa:**
- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
  - Decreto Supremo N°192-2020-PCM, que aprueba la Política Nacional contra las Drogas al 2030.
  - Ley N°28874 que regula la publicidad estatal y la Ley N°31515 que la modifica.
  - Decreto Supremo N°064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal.
  - Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.

- Definiciones y Siglas:**
- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
  - Plan de Medios. - Visión estratégica que tiene como objetivo determinar que canales utilizar para las campañas.
  - Campaña Publicitaria. - Serie de anuncios que comparten un mensaje y que están diseñadas para dar a conocer un producto o servicio.
  - UFC. - Unidad Funcional de Comunicaciones
  - OPP. - Oficina de Planeamiento y Presupuesto



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

- UPTO. - Unidad de Presupuesto
- OAJ. - Oficina de Asesoría Jurídica
- UABA. - Unidad de Abastecimiento
- UFGDAC. - Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención al Ciudadano
- PEP. - Plan de Estrategia Publicitaria
- TdR. - Términos de Referencia

**Requisitos para Iniciar el Procedimiento:**

Descripción del requisito	Fuente
Plan de Estrategia Publicitaria	UFC
Política Nacional contra las Drogas al 2030	DEVIDA
Ley N°28874 que regula la publicidad estatal, su modificatoria y su reglamento	Congreso de la Republica

**Actividades**

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Dispone elaboración del Plan de Medios</b> El coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones toma conocimiento de la aprobación del Plan de Estrategia Publicitaria y dispone la elaboración de las características técnicas para un servicio de elaboración de planes de medios	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Correo Electrónico
2	<b>Elabora TdR para elaboración de Plan de Medios</b> El Especialista en Comunicaciones recibe comunicación y en coordinación con el Especialista Administrativo, elabora los términos de referencia (TdR) para contratación de servicio de elaboración de Plan de medios (Central de Medios) y propuesta de informe, lo cual remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Especialista en Comunicaciones	TdR
3	<b>Remite TdR para contratación</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa los términos de referencia (TdR) para la contratación de servicio de elaboración del Plan de Medios, luego solicita autorización a la Gerencia General mediante informe.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Informe
4	<b>Autoriza contratación de servicios</b> El Gerente General recibe y revisa Informe y TdR para contratación de servicio de elaboración del Plan de Medios; así como autoriza y remite a OGA para su contratación	Gerente General	Proveído Autorización de Gerencia General
5	<b>Solicita contratación de servicio</b> OGA recibe el expediente de contratación y solicita la contratación del servicio a la UABA.	OGA	Proveído de solicitud de contratación
6	<b>Realiza contratación de servicio</b> La UABA recibe informe, TdR y realiza la contratación del servicio, notifica a la Central de Medios contratada, con copia a la UFC para conocimiento.	Unidad de Abastecimiento	Notificación Orden de Servicio



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

7	<p><b>Recibe Plan de Medios</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Plan de Medios, elaborado por la Central de Medios contratada y deriva al Especialista en Comunicaciones.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Revisa el Plan de Medios
8	<p><b>Revisa Plan de Medios</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe y revisa el Plan de Medios (Servicio), la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de comunicación según el público objetivo y finalidad que se desea lograr con sustentación de evaluación cuantitativa y cualitativa que garantice la llegada al público objetivo; asimismo, la selección y asignación de espacios que ofrecen los medios de comunicación para difusión de campañas publicitarias. Emite un Informe de lo actuado, el cual establece las siguientes las situaciones:</p> <p>a) Presenta observaciones y continua en la actividad 9 b) No presenta observaciones y continua en la actividad 10</p>	Especialista en Comunicaciones	Informe
9	<p><b>Solicita notificación</b></p> <p>El coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones solicita a la Unidad de Abastecimiento que se notifique al proveedor las observaciones formuladas por el especialista de comunicaciones.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Memorando o proveído
10	<p><b>Otorga conformidad y remite el proyecto de Plan de Medios</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Plan e Informe, revisa y da conformidad al servicio y remite a la UABA para su trámite correspondiente; así también, remite Plan de Medios a la OPP.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Conformidad al servicio
11	<p><b>Emite opinión técnica favorable</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto recibe y dispone la revisión del proyecto de Plan de Medios por la Unidad de Planeamiento, ésta revisa la contribución del Plan en la consecución de los objetivos institucionales y que sus actividades se encuentran programados en el POI y emite Informe técnico favorable, la misma que el Jefe de OPP remite, adjuntando el proyecto de Plan a la OAJ.</p>	Jefe de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto	Informe Técnico Favorable
12	<p><b>Emite Informe legal y proyecto de Resolución</b></p> <p>El Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica recibe el proyecto del Plan de Medios y dispone la revisión por el Especialista Legal, éste recibe y revisa y emite Informe legal y elabora proyecto de resolución para su aprobación, las mismas que el Jefe de OAJ remite a la Gerencia General.</p>	Jefe de la Oficina de Asesoría Jurídica	Informe de Opinión Legal Proyecto de Resolución de Aprobación
13	<p><b>Suscribe Resolución del Plan de Medios</b></p> <p>El Gerente General recibe y revisa proyecto del Plan de Medios, y suscribe resolución de aprobación del Plan y remite a la UFGDAC.</p>	Gerente General	Resolución de Aprobación del Plan de Medios



PERÚ  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

14	<b>Publica Resolución y del Plan de Medios</b> La UFGDAC recibe, notifica y publica el Plan de Medios.	Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención al Ciudadano	Proveído
----	---	--	----------

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) TDR
- 2) Autorización de Gerencia General
- 3) Orden de Servicio
- 4) Plan de Medios
- 5) Memorando
- 6) Proveído
- 7) Informe
- 8) Conformidad al servicio
- 9) Informe de Opinión Legal
- 10) Resolución de Aprobación del Plan de Medios

**Proceso relacionado:**

*E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional*

**Diagrama de procedimiento:**

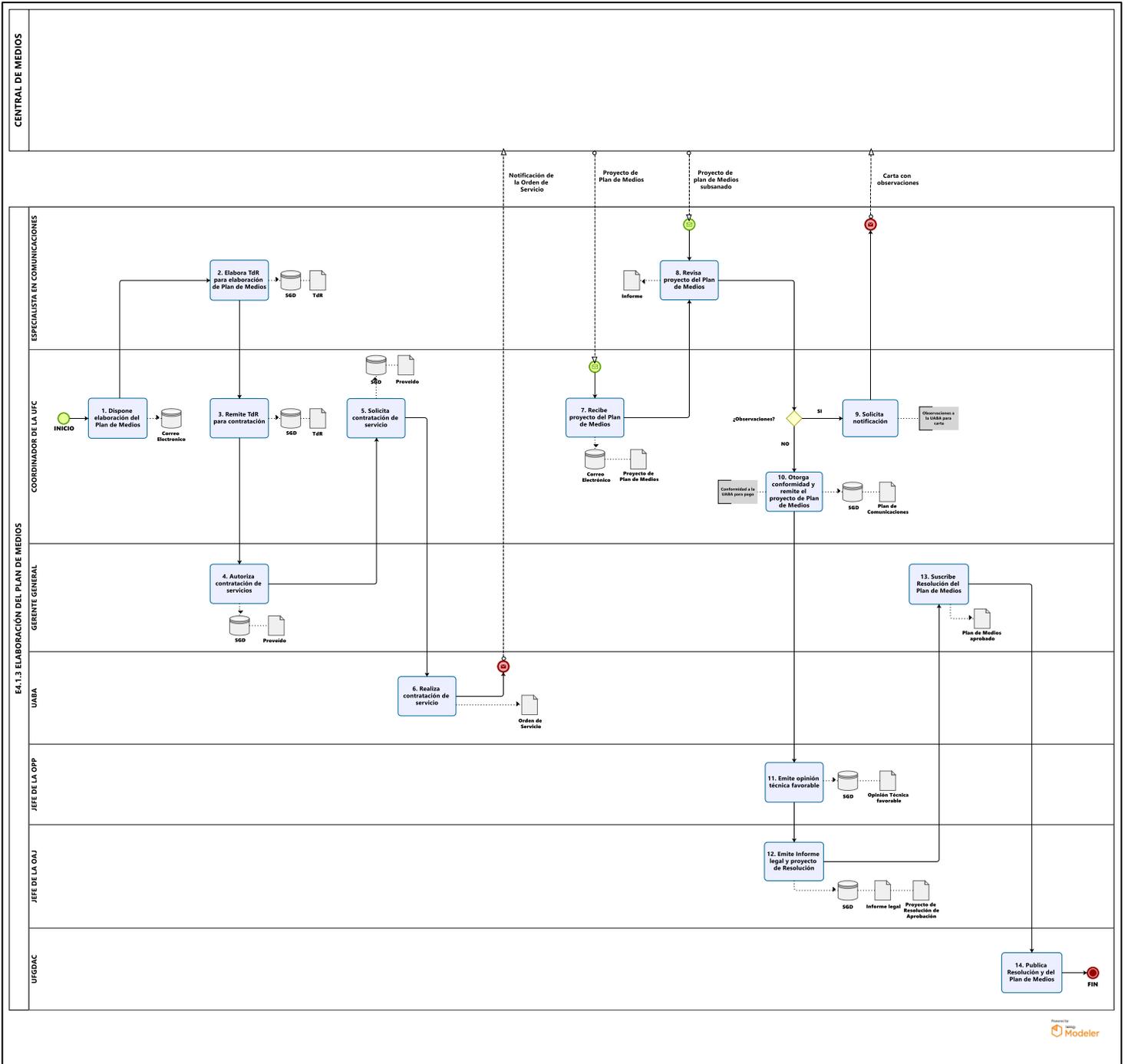


Presidencia del Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas - DEVIDA

# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01





Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

**FICHA DE PROCEDIMIENTO**

**Código:** E4.1.4

**Versión:** 1

**Nombre del Procedimiento:** *Ejecución del Plan de Medios*

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

**Control de cambios**

Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**

Realizar la difusión de las campañas publicitarias conforme al Plan de Estrategia Publicitaria de la entidad, a fin de que la ciudadanía conozca de los servicios y productos que brinda la entidad.

