



Resolución Jefatural

N° 076 -2016-JEFATURA/ONP

Lima, 25 AGO 2016

VISTO:

El Memorándum N° 229-2016-ORI/ONP y el Informe N° 025-2016-ORI.CI/ONP de la Oficina de Relaciones Institucionales, el Memorándum N° 199-2016-OPG/ONP y el Informe N° 051-2016-OPG.PL/ONP de la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Evaluación de la Gestión y el Informe N° 499-2016-OAJ/ONP de la Oficina de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

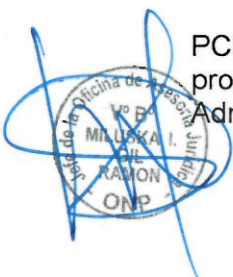
Que, mediante Decreto Ley N° 25967, modificado por la Ley N° 26323, se crea la Oficina de Normalización Previsional (ONP), reestructurada integralmente a través de la Ley N° 28532, reglamentada a través del Decreto Supremo N° 118-2006-EF, y definida como un Organismo Público del Sector Economía y Finanzas, que tiene a su cargo la administración del Sistema Nacional de Pensiones a que se refiere el Decreto Ley N° 19990, así como al Régimen de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales, Decreto Ley N° 18846, la Ley que regula el Régimen Especial de Seguridad Social para los Trabajadores y Pensionistas Pesqueros, Ley N° 30003, y de otros regímenes previsionales a cargo del Estado, que le sean encargados conforme a ley;

Que, en concordancia con lo dispuesto por la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, el Decreto Supremo N° 058-2011-PCM ha calificado a la ONP como Organismo Público Técnico Especializado;

Que, mediante la Resolución Ministerial N° 174-2013-EF/10, se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones de la ONP, el cual contiene la nueva estructura orgánica de la institución y dispone el ordenamiento e identificación de los distintos órganos de la Entidad; y con el Decreto Supremo N° 258-2014-EF se aprobó su modificatoria;

Que, mediante la Resolución Ministerial N° 186-2015-PCM, se aprobó el Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las entidades de la Administración Pública;

Que, con la Resolución de Secretaría de Gestión Pública N° 001-2015-PCM-SGP, se aprueban los lineamientos para el proceso de implementación progresiva del Manual para Mejorar la Atención a la Ciudadanía en las entidades de la Administración Pública;



Que, mediante la Resolución Jefatural N° 035-2016-JEFATURA/ONP, se aprobó el Plan Operativo Institucional de la Oficina de Normalización Previsional - POI de la ONP para el año 2016, dentro del cual se ha considerado la aprobación del Plan de Comunicación Estratégica;

Que, mediante los documentos del visto, la Oficina de Relaciones Institucionales remite la propuesta del Plan de Comunicación Estratégica 2016 de la ONP, el cual permitirá afianzar la relación entre la ONP y sus principales públicos meta, tanto a nivel interno como externo de la organización; el mismo que cuenta con la conformidad de la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Evaluación de la Gestión;

En uso de las facultades conferidas en el artículo 5° de la Ley N° 28532 y el artículo 9° del Reglamento de Organización y Funciones de la ONP, aprobado por Resolución Ministerial N° 174-2013-EF/10, modificado por el Decreto Supremo N° 258-2014-EF;

SE RESUELVE:

Artículo Primero.- APROBAR con eficacia anticipada al 05 de enero de 2016, el Plan de Comunicación Estratégica 2016 de la Oficina de Normalización Previsional (ONP); que como anexo forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo Segundo.- DISPONER que la Oficina de Relaciones Institucionales realice las acciones necesarias para la implementación del Plan aprobado mediante la presente resolución.

Artículo Tercero.- DIFUNDIR la presente Resolución a todo el personal de la entidad.

Artículo Cuarto.- DISPONER la publicación de la presente Resolución y su anexo en el Portal de Transparencia del Estado Peruano y en el Portal Institucional de la ONP (www.onp.gob.pe)

Regístrese, comuníquese y publíquese.