**Alcance del procedimiento:**

Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

**Base normativa:**

- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
- Decreto Supremo N°192-2020-PCM, que aprueba la Política Nacional contra las Drogas al 2030.
- Ley N°28874 que regula la publicidad estatal y la Ley N°31515 que la modifica.
- Decreto Supremo N°064-2023-PCM, que aprueba el Reglamento de los requisitos para la autorización de realización de publicidad estatal.
- Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.

**Definiciones y Siglas:**

- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
- Plan de Medios. - visión estratégica que tiene como objetivo determinar que canales utilizar para las campañas.
- Campaña Publicitaria. - Serie de anuncios que comparten un mensaje y que están diseñadas para dar a conocer un producto o servicio.
- UFC. - Unidad Funcional de Comunicaciones



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 1

- OPP. - Oficina de Planeamiento y Presupuesto
- UPTO. - Unidad de Presupuesto
- OAJ. - Oficina de Asesoría Jurídica
- UABA. - Unidad de Abastecimiento
- UFGDAC. - Unidad Funcional de Gestión Documental y Atención al Ciudadano
- PEP. - Plan de Estrategia Publicitaria
- TdR. - Términos de Referencia

### Requisitos para Iniciar el Procedimiento:

Descripción del requisito	Fuente
Plan de Medios	UFC
Política Nacional contra las Drogas al 2030	DEVIDA
Ley N°28874 que regula la publicidad estatal, su modificatoria y su reglamento	Congreso de la Republica

### Actividades

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Dispone ejecución del Plan de Medios</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones toma conocimiento de la aprobación de los Plan de Medios y dispone inicio de la ejecución del Plan por el Especialista en Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Correo Electrónico
2	<b>Elabora TdR para difusión de Campañas Publicitarias</b> El Especialista en Comunicaciones recibe comunicación para el inicio de la ejecución del Plan de Medios y en coordinación con el Especialista Administrativo elabora TDR para contratación de diversos servicios de difusión de campañas publicitarias; asimismo remite TDR al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Especialista en Comunicaciones	TdR
3	<b>Remite TdR para difusión de Campañas</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa TdR para contratación de servicio de difusión de campañas publicitarias y vía Informe solicita autorización de la Gerencia General.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Informe
4	<b>Otorga autorización</b> El Gerente General recibe y revisa Informe y TdR para contratación de servicio de difusión de campañas publicitarias, y autoriza la contratación de servicio y comunica al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Gerente General	Proveído Autorización de Gerencia General
5	<b>Solicita contratación de servicio</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe autorización y solicita la contratación del servicio a la UABA, adjuntando Informe y TdR.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Informe
6	<b>Realiza contratación de servicio</b> La UABA recibe y realiza la contratación de los diversos servicios y notifica a los medios contratados, con copia a la UFC para conocimiento.	UABA	Orden de Servicio Notificación



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

	La UFC notifica a los medios contratados el inicio de los servicios de difusión con copia a la central de medios para el monitoreo respectivo.		
7	<p><b>Recibe reporte de ejecución de campañas publicitarias</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Reporte de Ejecución de Campañas Publicitarias, remitida por la Central de Medios contratada; asimismo deriva Reporte al Especialista en Comunicaciones.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Reporte de ejecución de campañas Publicitarias
8	<p><b>Revisa reporte de campañas publicitarias</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe y revisa Reporte de Ejecución de Campañas Publicitarias (métricas de difusión de campañas); obteniendo como resultado:</p> <p>a) Presenta observaciones y continua en la actividad 9 b) No presenta observaciones y continua en la actividad 10</p>	Especialista en Comunicaciones	
9	<p><b>Coordina notificación de observaciones</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe observaciones y comunica a UABA para que se notifique por medio de una Carta a la Central de Medios para subsanación</p> <p><b>Va a la actividad 8.</b></p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Carta
10	<p><b>Elabora Informe</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recomienda otorgar conformidad al servicio vía Informe y comunica al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones</p>	Especialista en Comunicaciones	Informe
11	<p><b>Otorga conformidad al informe y comunica</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa Informe y Reporte de Ejecución de Campaña Publicitaria y da conformidad al servicio y comunica a UABA para su trámite correspondiente.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Conformidad al servicio

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) TDR
- 2) Informe
- 3) Autorización de contratación de servicios de difusión
- 4) Reporte de Ejecución de Campañas Publicitarias
- 5) Carta
- 6) Conformidad al servicio

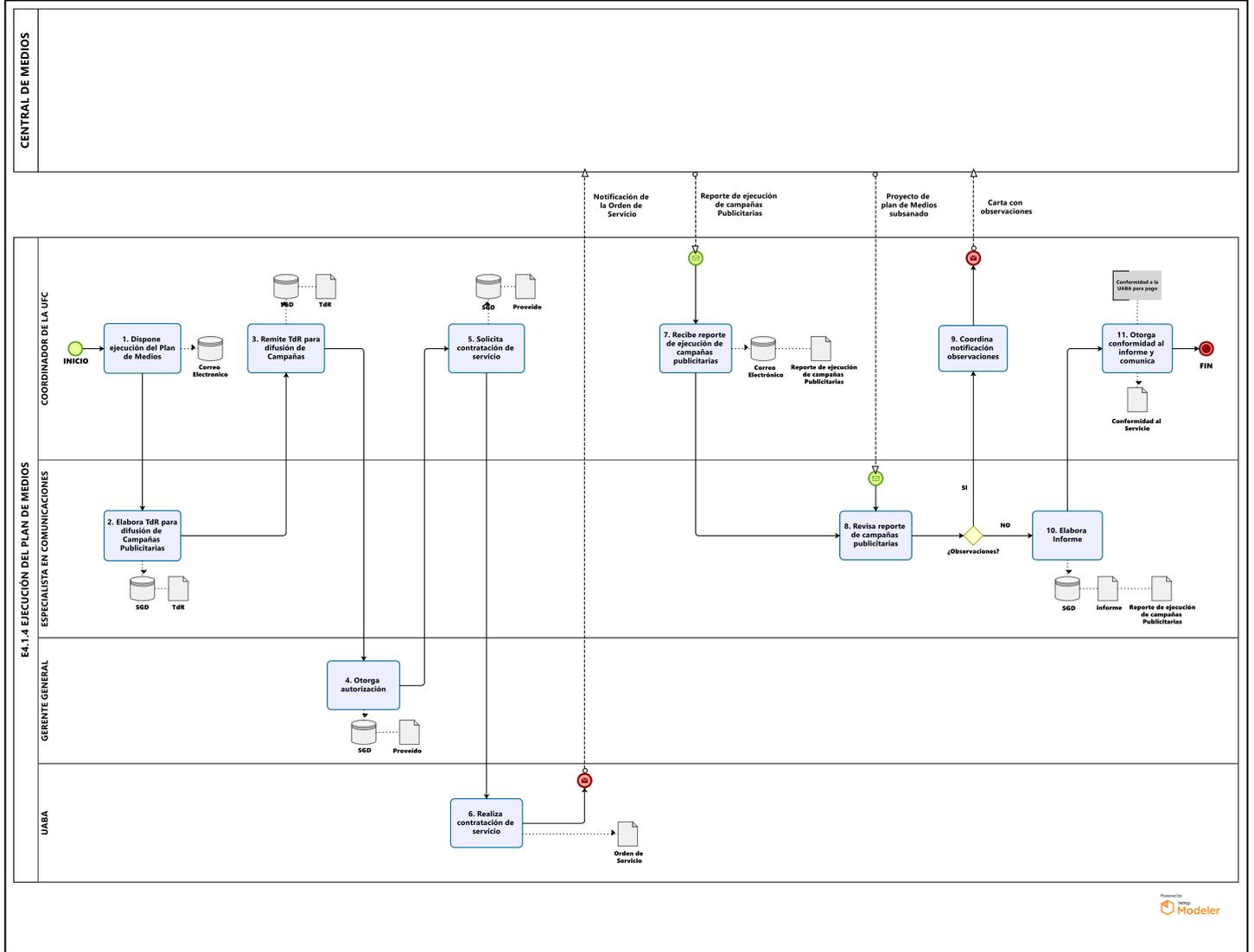
**Proceso relacionado:**

*E4.1 Gestión de la Comunicación Institucional*



# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

## Diagrama de procedimiento:





Presidencia del Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01



PROCESO DE NIVEL 1

Versión 1

### 1. DATOS GENERALES

<b>Código:</b>	E4.2	<b>Tipo:</b>	Estratégico <input checked="" type="checkbox"/>	Operativo <input type="checkbox"/>	Soporte <input type="checkbox"/>
<b>Nombre:</b>	Gestión de la Imagen Institucional				
<b>Objetivo:</b>	Gestionar actividades de la imagen institucional, orientados a difusión de material de comunicación de los servicios, productos y logros institucionales.				
<b>Dueño del proceso:</b>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones				

### 2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

<b>Inicio:</b>	E4.2.1 Diseño y difusión de campañas de comunicación orgánica en redes sociales
<b>Fin:</b>	E4.2.6 Elaboración de contenido gráfico y audiovisual para su difusión en redes sociales

Proveedores	Insumos	Proceso de nivel inferior	Controles aplicados	Productos	Clientes
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Solicitud para diseño y difusión de campaña orgánica.	<b>E4.2.1 Diseño y difusión de campañas de comunicación orgánica en redes sociales</b>	✓ Revisión de Solicitud	✓ Reporte Analítico de Campaña	✓ Unidades de Organización de DEVIDA ✓ Ciudadanía
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Solicitud de Vocería	<b>E4.2.2 Gestión de Vocería</b>	✓ Revisión de Solicitud	✓ Reporte de Vocería institucional	✓ Unidades de Organización de DEVIDA ✓ Ciudadanía
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Solicitud de Nota de Prensa.	<b>E4.2.3 Gestión de Prensa</b>	✓ Revisión de Solicitud	✓ Difusión de notas de prensa	✓ Unidades de Organización de DEVIDA ✓ Ciudadanía
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Solicitud de asistencia técnica para eventos institucionales	<b>E4.2.4 Asistencia Técnica para acciones de comunicación de eventos Institucionales</b>	✓ Revisión de Solicitud ✓ Conformidad de Solicitud	✓ Evento Institucional realizado	✓ Unidades de Organización de DEVIDA
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Solicitud de elaboración o validación de Material Comunicacional o Pieza Gráfica.	<b>E4.2.5 Asistencia técnica para la elaboración de materiales</b>	✓ Conformidad de Solicitud ✓ Validación de Contenido ✓ Conformidad de autorización	✓ Material comunicacional o pieza gráfica elaborada o validada	✓ Unidades de Organización de DEVIDA
✓ Unidades de Organización de DEVIDA	✓ Plan de Comunicaciones. ✓ Requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales	<b>E4.2.6 Elaboración de contenido gráfico y audiovisual para su difusión en redes sociales</b>	✓ Conformidad de Proyecto	✓ Difusión de contenidos	✓ Unidades de Organización de DEVIDA ✓ Ciudadanía



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

### 3. RECURSOS

Personal	Instalaciones	Sistemas	Equipos	Materiales
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Gerente General</li> <li>✓ Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones</li> <li>✓ Especialista en Comunicaciones</li> <li>✓ Especialista Audiovisual</li> <li>✓ Analista de Prensa</li> <li>✓ Asistente en Diseño Gráfico</li> <li>✓ Unidades de Organización de DEVIDA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Oficinas de DEVIDA Sede Central-Miraflores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SGD</li> <li>✓ Microsoft Office</li> <li>✓ Web Institucional</li> <li>✓ Correo Institucional</li> <li>✓ SISRES</li> <li>✓ Adobe Illustrator</li> <li>✓ Adobe Premier</li> <li>✓ Adobe Audition</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Computadoras</li> <li>✓ Laptops</li> <li>✓ Impresoras</li> <li>✓ Equipos Multimediales</li> <li>✓ Teléfonos</li> <li>✓ Cámaras de Video y Fotos</li> <li>✓ TV</li> <li>✓ Estabilizadores</li> <li>✓ Micrófonos</li> <li>✓ Luces</li> <li>✓ Parlantes</li> <li>✓ Tripodes</li> <li>✓ Dron</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Útiles de Oficina</li> <li>✓ Mobiliario</li> </ul>

### 4. INDICADOR(ES)

Nombre del indicador	Responsable	Tipo de indicador	Fórmula	Unidad de medida	Frecuencia de medición
Porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas	UFC	Desempeño	Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas / Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales planificadas	Campaña de comunicación orgánica	Semestral
Porcentaje de logro del número de publicaciones en medios de comunicación, de las notas de prensa institucionales emitidas	UFC	Desempeño	Número de publicaciones, de las notas de prensa institucionales, en los medios de comunicación / Número estimado de publicaciones de notas de prensa en medios de comunicación	Nota de Prensa	Semestral
Porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje	UFC	Desempeño	Número vocería ejecutadas / Número de mensajes colocados	Vocería	Semestral
Porcentaje de eventos institucional realizados	UFC	Desempeño	Número de eventos institucionales que han recibido apoyo comunicacional / Número de eventos institucionales solicitados	Eventos	Semestral
Porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado	UFC	Desempeño	Número de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado / Número de piezas gráficas y/o material comunicacional solicitado	Pieza gráfica y/o Material comunicacional	Semestral
Porcentaje de logro en la cantidad de personas alcanzadas con la difusión de contenidos en redes sociales	UFC	Desempeño	Número acumulado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales publicados / Número acumulado programado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales	Difusiones de contenidos	Semestral

Proceso	Gestión de la Imagen Institucional
Objetivo	Determinar el porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
Indicador	Porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
Finalidad del Indicador	Medir el porcentaje de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas
Fórmula	Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales ejecutadas / Número de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales planificadas
Unidad de medida	Campaña de comunicación orgánica en redes sociales
Frecuencia	Semestral
Oportunidad de Medida	Primer mes al término del Semestre
Línea base	----
Meta	80%
Fuente de datos	Registros, reportes e informes de la UFC
Responsable	UFC



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Imagen Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de notas de prensa publicadas en los medios de comunicación
<b>Indicador</b>	Porcentaje de logro del número de publicaciones en medios de comunicación, de las notas de prensa institucionales emitidas
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de logros del número de publicaciones en medios de comunicación, de las notas de prensa institucionales emitidas
<b>Fórmula</b>	Número de publicaciones, de las notas de prensa institucionales, en los medios de comunicación / Número estimado de publicaciones de notas de prensa en medios de comunicación
<b>Unidad de medida</b>	Nota de Prensa
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	90%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Imagen Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Indicador</b>	Porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de entrevistas de vocería que colocaron el mensaje
<b>Fórmula</b>	Número vocería ejecutadas / Número de mensajes colocados
<b>Unidad de medida</b>	Vocería
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Imagen Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de eventos institucional que han recibido apoyo comunicacional
<b>Indicador</b>	Porcentaje de eventos institucional realizados
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de eventos institucional coordinados
<b>Fórmula</b>	Número de eventos institucionales que han recibido apoyo comunicacional / Número de eventos institucionales solicitados
<b>Unidad de medida</b>	Eventos
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC

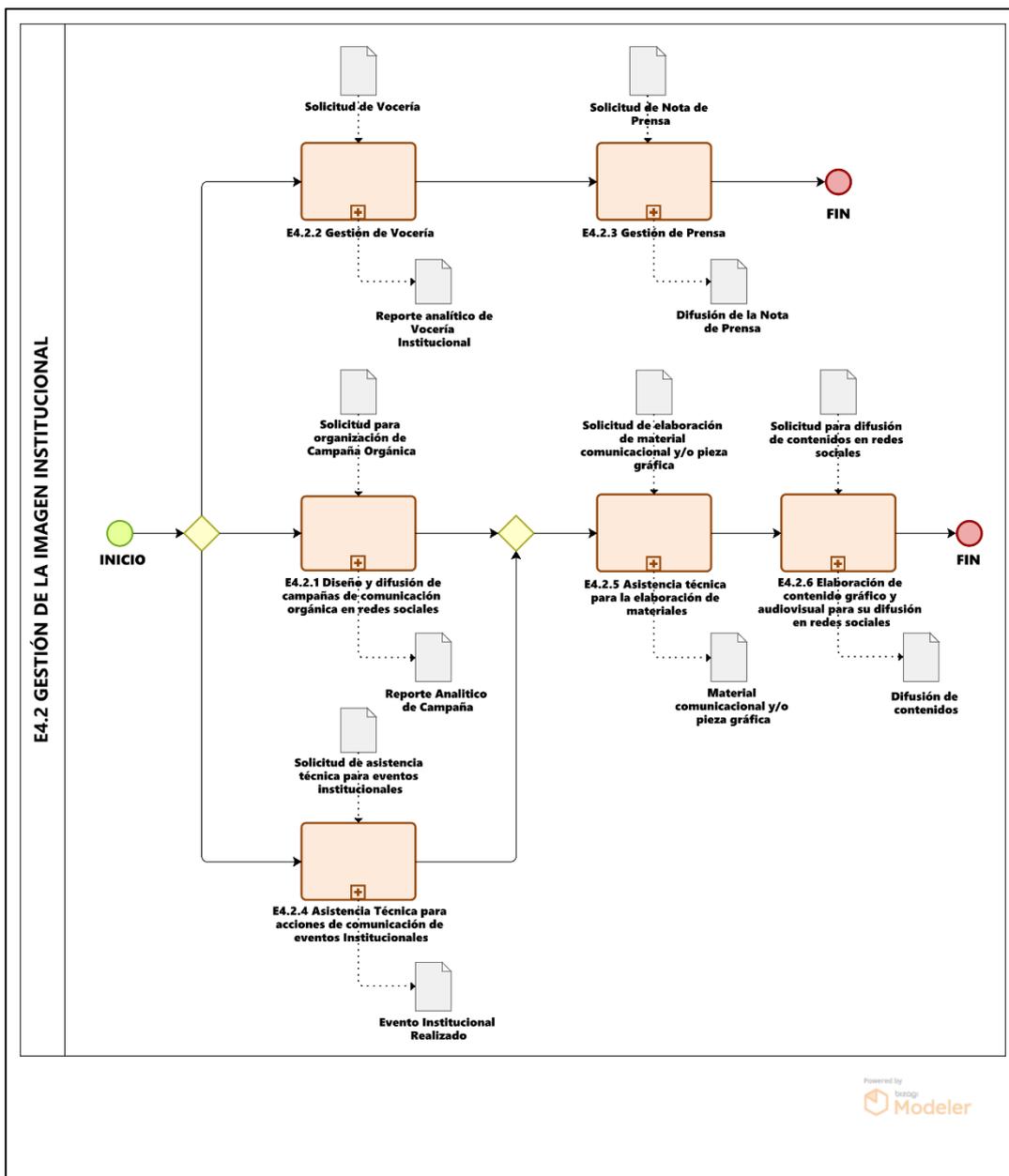
<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Imagen Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Indicador</b>	Porcentaje de de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado
<b>Fórmula</b>	Número de piezas gráficas y/o material comunicacional elaborado / Número de piezas gráficas y/o material comunicacional solicitado
<b>Unidad de medida</b>	Pieza gráfica y/o Material comunicacional
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	85%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC



# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

<b>Proceso</b>	<b>Gestión de la Imagen Institucional</b>
<b>Objetivo</b>	Determinar el porcentaje de difusiones de contenidos en redes sociales
<b>Indicador</b>	Porcentaje de logro en la cantidad de personas alcanzadas con la difusión de contenidos en redes sociales
<b>Finalidad del Indicador</b>	Medir el porcentaje de difusiones de contenidos en redes sociales
<b>Fórmula</b>	Número acumulado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales publicados / Número acumulado programado de personas alcanzadas con los contenidos en redes sociales
<b>Unidad de medida</b>	Difusiones de contenidos
<b>Frecuencia</b>	Semestral
<b>Oportunidad de Medida</b>	Primer mes al término del Semestre
<b>Línea base</b>	----
<b>Meta</b>	80%
<b>Fuente de datos</b>	Registros, reportes e informes de la UFC
<b>Responsable</b>	UFC



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.2.1	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> <i>Diseño y difusión de campañas de comunicación orgánicas en redes sociales</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
Diseñar y difundir campañas de comunicación orgánicas en redes sociales, para el cumplimiento de los objetivos estratégicos y operativos de la entidad.

**Alcance del procedimiento:**  
Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

- Base normativa:**
- Decreto Supremo N° 047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
  - Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.

- Definiciones y Siglas:**
- Unidades de organización- Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
  - Campaña de Comunicaciones. - Una campaña de comunicación es una serie de actividades planificadas que utilizan varios canales de comunicación con el objetivo de promover un producto, servicio, idea o evento a una audiencia objetivo.
  - Redes Sociales. - Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
  - Material Audiovisual. - Se refiere a medios didácticos que con imágenes y grabaciones sirven para comunicar mensajes específicos.
  - Material Gráfico. - Se refiere al diseño de contenido visual que expresa un mensaje, ideas, emociones o información.
  - Campaña de difusión. - Son las actividades encaminadas a difundir y/o posicionar algún servicio, programa, producto, tema, necesidad institucional o idea ante un público objetivo.
  - Campaña de comunicación orgánica. - Campañas internas solicitadas por las unidades de organización.
  - DATE. - Dirección de Articulación Territorial



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

- DAT. - Dirección de Asuntos Técnicos
- DPM. - Dirección de Promoción y Monitoreo
- UFC. - Unidad Funcional de Comunicaciones

**Requisitos para Iniciar el Procedimiento:**

Descripción del requisito	Fuente
Solicitud para diseño y difusión de campaña orgánica.	Unidad de Organización de DEVIDA
Plan de Comunicaciones	UFC

**Actividades**

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Solicita organización de campaña de comunicación orgánica</b> Las unidades de organización de líneas (DATE - DAT - DPM), solicitan organización de campaña de comunicación orgánicas en redes sociales al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Unidades Organización de Línea	Memorando
2	<b>Solicita información</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe solicitud y verifica que la campaña para difusión no demanda recursos presupuestales para la entidad (Redes Sociales) y solicita información para construcción de Concepto de Campaña a las unidades de organización de líneas (DATE - DAT - DPM).	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
3	<b>Brinda información</b> Las unidades de organización de líneas (DATE - DAT - DPM) recibe solicitud de información y brinda el insumo gráfico y/o audiovisual al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Unidades Organización de Línea	Insumo gráfico y/o audiovisual
4	<b>Dispone diseño de campaña</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe insumo gráfico y/o audiovisual y dispone el diseño de Concepto de Campaña por el Especialista en Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Correo electrónico
5	<b>Diseña concepto de campaña</b> El Especialista en Comunicaciones recibe insumo gráfico y/o audiovisual, en base a ello y considerando el plan de comunicaciones, diseña el concepto de campaña, el cual identifica mensaje clave de campaña relacionados a los insumos audiovisuales y gráficos, se toma en cuenta "hashtag" para el tema digital; asimismo, comunica el diseño de Concepto de Campaña al Especialista Audiovisual y Diseñador Gráfico. <b>Va a la actividad 6 y 7</b>	Especialista en Comunicaciones	Concepto de campaña
6	<b>Elabora material Audiovisual</b> El Especialista Audiovisual recibe el Concepto de Campaña, en base a ello elabora material audiovisual (Línea audiovisual si corresponde un vídeo y/o audio) y remite al Especialista en Comunicaciones.	Especialista Audiovisual	Material audiovisual
7	<b>Elabora material Gráfico</b>	Diseñador Grafico	Material gráfico



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

	El Diseñador Gráfico recibe el Concepto de Campaña, en base a ello elabora material gráfico (línea gráfica, key visual, branding, según corresponda) y remite al Especialista en Comunicaciones.		
8	<p><b>Viene de la Actividad 6 y 7</b></p> <p><b>Remite material gráfico y/o audiovisual y solicita aprobación</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe y revisa material gráfico y audiovisual, y remite, adjuntando el Concepto de Campaña Orgánica Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p>	Especialista en Comunicaciones	Concepto de campaña material gráfico y/o audiovisual
9	<p><b>Aprueba materiales gráficos y/o audiovisuales</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa material gráfico y/o material audiovisual, junto con el Concepto de Campaña de comunicación Orgánica, y aprueba y remite al Especialista en Comunicaciones.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Material gráfico y/o audiovisual aprobado
10	<p><b>Elabora propuesta de Campaña de Comunicación Orgánica</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe la aprobación de material gráfico y/o material audiovisual y concepto de campaña. En base a ello, elabora propuesta de campaña de comunicación orgánica y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p>	Especialista en Comunicaciones	Propuesta de campaña de comunicación orgánica
11	<p><b>Aprueba Campaña de Comunicación orgánica</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe, revisa y aprueba la propuesta de campaña de comunicación orgánica e identifica el medio donde se difundirá. (Redes Sociales – Gestión de Prensa), y dispone su implementación por el Especialista en Comunicaciones.</p> <p>Asimismo, comunica a las unidades de organización de líneas (DATE - DAT - DPM) que se realizará la difusión.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Campaña de comunicación orgánica Aprobada
12	<p><b>Difunde campaña de comunicación orgánica</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones difunde la campaña de comunicación orgánica en redes sociales de la entidad; asimismo, elabora Reporte Analítico de Campaña Orgánica difundida y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones, para conocimiento y fines.</p>	Especialista en Comunicaciones	Reporte analítico de campaña

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) Memorando
- 2) Concepto de Campaña
- 3) Insumo Audiovisual y/o Gráfico
- 4) Material Gráfico y/o Audiovisual
- 5) Campaña de Comunicación orgánica aprobada
- 6) Reporte analítico de campaña