DIEGO ALEJANDRO ARRIETA ELGUERA
Oficina de Normalización Previsional
Jefe



PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

2016



INDICE

1. ANTECEDENTES	3
1.1 El rol de la Comunicación en el Estado y su importancia en la ONP	3
1.2 Diagnóstico de la Imagen ONP: Análisis FODA	3
2. OBJETIVO GENERAL	4
3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
4. PÚBLICOS META	4
4.1 Públicos Meta - Comunicación Interna	4
4.2 Públicos Meta - Comunicación Externa	5
5. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES.....	5
5.1 Acciones dirigidas al público meta interno	6
5.2 Acciones dirigidas al público meta externo	7
6. PRESUPUESTO	12
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	12



1. ANTECEDENTES

1.1 El rol de la Comunicación en el Estado y su importancia en la ONP

En la actualidad, la comunicación cumple un rol estratégico fundamental dentro y fuera de las organizaciones que están preocupadas por mantenerse siempre actualizadas y que velan por una constante mejora en sus servicios. Más allá de las nuevas tecnologías y últimas tendencias en la comunicación, podemos ver que para construir un adecuado canal de llegada a los usuarios, es necesario considerar que el activo más importante es cómo se hacen las cosas desde adentro. Esto quiere decir que toda acción que se realice, debe implicar el sumergirse en el interior de la institución y trabajar mensajes a partir de la propia identidad. Al evaluar este mensaje, vemos que debe cumplir con las demandas de la audiencia, buscando generar contenido de valor que atienda a sus necesidades y generando un cambio cultural innovador en las organizaciones.

Es así que nos encontramos actualmente en un escenario donde se toma consciencia de la importancia de la comunicación del Estado y de las instituciones públicas, donde lo que se busca es ofrecer un servicio orientado a satisfacer las necesidades de nuestros stakeholders¹; a través de la gestión de un recurso humano altamente capacitado.

Bajo ese enfoque en donde se busca un diálogo permanente, es que la Oficina de Normalización Previsional (ONP); a través de su Oficina de Relaciones Institucionales (ORI), transmite un mensaje que involucra sus tres valores institucionales: Responsabilidad, Predictibilidad y Transparencia a todo su público usuario, generando una sinergia en los diferentes canales de comunicación para ofrecer un servicio de altos estándares de calidad al ciudadano.

1.2 Diagnóstico de la Imagen ONP: Análisis FODA

Fortalezas

- Mejora de la imagen corporativa.
- Cambio de paradigma instalado: de una conducta organizacional en la administración de un stock a una conducta de actuación en tiempo real.
- Personal altamente capacitado.
- Gobernabilidad de los procesos core de la organización.
- Automatización de los procesos.
- Desconcentración de la calificación en sedes regionales.
- Implementación del Tribunal Administrativo Previsional.

Oportunidades

- Resurgimiento de la cultura previsional en el país.
- Crecimiento económico sostenido del país.

¹ Quienes son afectados o pueden ser afectados por las actividades que desarrolla la entidad: los integrantes de la ONP, los clientes, los proveedores de bienes y servicios, y la ciudadanía en general.



- La opinión pública demanda más información de las instituciones públicas.
- Interoperabilidad en el Estado para facilitar el uso e intercambio de información.
- Innovaciones tecnológicas aplicables en el sector público.

Debilidades

- Reputación afectada por concepto de trámite y tiempo de respuesta/ 'herencia'.
- Susceptibilidad a asumir nuevos encargos (acumulación de funciones).
- Carga judicial histórica

Amenazas

- Intervención de tramitadores.
- Fraudes y estafas a los pensionistas.
- Informalidad laboral y desempleo.
- Cambio en la estructura poblacional, envejecimiento poblacional.
- Normas de racionalización y austeridad establecidas en la Ley de Presupuesto.

2. OBJETIVO GENERAL

Afianzar la relación entre la ONP y sus principales públicos meta tanto a nivel interno como externo de la organización.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Difundir información transparente y de calidad al usuario.
- Fomentar la cultura previsional en el país a través de nuestros canales de comunicación.
- Mejorar y sostener la imagen de la ONP frente a sus principales públicos de interés.
- Proyectar la imagen de una institución renovada y moderna.
- Promover acciones de comunicación interna cuyo resultado se vea reflejado en la mejora continua de los servicios brindados al asegurado.