**Proceso relacionado:**

*E4.2 Gestión de la Imagen Institucional*

**Diagrama de procedimiento:**

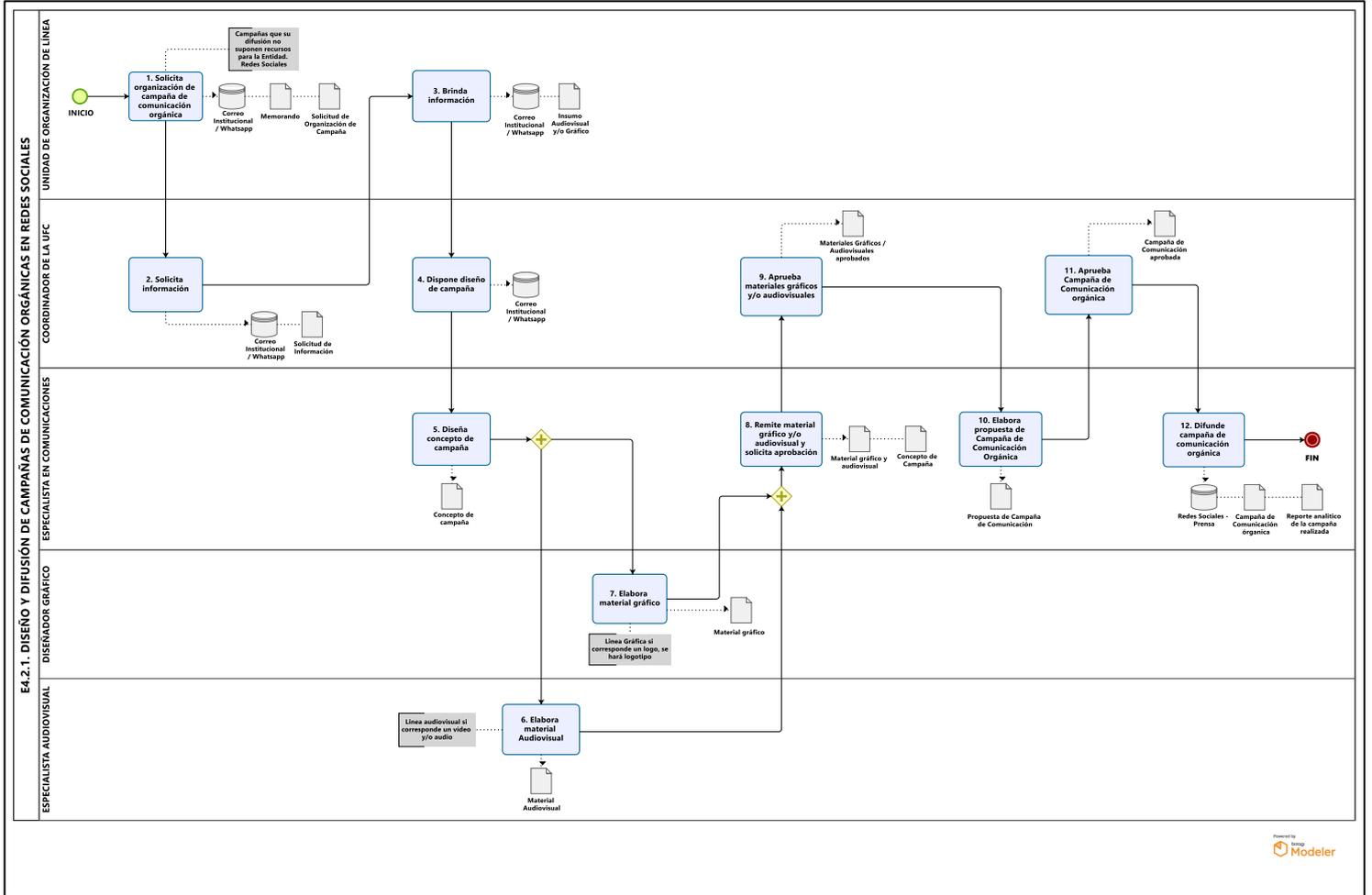


PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

Código: E4.2.2	Versión: 1
Nombre del Procedimiento: <i>Gestión de Vocería</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
Elaborado por:	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
Revisado por:	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
Aprobado por:	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

<b>Objetivo del procedimiento:</b> Difundir información alineada a los servicios, productos y logros institucionales a su público de interés.
--

<b>Alcance del procedimiento:</b> Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.
--

- |  |
|--|
| <b>Base normativa:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.</li> <li>• Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.</li> </ul> |
|--|

- |   |
|---|
| <b>Definiciones y Siglas:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.</li> <li>• Redes Sociales. - Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.</li> <li>• Gestión de Vocería. - Es la transmisión de mensajes claves de una entidad a su público de interés.</li> <li>• UFC: Unidad Funcional de Comunicaciones</li> </ul> |
|---|

Requisitos para Iniciar el Procedimiento:	
Descripción del requisito	Fuente
Solicitud de Vocería Institucional	Unidades de Organización de DEVIDA
Plan de comunicaciones	UFC



PERÚ  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

Actividades			
N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Solicita Vocería Institucional</b> Las Unidades de Organización solicitan vocería institucional al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Unidades de Organización	Solicitud de Vocería
2	<b>Dispone revisión</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe solicitud de Vocería Institucional y dispone revisión por el Analista de Prensa.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
3	<b>Revisa Solicitud</b> El Analista de Prensa recibe, revisa, emite y remite Informe para vocería institucional al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Analista de Prensa	Informe
4	<b>Solicita Aprobación</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa Informe para vocería institucional y solicita aprobación al Presidente Ejecutivo.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
5	<b>Aprueba Vocería Institucional</b> El Presidente Ejecutivo recibe, revisa y aprueba solicitud de vocería institucional, y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones; asimismo, propone voceros autorizados, entre otros pueden ser Directores, Ejecutivos Zonales y/o Especialistas Temáticos, para la entrevista.	Presidente Ejecutivo	Vocería Institucional aprobada
6	<b>Recibe aprobación de la Vocería Institucional</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe la aprobación de la vocería institucional y comunica al Analista de Prensa.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
7	<b>Realiza cobertura de difusión de cobertura institucional</b> El Analista de Prensa recibe vocería institucional aprobada y coordina con el medio de comunicación donde se publique o difunda la noticia o entrevista al Presidente Ejecutivo o representante de corresponder. Asimismo, recibe la aceptación de vocería del medio de comunicación y comunica al Presidente Ejecutivo, así también prepara ideas y/o mensajes claves a difundir y envía a los voceros institucionales y realiza la cobertura técnica de la difusión del mensaje de la vocería institucional en coordinación con el medio de comunicación.	Analista de Prensa	Difusión de Vocería Institucional
8	<b>Participa de la difusión de vocería institucional</b> El Presidente Ejecutivo o vocero institucional representante participa de la difusión del mensaje de la vocería.	Presidente Ejecutivo	Cobertura de Vocería Institucional
9	<b>Elabora reporte analítico de vocería institucional</b>	Analista de Prensa	Reporte analítico de vocería institucional



PERU  
Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

## MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

Una vez culminada la difusión de la vocería institucional, Analista de Prensa elabora el Reporte Analítico de Vocería Institucional y remite mediante Informe a la Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones para su conocimiento y fines.

### Fin del procedimiento

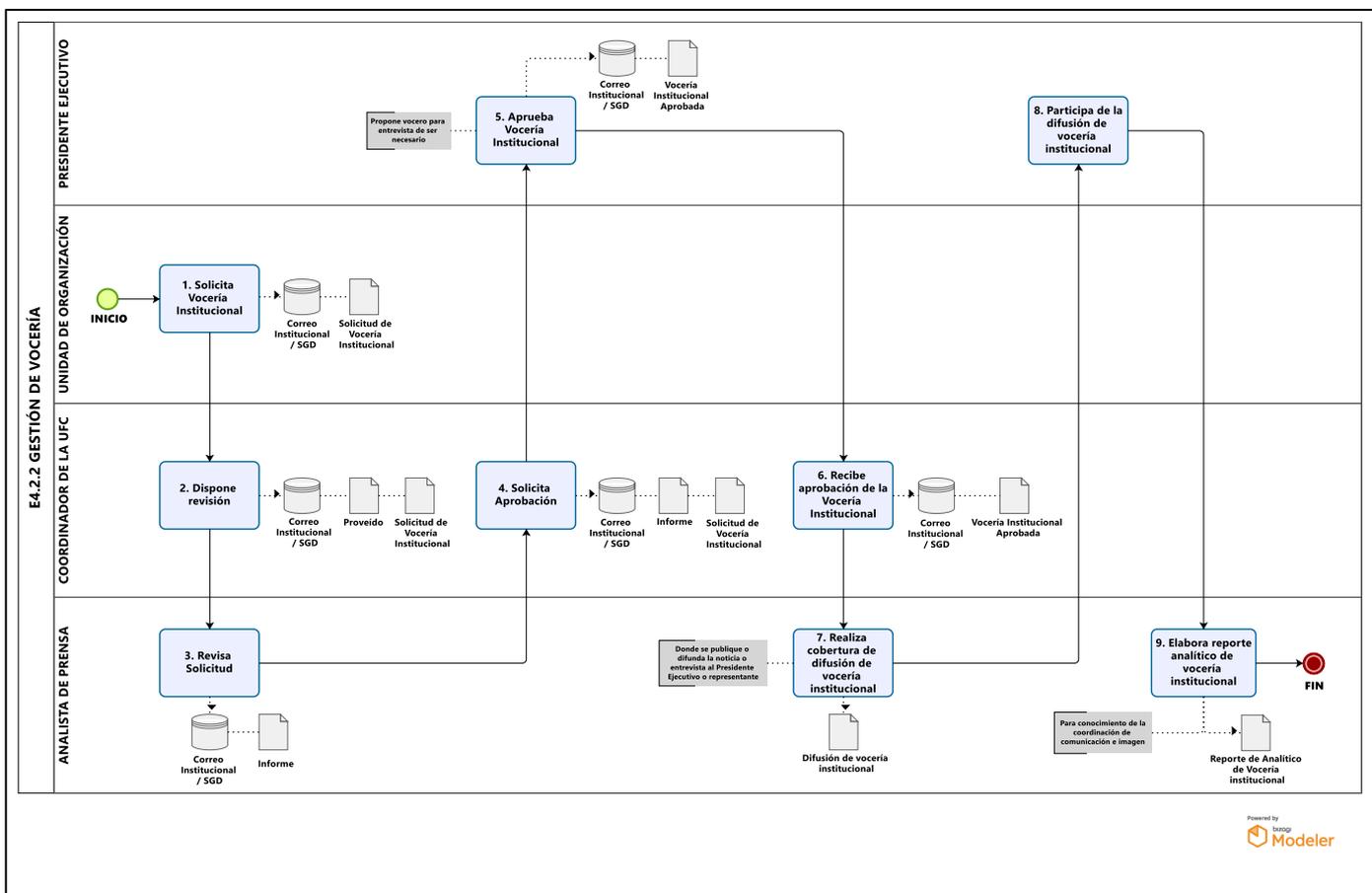
#### Documentos que se generan:

- 1) Informe
- 2) Proveído
- 3) Vocería Institucional aprobada
- 4) Difusión de Vocería Institucional
- 5) Reporte Analítico de Vocería Institucional

#### Proceso relacionado:

E4.2 Gestión de la Imagen Institucional

#### Diagrama de procedimiento:



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.2.3	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> <i>Gestión de Prensa</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
Difundir notas de prensa que luego sean publicadas en los medios de comunicación.

**Alcance del procedimiento:**  
Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

- Base normativa:**
- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
  - Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.

- Definiciones y Siglas:**
- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
  - Redes Sociales. - Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
  - Gestión de Prensa. - Conjunto de acciones, comunicados de prensa, notas de prensa, entrevistas, entre otros que llevan a cabo las organizaciones para generar impacto positivo, aumentar su credibilidad y posicionarse como un referente en su campo.
  - UFC. - Unidad Funcional de Comunicaciones

Requisitos para Iniciar el Procedimiento:	
Descripción del requisito	Fuente
Solicitud de Nota de Prensa	Unidades de Organización de DEVIDA
Plan de comunicaciones	UFC

<b>Actividades</b>
--------------------



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Solicita Nota de prensa</b> Las Unidades de Organización elaboran y remiten propuesta de Nota de Prensa al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Unidades de Organización	Solicitud de Nota de Prensa
2	<b>Dispone revisión</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe la propuesta de Nota de Prensa y dispone revisión por el Analista de Prensa.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
3	<b>Revisa propuesta de Nota de Prensa</b> El Analista de Prensa recibe y revisa la propuesta de Nota de Prensa que sea acorde a los Lineamientos Comunicacionales de la institución y edita y/o modifica de ser necesario, y remite para su validación al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.  La propuesta de Nota de prensa, puede contener imágenes que acompañen la Nota de Prensa para subir en Redes Sociales / Portal Institucional.  En el caso de alguna observación en la propuesta de Nota de Prensa, coordina con la unidad de organización, correspondiente.	Analista de Prensa	Propuesta de Nota de Prensa
4	<b>Valida propuesta de Nota de Prensa</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa que la propuesta de Nota de Prensa sea acorde a los Lineamientos Comunicacionales de la institución y la valida, asimismo, remite la propuesta de Nota de Prensa validada al Analista de Prensa.  En el caso que la Nota de Prensa sea del Presidente Ejecutivo, la Nota es previamente validada por éste.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Nota de Prensa Validada
5	<b>Realiza la difusión de la Nota de Prensa</b> El Analista de Prensa recibe la Nota de Prensa validada de las unidades de organización y del Presidente Ejecutivo, y realiza su difusión en medios masivos de comunicación nacional, regional y/o local (Redes Sociales, Portal Institucional, entre otros).	Analista de Prensa	Difusión de la Nota de Prensa
6	<b>Elabora reporte analítico de Difusión en Medios y comunica</b> Una vez culminada la difusión en medios masivos de comunicación nacional, regional y/o local, el Analista de Prensa elabora un Reporte de Difusión en Medios Masivos de comunicación nacional, regional y/o local y remite mediante Informe a la Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones para su conocimiento y fines.	Analista de Prensa	Reporte de Difusión en Medios

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) Solicitud de Nota de Prensa
- 2) Proveído
- 3) Nota de Prensa Validada
- 4) Difusión de la Nota de Prensa
- 5) Reporte de Difusión en Medios



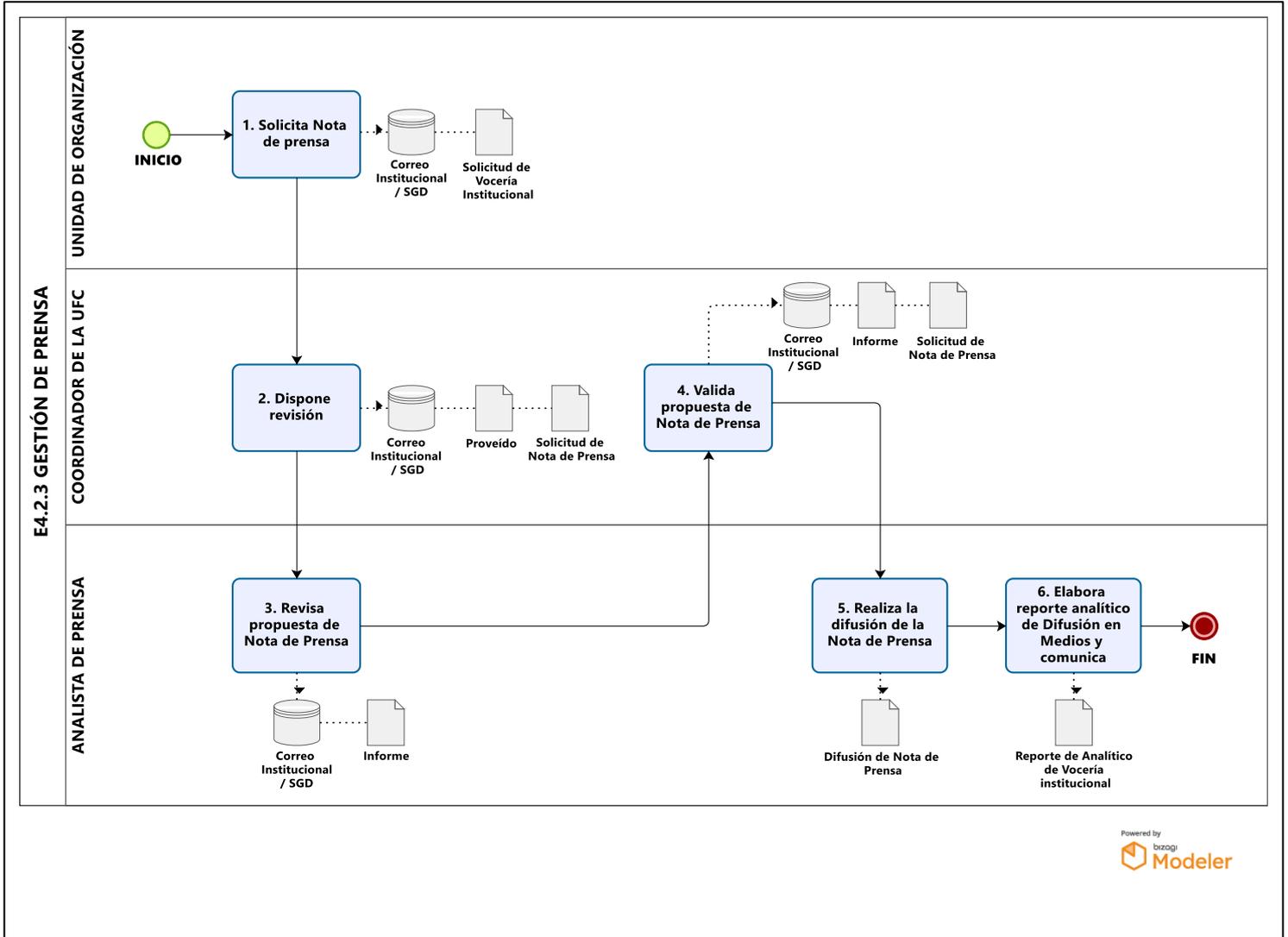
# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

### Proceso relacionado:

E4.2 Gestión de la Imagen Institucional

### Diagrama de Procedimiento:



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.2.4	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> <i>Asistencia técnica comunicacional para eventos Institucionales</i>	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
Brindar la asistencia técnica comunicacional durante el desarrollo del evento institucional, a las unidades de organización de DEVIDA

**Alcance del procedimiento:**  
Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

**Base normativa:**

- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
- Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, que aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP “Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública” y sus modificatorias.

**Definiciones y Siglas:**

- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.

Requisitos para Iniciar el Procedimiento:	
Descripción del requisito	Fuente
Solicitud de asistencia técnica comunicacional para evento institucional	Unidades de Organización de DEVIDA

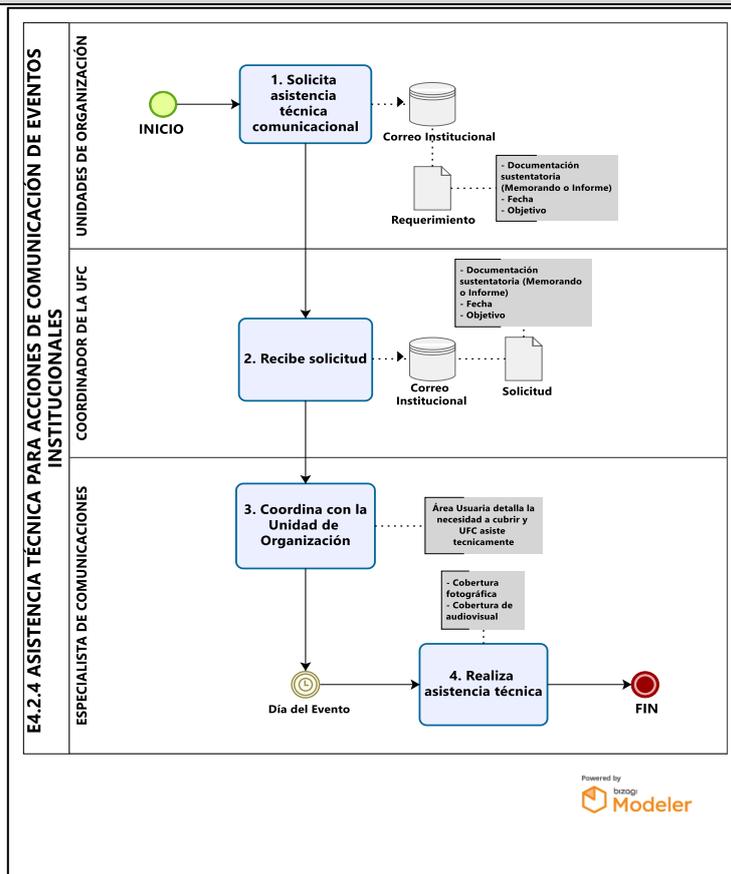
Actividades			
N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<p><b>Solicita asistencia técnica comunicacional</b></p> <p>Las Unidades de Organización mediante correo electrónico, solicita asistencia técnica comunicacional al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p> <p>La solicitud debe comprender: recursos logísticos (estandarte, tarecos) y el requerimiento de recursos humanos (Fotógrafo, maestro de ceremonia, especialista en prensa/redes sociales y la asistencia del especialista</p>	Unidades de Organización	Solicitud de asistencia técnica comunicacional