4. PÚBLICOS META

Segmentos de la población total (universo) a quienes van dirigidos los mensajes y acciones de comunicación propios de una campaña.

Cada segmento se divide según características demográficas y niveles socioeconómicos.

4.1 Públicos Meta - Comunicación Interna

- **Integrantes CAP:** Trabajadores de la ONP contratados bajo la modalidad del Decreto Legislativo N° 728.



- **Integrantes CAS:** Trabajadores de la ONP contratados bajo la modalidad del Decreto Legislativo N° 1057.
- **Practicantes:** Estudiantes técnicos y universitarios que realizan prácticas pre y profesionales en la ONP.

4.2 Públicos Meta - Comunicación Externa

- **Aportante/Asegurado:** Trabajador dependiente o independiente que realiza aportaciones, está incorporado a un sistema de seguridad social de cualquiera de las partes contratantes, las partes contratantes pueden ser por ejemplo una AFP o la ONP.

Perfil General

Rango de edad: 18 años a 65 años²

NSE: D-E

Ubicación Geográfica: Lima-Provincias (Perú) y países con los que se tienen convenios actualmente.

- **Pensionista de algún régimen administrado por la ONP³:** Persona que percibe una prestación económica permanente en el tiempo, de cualquiera de los distintos regímenes previsionales a cargo de la ONP, como resultado de los aportes que realizó durante su vida laboral.

Perfil General

Rango de edad⁴: 50 años a + (*Se considera la edad de 50 años en el caso de pensión anticipada para mujeres*)

NSE: D-E

Ubicación Geográfica: Lima-Provincias (Perú) y países con los que se tienen convenios actualmente.

- **Empleador:** Toda persona natural, empresa unipersonal, persona jurídica, sociedad irregular o de hecho, cooperativa de trabajadores, institución privada, entidad pública que remunere a cambio de un servicio prestado bajo relación de subordinación.

Perfil General

Sector: Privado y Público

Rubros: Todos

Ubicación Geográfica: Lima-Provincias (Perú)

5. ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES

Tal como se indicó en el objetivo general, el plan -y su contenido- están orientados a afianzar las relaciones con nuestros públicos interno y externo. En ese sentido, las acciones planteadas buscan cumplir un rol estratégico en el que los grandes esfuerzos se concentrarán en el proceso de transformación de adentro

² Se está considerando la edad mínima pensionable, no obstante ello esta puede ser una edad superior.

³ Se consideran a los beneficiarios entendidos como personas que reciben una prestación económica, ya sea por derecho propio o por derecho derivado.

⁴ En los casos que corresponda se considera también al grupo de pensionistas por orfandad o viudas, menores de 50 años.



hacia afuera. Por esta razón, la Oficina de Relaciones Institucionales (ORI) ha implementado campañas y actividades dirigidas al público interno, quien garantizará un servicio de altos estándares de calidad a nuestros asegurados.

5.1 Acciones dirigidas al público meta interno

La ONP reconoce el talento de su capital humano y es por ello que repotencia sus habilidades brindándole herramientas con el objetivo no solo de optimizar su gestión, sino de ofrecer un clima organizacional agradable que soporte su labor en la organización.

5.1.1 Campañas de Comunicación Interna

Este año, se ha determinado la producción y realización de 28 campañas a nivel institucional dirigidas a todo el universo organizacional de la ONP (alrededor de 1300 integrantes en total entre personal CAP, CAS y Practicantes con contrato vigente a la fecha). En el Anexo 1 se encuentra el detalle de las campañas programadas y la fecha de ejecución.

5.1.2 Producción y despliegue de Merchandising Institucional

Con el objetivo de reforzar la *marca ONP*, el presente año, se desplegarán novedosos Artículos Publicitarios Institucionales a todos los integrantes a nivel nacional. La renovación de estos materiales permite fortalecer la imagen corporativa y reforzar los conceptos que nos identifican como organización sobretodo en la actualidad: Avance y Transformación.