	audiovisual); asimismo, debe especificar si el evento institucional va a necesitar el diseño de flyer, fotochek o la edición de un vídeo.		
2	<b>Recibe solicitud</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y dispone revisión de la solicitud por parte del Especialista en Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	
3	<b>Coordina con la Unidad de Organización</b> El Especialista en Comunicaciones coordina con la unidad de organización, las acciones comunicacionales a realizarse en el evento institucional.	Especialista de Comunicaciones	Coordinaciones
4	<b>Realiza asistencia técnica</b> El Especialista en comunicaciones brinda asistencia técnica comunicacional para el evento institucional (cobertura fotográfica, audiovisual y protocolar) y comunica al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Especialista de Comunicaciones	Asistencia Técnica

<b>Fin del procedimiento</b>			
<b>Documentos que se generan:</b>			
1) Solicitud de asistencia técnica comunicacional			

<b>Proceso relacionado:</b>
<i>E4.2 Gestión de la Imagen Institucional</i>

**Diagrama de Procedimiento:**



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.2.5	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> Elaboración de material comunicacional y/o piezas gráficas.	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
Comunicar mensajes específicos, ideas, emociones e información, acorde a la línea gráfica y colores de identidad institucional.

**Alcance del procedimiento:**  
Es de aplicación de las unidades de organización de DEVIDA.

- Base normativa:**
- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas – DEVIDA.
  - Resolución de Secretaría de Gestión Pública N°006-2018-PCM/SGP, aprueba la Norma Técnica N°001-2018 PCM/SGP “Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública” y sus modificatorias.
  - Resolución de Gerencia General N°0057-2023-DV-GG, aprueba el Manual de Identidad Institucional e Imagen Visual DEVIDA.

- Definiciones y Siglas:**
- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
  - Material Comunicacional. - Medios didácticos que con imágenes y grabaciones sirven para comunicar mensajes específicos.
  - Pieza Gráfica. - Diseño de contenido visual que expresa un mensaje, ideas, emociones o información.

Requisitos para Iniciar el Procedimiento:	
Descripción del requisito	Fuente
Solicitud de elaboración de material comunicacional y/o pieza gráfica	Unidad de Organización/Oficina Zonal



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

Actividades			
N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<p><b>Solicita elaboración de material comunicacional y/o pieza gráfica</b></p> <p>Las Unidades de Organización u Oficinas Zonales solicitan elaboración Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones, para ello adjunta “<i>Formato para aprobación de materiales Comunicacionales</i>”.</p> <p>El Formato contiene la información para la elaboración (Imágenes de referencia, títulos, colores y contenidos).</p>	Unidades de Organización/Oficina Zonal	Proveído Formato para aprobación de materiales comunicacionales
2	<p><b>Revisa solicitud</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa el “<i>Formato para aprobación de materiales Comunicacionales</i>”, en coordinación con el Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico; obteniendo como resultado:</p> <p>a) Presenta observaciones, continua en la actividad 3 b) No presenta observaciones, continua en la actividad 4</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	
3	<p><b>Comunica observaciones</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones remite observaciones a la Unidad de Organización u Oficina Zonal.</p> <p><b>Va a la actividad 1.</b></p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Observaciones
4	<p><b>Deriva Formato para aprobación de materiales Comunicacionales aprobado</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones deriva “<i>Formato para aprobación de materiales Comunicacionales</i>” al Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico, según corresponda.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
5	<p><b>Elabora propuesta del material comunicacional y/o pieza gráfica</b></p> <p>El Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico recibe “<i>Formato para aprobación de materiales Comunicacionales</i>” aprobado y elabora propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica. De ser necesario coordina con la Unidad de Organización u Oficina Zonal, requerimiento de información adicional.</p> <p>La propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica, requiere validación de su contenido por otra Unidad de Organización involucrada:</p> <p>a) Si, continua con la actividad 6 b) No, continua en la actividad 8</p>	Especialista Audiovisual/Diseñador Gráfico	Propuesta de material comunicacional y/o pieza grafica
6	<p><b>Solicita validación de la propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica</b></p> <p>El Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico remite propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica a la Unidad de Organización correspondiente, para su validación.</p>	Especialista Audiovisual/Diseñador Gráfico	Proveído



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

7	<p><b>Coordina validación de propuesta</b></p> <p>La otra Unidad de Organización involucrada recibe y valida propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica en coordinación con la Unidad de Organización pertinente y comunica al Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico.</p>	Unidades de Organización/Oficina Zonal	Validación de la Propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica
8	<p><b>Presenta propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica</b></p> <p>El Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico recibe, revisa y presenta propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p>	Especialista Audiovisual/Diseñador Gráfico	Propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica
9	<p><b>Aprueba propuesta y solicita autorización</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica; asimismo aprueba y envía a la Gerencia General para su autorización de su contenido.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído Material comunicacional y/o pieza gráfica
10	<p><b>Revisa propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica</b></p> <p>El Gerente General recibe y revisa propuesta de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica; obteniendo como resultado:</p> <p>a) Presenta observaciones, continua en la actividad 11 b) No presenta observaciones, continua en la actividad 13</p>	Gerente General	
11	<p><b>Comunica observaciones</b></p> <p>El Gerente General remite observaciones al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones, éste en coordinación con el Especialista Audiovisual y/o Diseñador Gráfico, subsana observaciones.</p> <p><b>Va a la actividad 9.</b></p>	Gerente General	Observaciones
13	<p><b>Autoriza propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica</b></p> <p>El Gerente General autoriza el contenido del Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.</p>	Gerente General	Proveído Autorización de Gerencia General
15	<p><b>Comunica autorización de Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica autorizado y comunica a la Unidades de Organización u Oficinas Zonales, correspondientes.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Material Comunicacional y/o Pieza Gráfica

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) Proveído
- 2) Formato para aprobación de materiales Comunicacionales
- 3) Propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica
- 4) Validación de la propuesta de material comunicacional y/o pieza gráfica
- 5) Autorización de Gerencia General
- 6) Material comunicacional y/o pieza gráfica