Artículos destacados:

- USB ONP
- Tasa ONP
- Mouse Pad ONP
- Cuadernos ONP
- Tomatodo ONP
- Post it ONP
- Lapiceros/ Lápices ONP

5.1.3 Producción y despliegue de Material Audiovisual Institucional

Este año se ha planificado el lanzamiento de material informativo continuamente actualizado con el objetivo de mantener a toda la organización informada, en tiempo real. Se hará uso potencial de los principales canales de comunicación tales como la Intranet (Orbi) y el correo corporativo ONP Informa.

Material audiovisual destacado:

- Noticiero ONP
- Videos animados sobre procesos ONP
- Videos para refuerzo de campañas (producción de videos temáticos sobre las diferentes campañas de comunicación)



5.1.4 Modernización de canales internos

A la fecha, la ONP cuenta con canales de comunicación que permiten llevar de manera eficaz los mensajes a toda la organización. Entre estos medios encontramos a **Orbi**, la intranet concebida como una red social aplicada al trabajo que fue lanzada a mediados de 2013.

Esta plataforma digital viene captando el mayor nivel de audiencia y es por ello que se ha consolidado como el medio más útil para el integrante. Adicionalmente a ello, es el canal más susceptible a cambios, por esta razón y gracias a los avances tecnológicos y al interés de la institución por brindar mejores herramientas a su recurso humano, Orbi actualiza su versión y se convierte en una plataforma 3.0, dando pase al inicio de una nueva etapa. Como resultado de esta transformación, el integrante ONP podrá aprovechar al máximo la intranet ya que este espacio web contará con modernas e interesantes funcionalidades y transacciones en línea.

Entre otros medios, destacan:

a. Digitales

- ✓ Correo corporativo ONP Informa
- ✓ Lync

b. Físicos

- ✓ Viniles en pasadizos
- ✓ Paneles Móviles

5.1.5 Fortalecimiento de la comunicación interna

En mayo de 2015 se creó la **Red de Corresponsales ONP**, compuesta - inicialmente- por 45 integrantes de la institución a nivel nacional. En la actualidad ya suman 65 y el alcance de esta comunidad es a nivel nacional. La Red viene desarrollando una importante labor en la evaluación y medición de las campañas internas. Además, la retroalimentación brindada por cada integrante es oportuna para la conceptualización y mejora de próximas campañas y/o actividades a desarrollarse en la organización.

Este año se ha previsto encargar a la Red, la primera campaña de sensibilización y concientización del integrante ONP respecto a su labor y la transcendencia de esta en la vida de cada uno de nuestros asegurados.

5.2 Acciones dirigidas al público meta externo

La misión de la ONP es *brindar seguridad previsional otorgando pensiones mediante un servicio público eficiente, predecible y transparente* en beneficio de sus usuarios, por esta razón orienta gran parte de sus esfuerzos a la planificación de campañas y/o actividades de acuerdo a la coyuntura e interés de cada segmento al que debe dirigirse, entre las principales se encuentran las siguientes.



5.2.1 Campañas de Comunicación Externa

Se ha planificado la producción y realización de 25 campañas para frente externo, en este caso el público meta varía de acuerdo a cada campaña y/o acción de comunicación implementada:

- Despliegue de folletería 2016 a todos los Centros de Atención a nivel nacional.
Público Meta: Aportantes, asegurados y pensionistas de la ONP que asisten a los centros de atención a nivel nacional.
- Campaña Bienvenida de nuevos pensionistas (Centromin y PetroPerú).
Público Meta: Jubilados de Centromin y PetroPerú que mediante la Ley N° 30372, se convierten en nuevos pensionistas de la ONP.
- Despliegue de Relacionamento con medios de comunicación.
Público Meta: Líderes de opinión/ Medios de comunicación.
- Campaña de Bienestar Social en Huancavelica.
Público Meta: Pensionistas de la ONP ubicados en el departamento de Huancavelica.
- Despliegue de Eventos y Feria.
Público Meta: Aportantes y asegurados de la ONP a nivel nacional.
- Comunicación sobre cierre de colegios.
Público Meta: Pensionistas de la ONP a nivel nacional.
- Campaña Convenios Internacionales.
Público Meta: Aportantes, asegurados y pensionistas de la ONP ubicados en los países con los que se tienen convenios actualmente.
- Despliegue de nuevos videos para el Circuito Cerrado de Televisión en todos los Centros de Atención a nivel nacional.
Público Meta: Aportantes, asegurados y pensionistas de la ONP que asisten a los centros de atención a nivel nacional.
- Campaña de Bienestar Social en Jauja.
Público Meta: Pensionistas de la ONP ubicados en la ciudad de Jauja.
- Lanzamiento del SCTR como producto ONP.
Públicos Meta:
 - a. Cartera actual de clientes.
 - b. Potenciales clientes: Entidades estatales y/o empresas cuyo rubro sea considerado como trabajo de riesgo (Anexo 5 del D.S. N° 003-98-SA u otras normas vinculantes)
- Campaña para Trabajadores del Hogar dirigido a Provincias.
Públicos Meta:
 - a. Trabajadores del hogar ubicados en provincias.
 - b. Empleadores ubicados en provincias.
- Continuación de campaña sobre el Portal Web ONP.



Públicos Meta:

- a. Aportantes, asegurados y pensionistas de la ONP.
 - b. Empleadores.
- Campaña Bono Minero.
Público Meta: Pensionistas Mineros, Metalúrgicos y Siderúrgicos que mediante la Ley N° 29741, se les otorga un beneficio complementario llamado bono minero.
 - Campaña Nuevo local - Centro de Atención Áncash.
Público Meta: Aportantes, asegurados y pensionistas de la ONP ubicados en el departamento de Áncash.
 - Comunicación sobre Venta de inmuebles.
Público Meta: Ciudadanía en general ubicados en Lima y provincias.
 - Campaña Alerta Fiestas Patrias.
Público Meta: Pensionistas de la ONP a nivel nacional.
 - Campaña sobre el Tribunal Administrativo Previsional - TAP.
Público Meta: Asegurados de la ONP que se encuentran gestionando su pensión, alcance a nivel nacional.
 - Campaña RMV.
Público Meta: Aportantes facultativos de la ONP.
 - Lanzamiento de nuevo site - Cultura Previsional.
Público Meta: Ciudadanía en general -no afiliados en un sistema de pensiones- ubicados en Lima y provincias.
 - Operativo de Supervivencia.
Público Meta: Pensionistas de la ONP a nivel nacional.
 - Comunicación sobre Arrendamiento.
Público Meta: Ciudadanía en general ubicados en Lima y provincias.
 - Campaña Alerta Navidad.
Público Meta: Pensionistas de la ONP a nivel nacional.
 - ONP en Divercity (Acción soporte de Cultura Previsional).
Público Meta: Ciudadanía en general -niños y padres- ubicados en Lima.
 - Talleres en la Casa del Pensionista.
Público Meta: Pensionistas de la ONP inscritos en la Casa del Pensionista ubicado en Plaza Norte.
 - Programa Pensionista Centenario.
Público Meta: Pensionistas de la ONP que cumplen 100 años, alcance a nivel nacional.



5.2.2 Producción y despliegue de Folletería 2016 en los Centros de Atención

Con el objetivo de impartir información actualizada al asegurado, la ONP iniciará el despliegue de la nueva folletería a sus 32 centros de atención a nivel nacional. La renovación de este material permite que la comunicación sea más sencilla y contenga data sobre los nuevos servicios que la ONP pone a disposición de sus usuarios y ciudadanía en general.

Folletería 2016:

- ¿Cómo gestionar una pensión de jubilación en el Decreto Ley N° 19990?
- ¿Cómo gestionar la Pensión de Sobreviviente - Causante No Pensionista en el Decreto de Ley N° 19990?
- ¿Cómo gestionar la Pensión de Sobreviviente - Causante Pensionista en el Decreto de Ley N° 19990?
- ¿Cómo gestionar una Pensión de Invalidez en el Decreto Ley N° 19990?
- ¿Cómo iniciar la solicitud anticipada de jubilación en el Decreto Ley N° 19990?
- Otorgamiento de Prestaciones del Decreto Ley N° 20530.
- Incremento de Pensión, Bonificaciones y Prórrogas en el Decreto Ley N° 19990
- ¿Cómo solicitar el cambio de modalidad de pago?
- ¿Cómo gestionar la expedición de copias certificadas?
- ¿Cómo gestionar la activación y suspensión de una pensión de jubilación?
- Otorgamiento de prestaciones del Decreto Ley N° 18846.
- Capital de Defunción. Un derecho otorgado a los herederos.
- Inscripción y Recuperación Facultativa al Sistema Nacional de Pensiones.
- ¿Cómo gestionar Recursos Administrativos ante la ONP?
- Centros de Atención a Nivel Nacional.
- ¿Cómo acreditar tus aportes?



5.2.3 Producción y despliegue de Material Audiovisual 2016 para CCTV⁵ de Centros de Atención

Este año se ha planificado la realización de un nuevo material audiovisual el cual estará relacionado a i) los diversos servicios y/o regímenes que administra la ONP para sus usuarios y ii) consejos y/o recomendaciones en materia de cultura previsional, bienestar personal o cuidado de la salud para los asegurados al Sistema Nacional de Pensiones.

Material audiovisual destacado:

- Afiliación facultativa

CCTV: Circuito Cerrado de Televisión



- Bonos de reconocimiento
- Derechos derivados
- Diferencias entre el Sistema Nacional de Pensiones y el Sistema Privado
- Jubilación adelantada
- Libre Desafiliación Informada
- Verificación de supervivencia
- Prevención de fraudes y estafas
- Trabajadores independientes
- Recaudación de aportes

5.2.4 Acercamiento al público meta

La ONP tiene diversos públicos meta debido a que sus asegurados pertenecen a diversos regímenes que no necesariamente guardan características en común, por esta razón emplea diversos medios de comunicación externa, además de los tradicionales, a través de los cuales se realiza una comunicación bidireccional con el usuario.

Medios digitales:

- **Portal Web ONP:** Dentro de sus principales atributos destaca estar orientado a los diversos perfiles de usuarios, por esta razón se crearon 8 escenarios tales como:
 - Quiero afiliarme a un régimen administrado por la ONP
 - Estoy aportando
 - Quiero mi pensión
 - Soy pensionista
 - Soy empleador
 - Estoy afiliado al SPP
 - Represento a una institución pública o privada
 - Resido en el extranjero

Actualmente, el portal ONP cuenta con 121 servicios (87 informativos y 34 transaccionales) además de un centro de documentación el cual se constituye en una herramienta de consulta principal para los usuarios, así como contar con la inclusión de un chat y los servicios de 'Escríbanos', permite que los usuarios reciban una atención más rápida y orientación oportuna sin tener que verse en la necesidad de trasladarse a un Centro de Atención.

- **Redes Sociales:** En la actualidad, además de su plataforma digital, la ONP cuenta con espacios en las dos principales redes sociales: Facebook y YouTube.

a. Facebook: *A través de su página Oficial, la ONP difunde información en tiempo real y se derivan las consultas de los usuarios a nuestros expertos de acuerdo a las diversas casuísticas que se presenten.*



Aplicaciones dentro de la página oficial

- Cronograma de Pago
- Fotos
- Centros de Atención ONP
- Videos
- Políticas de Participación
- YouTube ONP
- Notas
- Trabajadores del Hogar
- Diferencias SNP – SPP
- Convenios Internacionales

b. YouTube: A través del canal de YouTube de la ONP, se presentan diversos videos de acuerdo a los temas de interés y coyuntura. Actualmente, las categorías en el canal son:

- Sistema Nacional de Pensiones
- Cultura Previsional
- Servicios – Portal Web
- Tribunal Administrativo Previsional – TAP
- ONP en medios
- #MiAbueloSabe
- #AbuelosONP
- Trabajadores del Hogar

6. PRESUPUESTO

El Plan de Comunicación Estratégica 2016 y las actividades que comprenden, se encuentran enmarcadas en las actividades programadas en el Plan Operativo Institucional de la Oficina de Normalización Previsional para el año 2016 y el costo de su implementación no demandará un presupuesto adicional al estipulado en ese documento de gestión.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Para cumplir con el objetivo general establecido en el Plan de Comunicación Estratégica 2016, se han planteado objetivos específicos, que se alcanzarán a través del desarrollo de campañas internas y externas a nivel nacional, los mismos que se presentan en el Anexo 1.



ANEXO 1

Cronograma de actividades del Plan de Comunicación Estratégica 2016

N°	Campaña	Frente	Resp.	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
1	Campaña por Aniversario de InActuales (revista digital ONP)	Interno	ORI												
2	Feria de Salud Kids	Interno	ORH												
3	Campeonato de Verano	Interno	ORH												
4	Informativo ONP (entrega I)	Interno	ORI												
5	Campaña sobre Riesgos Operativos	Interno	OGR												
6	Lanzamiento de Orbi 3.0	Interno	OTI												
7	Campaña sobre Tribunal Administrativo	Interno	DPR												
8	Evento por Aniversario ONP	Interno	ORI												
9	Campaña de Ecoeficiencia I	Interno	ORI												
10	Activación por el Día de la Madre	Interno	ORH												
11	Campaña de reforzamiento sobre el uso del Manual de Identidad Corporativa	Interno	ORI												
12	Activación por motivo del Día Internacional de la Seguridad y Salud en el Trabajo	Interno	ORI												
13	Activación por el Día de la Padre	Interno	ORH												
14	3era Encuesta de Cultura Organizacional	Interno	ORI												
15	Informativo ONP (entrega II)	Interno	ORI												
16	Campaña por Fiestas Patrias	Interno	ORI												
17	Torneo ONP 2016	Interno	ORH												
18	Campaña de Voluntariado	Interno	ORI												
19	Campaña de Ecoeficiencia II	Interno	ORI												
20	Lanzamiento de APPENS - REAPRO	Interno	ORI												
21	Informativo ONP (entrega III)	Interno	ORI												
22	Campaña dirigida por la Red de Corresponsales de la ONP	Interno	ORI												
23	Activación de Fin de Año	Interno	ORI												
24	Feria de la Salud	Interno	ORH												
25	Activación Navidad ONP	Interno	ORI												
26	Elige Salud - Elección de la EPS	Interno	ORH												
27	Campaña de Ecoeficiencia III	Interno	ORI												
28	Plan de Gestión del Cambio	Interno	ORI												
29	Despliegue de folletería 2016 a todos los Centros de Atención a nivel nacional	Externo	DPE.OD												
30	Campaña Bienvenida de nuevos pensionistas (Centromin y PetroPerú)	Externo	DPE.PP												
31	Despliegue de Relacionamiento con medios de comunicación	Externo	ORI												
32	Campaña de Bienestar Social en Huancavelica	Externo	DPE.PP												
33	Eventos y Ferias a nivel nacional	Externo	DPE.AA												
34	Comunicación sobre cierre de colegios	Externo	DPE.PP												
35	Campaña Convenios Internacionales	Externo	DPE.AA												
36	Despliegue de nuevos videos para el Circuito Cerrado de Televisión en todos los Centros de Atención a nivel nacional	Externo	DPE.OD												
37	Campaña de Bienestar Social en Jauja	Externo	DPE.PP												
38	Lanzamiento del SCTR como producto ONP	Externo	DPR.GA												
39	Campaña para Trabajadores del Hogar dirigido a Provincias	Externo	ORI												
40	Continuación de campaña sobre el Portal Web ONP	Externo	ORI												
41	Campaña Bono Minero	Externo	DPR-DPE												
42	Nuevo local - Centro de Atención Áncash	Externo	DPE												
43	Comunicación sobre Venta de Inmuebles	Externo	DIN												
44	Campaña Alerta Fiestas Patrias	Externo	DPE.PP												
45	Campaña sobre el Tribunal Administrativo Previsional - TAP	Externo	ONP												
46	Campaña RMV	Externo	ORI												
47	Lanzamiento de nuevo site - Cultura Previsional	Externo	ORI												
48	Operativo de Supervivencia	Externo	DPE.PP												
49	Comunicación sobre Arrendamiento	Externo	DIN												
50	Campaña Alerta Navidad	Externo	DPE.PP												
51	ONP en Diversidad (Acción soporte de Cultura Previsional)	Externo	ORI												
52	Talleres en la Casa del Pensionista	Externo	ORI												
53	Programa Pensionista Centenario	Externo	ORI												