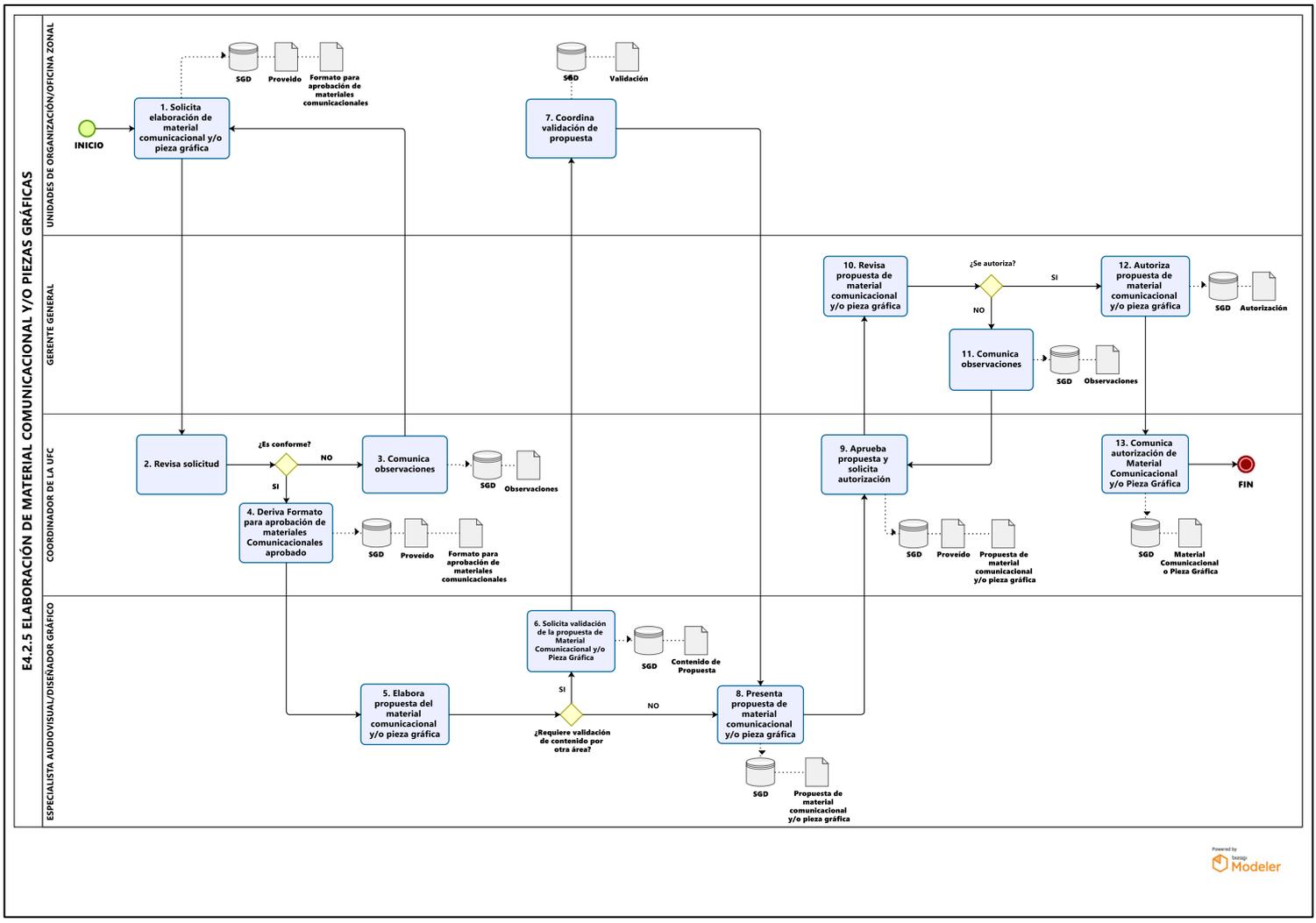


# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CÓDIGO: MAPRO -02 E4  
VERSIÓN: 01

**Proceso relacionado:**  
E4.2 Gestión de la Imagen Institucional

**Diagrama de procedimiento:**



	<b>MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>	CÓDIGO: MAPRO -02 E4 VERSIÓN: 01
--	--	--

<b>FICHA DE PROCEDIMIENTO</b>
-------------------------------

<b>Código:</b> E4.2.6	<b>Versión:</b> 1
<b>Nombre del Procedimiento:</b> Elaboración de contenido gráfico y audiovisual para su difusión en redes sociales	

	UNIDAD DE ORGANIZACIÓN	FIRMA (*)
<b>Elaborado por:</b>	<i>Unidad Funcional de Comunicaciones</i>	
<b>Revisado por:</b>	<i>Oficina de Planeamiento y Presupuesto</i>	
<b>Aprobado por:</b>	<i>Gerencia General</i>	

(\*) En conformidad a lo establecido en la Segunda Disposición Complementaria Final de la Resolución de Secretaría de Gobierno y Transformación Digital N° 007-2024-PCM/SGTD, que aprueba la Directiva N° 002-2024-PCM/SGTD que regula el uso de la firma digital en las entidades públicas, esta Ficha de Procedimiento se entiende firmada conforme a la primera página del presente Manual.

Control de cambios			
Versión	Fecha	Sección del procedimiento	Descripción del cambio

**Objetivo del procedimiento:**  
Elaborar y difundir contenidos de comunicación audiovisuales y gráficos en redes sociales.

**Alcance del procedimiento:**  
Es de aplicación de las Unidades de Organización.

**Base normativa:**

- Decreto Supremo N°047-2014-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) de la Comisión Nacional para el Desarrollo y Vida Sin Drogas-DEVIDA.
- Resolución de Secretaría de Gestión Pública N° 006-2018-PCM/SGP, aprueba la Norma Técnica N°001-2018-PCM/SGP "Norma Técnica para la implementación de la gestión por procesos en las entidades de la administración pública" y sus modificatorias.

**Definiciones y Siglas:**

- Unidades de organización. - Son los órganos, unidades orgánicas y órganos desconcentrados que componen la estructura orgánica de DEVIDA; así también comprende las unidades estructurales de la OZSFCO-UE006-1715 y equipos de trabajo de las Oficinas Zonales.
- Grilla de Contenidos en redes sociales. - Es una calendarización del contenido para publicar en redes sociales.
- Redes sociales. - Son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos.
- Material Audiovisual. - Se refiere a medios didácticos que con imágenes y grabaciones sirven para comunicar mensajes específicos.
- Material Gráfico. - Se refiere al diseño de contenido visual que expresa un mensaje, ideas, emociones o información.
- UFC. - Unidad Funcional de Comunicaciones

Requisitos para Iniciar el Procedimiento:	
Descripción del requisito	Fuente
Requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales	Unidades de Organización
Plan de comunicaciones	UFC



Presidencia del  
Consejo de Ministros

Comisión Nacional para el Desarrollo  
y Vida Sin Drogas - DEVIDA

**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

CÓDIGO: MAPRO -02  
E4  
VERSIÓN: 01

Actividades			
N°	Descripción de la actividad	Unidad de Organización	Producto
1	<b>Elabora requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales</b> Las Unidades de Organización elaboran requerimiento para difusión de contenidos en redes sociales y remite al Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Unidades de Organización	Requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales
2	<b>Dispone elaborar grilla de contenidos</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe, revisa, y dispone elaborar proyecto de Grilla con Contenidos a publicar en redes sociales por el Especialista en Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído
3	<b>Elabora proyecto de grilla de contenidos</b> El Especialista en Comunicaciones elabora proyecto de Grilla de Contenidos para redes sociales y remite al Coordinador la Unidad Funcional de Comunicaciones.	Especialista en Comunicaciones	Proyecto de grilla de contenidos
4	<b>Revisa proyecto de Grilla de Contenidos para redes sociales</b> El Coordinador la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y revisa que el proyecto de Grilla de Contenidos a publicar en redes sociales, se encuentren acordes a los Lineamientos Comunicación institucional; obteniendo como resultado:  a) Presenta observaciones, continua en la actividad 5 b) No presenta observaciones, continua en la actividad 6	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	
5	<b>Comunica observaciones</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones remite observaciones al proyecto de Grilla de Contenidos para redes sociales al Especialista en Comunicaciones, para su subsanación.  <b>Va a la actividad 3.</b>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	observaciones
6	<b>Aprueba proyecto de grilla de contenidos de redes sociales</b> El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones aprueba proyecto de Grilla de Contenidos para redes sociales y remite al Especialista en Comunicaciones.	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Grilla de contenidos aprobado
7	<b>Envía grilla de contenidos aprobado</b> El Especialista en Comunicaciones recibe la grilla de contenidos para redes sociales aprobado y lo envía Diseñador Gráfico y Especialista Audiovisual, para elaboración de contenido gráfico y audiovisual, según corresponda.  <b>Va a la actividad 8 y 9.</b>	Especialista en Comunicaciones	Solicitud de elaboración de contenido gráfico y audiovisual



**MAPRO DEL PROCESO  
E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA  
DE LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONAL**

8	<p><b>Elabora contenido gráfico</b></p> <p>El Diseñador Gráfico recibe la Grilla de Contenidos para redes sociales aprobado y de acuerdo a los requerimientos de las Unidades de Organización, elabora el contenido gráfico y remite al Especialista en Comunicaciones.</p>	Diseñador Gráfico	Contenido gráfico
9	<p><b>Elabora contenido audiovisual</b></p> <p>El Especialista Audiovisual recibe la Grilla de Contenidos para redes sociales aprobado y de acuerdo a los requerimientos de las Unidades de Organización, elabora el contenido audiovisual y remite al Especialista en Comunicaciones.</p>	Especialista Audiovisual	Contenido audiovisual
10	<p><b>Viene de la actividad 8 y 9</b></p> <p><b>Integra contenido gráfico y audiovisual a la grilla de contenidos</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe contenido gráfico y audiovisual, y integra al proyecto de Grilla de Contenidos para redes sociales y remite a la Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones, para aprobación.</p>	Especialista en Comunicaciones	Proyecto de grilla de contenidos para redes sociales
11	<p><b>Aprueba la grilla de contenidos</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe, revisa y aprueba el proyecto de Grilla con Contenidos gráfico y audiovisual y remite al Especialista en Comunicaciones, para su difusión.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Grilla de contenidos aprobada
12	<p><b>Difunde contenidos en redes sociales</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones recibe la Grilla de Contenidos de redes sociales con los contenidos audiovisuales y gráficos aprobada y realiza su difusión en redes sociales de la entidad.</p>	Especialista en Comunicaciones	Difusión de contenidos
13	<p><b>Elabora reporte analítico de las métricas de redes sociales</b></p> <p>El Especialista en Comunicaciones analiza los datos de la difusión realizada en redes sociales de la entidad y elabora Reporte Analítico de Métricas y remite al Coordinador de la Unidad de Funcional de Comunicaciones.</p>	Especialista en Comunicaciones	Reporte Analítico de métricas
14	<p><b>Presenta reporte analítico de métricas</b></p> <p>El Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones recibe y presenta Reporte Analítico de Métricas de redes sociales a la Gerencia General, para su conocimiento y fines.</p>	Coordinador de la Unidad Funcional de Comunicaciones	Proveído

**Fin del procedimiento**

**Documentos que se generan:**

- 1) Requerimiento de difusión de contenidos en redes sociales
- 2) Proveído
- 3) Contenido Grafico
- 4) Contenido Audiovisual
- 5) Grilla de Contenidos para redes sociales aprobada
- 6) Difusión de contenidos
- 7) Reporte Analítico de métricas

**Proceso relacionado:**



# MAPRO DEL PROCESO E4 GESTIÓN ESTRATÉGICA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

## E4.2 Gestión de la Imagen Institucional

### Diagrama de procedimiento:

