



Resolución de Secretaría General

Nº 36 -2019-ACFFAA/SG

Lima, 14 NOV. 2019

VISTOS:

El Proveído Nº 002372-2019-SG-ACFFAA de la Secretaría General, el Informe Nº 000100-2019-OPP-ACFFAA y el Proveído Nº 000694-2019-OPP-ACFFAA de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y el Informe Legal Nº 000270-2019-OAJ-ACFFAA de la Oficina de Asesoría Jurídica de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas.

CONSIDERANDO:

Que, el numeral 1.2.1 del inciso 1.2 del artículo 1 del Texto Único Ordenado de la Ley Nº 27444 - Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo Nº 004-2019-JUS, establece que no son actos administrativos, *"Los actos de administración interna de las entidades destinados a organizar o hacer funcionar sus propias actividades o servicios. Estos actos son regulados por cada entidad, con sujeción a las disposiciones del Título Preliminar de esta Ley, y de aquellas normas que expresamente así lo establezcan"*;

Que, el inciso 7.1 del artículo 7 del mismo cuerpo legal, señala que *"Los actos de administración interna se orientan a la eficacia y eficiencia de los servicios y a los fines permanentes de las entidades. Son emitidos por el órgano competente, su objeto debe ser física y jurídicamente posible (...)"*;

Que, asimismo, el inciso 72.2 del artículo 72 del citado Texto Único Ordenado, refiere que *"Toda entidad es competente para realizar las tareas materiales internas necesarias para el eficiente cumplimiento de su misión y objetivos (...)"*;



Que, el artículo 8 del Reglamento de Organización y Funciones de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2014-DE, refiere que *“La Secretaría General es el órgano de la Alta Dirección que ejerce la autoridad administrativa delegada por el Jefe de la Agencia. Está a cargo del Secretario General, quien es la más alta autoridad administrativa de la entidad. (...) Tiene a su cargo la gestión administrativa, informática y actividades de asuntos legales que se brindan a los diferentes órganos de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”*;

Que, los literales c) y d) del artículo 9 de la norma citada, establecen como algunas de las funciones de la Secretaría General: *“Expedir resoluciones de Secretaría General, en materia de su competencia o en aquellas que le sea delegada”* y *“Coordinar las acciones vinculadas a la imagen institucional”*, respectivamente;

Que, el literal g) del artículo 18 del referido cuerpo normativo, señala como una de las funciones de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto: *“Evaluar las propuestas de documentos, normas, procedimientos y directivas que propongan los órganos de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas y/o de los órganos bajo su competencia”*;

Que, mediante Resolución de Secretaría General N° 012-2014-ACFFAA/SG, se aprobó la Directiva *“Lineamientos para Comunicación e Imagen Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”*;

Que, mediante Resolución de Secretaría General N° 035-2018-ACFFAA/SG, se aprobó la Directiva DIR-OPP-001, Versión 2, que establece los lineamientos para la formulación, aprobación, difusión, publicación y actualización de los Documentos Normativos que regulan las disposiciones técnico normativas de los órganos y sistemas de gestión de la ACFFAA;

Que, mediante Proveído N° 002372-2019-SG-ACFFAA, la Secretaría General remite el Informe N° 000016-2019-SG-IMG-ACFFAA, con el cual la encargada de Imagen Institucional señala que debido a que el proceso de comunicaciones en la ACFFAA se ha optimizado, resulta necesaria la actualización de la Directiva *“Lineamientos para Comunicación e Imagen Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”*; por lo que remite el proyecto de actualización de la Directiva señalada previamente, con la finalidad que se realicen las gestiones necesarias para su aprobación;

Que, mediante Informe N° 000100-2019-OPP-ACFFAA y Proveído N° 000694-2019-OPP-ACFFAA, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, señala que el proyecto de Directiva *“Lineamientos para Comunicación e Imagen Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”*, está alineado a las normas y dispositivos vigentes relacionados a las funciones asignadas a la SG, por lo que recomienda continuar con el trámite de aprobación, correspondiéndole la nomenclatura DIR-SG-001, Versión 00; asimismo, solicita se deje sin efecto la Resolución de Secretaría General N° 012-2014-ACFFAA/SG;



Que, mediante Informe Legal N° 000270-2019-OAJ-ACFFAA, la Oficina de Asesoría Jurídica, en el ámbito de su competencia, teniendo en cuenta lo solicitado por la Secretaría General y lo señalado por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, emite opinión favorable respecto a que se deje sin efecto la Resolución de Secretaría General N° 012-2014-ACFFAA/SG y se apruebe el proyecto de Directiva “Lineamientos para Comunicación e Imagen Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”;

Estando a lo solicitado por la Secretaría General y con el visado de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y la Oficina de Asesoría Jurídica de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas, y;

De conformidad con lo establecido en el Decreto Supremo N° 004-2014-DE, el Decreto Supremo N° 004-2019-JUS y la Resolución de Secretaria General N° 035-2018-ACFFAA/SG.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la DIR-SG-001, Versión 00 “Lineamientos para Comunicación e Imagen Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”, la misma que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Dejar sin efecto la Resolución de Secretaría General N° 012-2014-ACFFAA/SG.

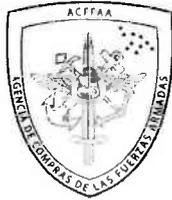
Artículo 3.- Disponer que la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y la Oficina de Informática cumplan con el proceso de difusión y publicación de los documentos normativos, conforme a lo establecido en la Directiva DIR-OPP-001, Versión 2, denominada “Lineamientos para la Gestión de Documentos Normativos en la ACFFAA”, aprobada mediante Resolución de Secretaria General N° 035-2018-ACFFAA/SG.

Artículo 4.- Disponer la publicación de la presente Resolución y su Anexo en el Portal Institucional de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas (www.acffaa.gob.pe).

Regístrese, comuníquese y publíquese.




Luis Alberto Huaracaya Revilla
Secretario General
Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas



DIRECTIVA

CÓDIGO:

DIR-SG-001

VERSIÓN:

00

Fec. Aprob:

14 NOV. 2019

PÁGINA:

1/07

RESOLUCIÓN DE SECRETARÍA GENERAL N° 36 - 2019 - ACFFAA/SG

LINEAMIENTOS PARA COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA AGENCIA DE COMPRAS DE LAS FUERZAS ARMADAS



I. OBJETIVO

Establecer los lineamientos para la comunicación y difusión de información y/o actividades de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas (ACFFAA), con la finalidad de uniformizar la comunicación y posicionar la imagen institucional de la entidad.

II. ALCANCE

La presente Directiva es de observancia y aplicación obligatoria para todos los servidores de los órganos que conforman la ACFFAA.

III. BASE LEGAL

- 3.1 **Ley N° 28874**, Ley que regula la publicidad estatal, del 15 de agosto de 2006.
- 3.2 **Decreto Legislativo N° 1128**, Decreto Legislativo que crea la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas, del 07 de diciembre de 2012 y modificada por Ley N° 30281.
- 3.3 **Decreto Supremo N° 005-2013-DE**, Reglamento del Decreto Legislativo N° 1128, del 7 de setiembre de 2013.
- 3.4 **Decreto Supremo N° 004-2014-DE**, Reglamento de Organización y Funciones – ROF de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas, del 30 de marzo de 2014.
- 3.5 **Decreto Supremo N° 004-2019-JUS**, Texto Único Ordenando de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, del 25 de enero de 2019.
- 3.6 **Resolución Ministerial N° 113-2018-PCM**, que establece como política de comunicaciones del Poder Ejecutivo, la obligación para todas sus instancias de utilizar el logo y la frase “EL PERÚ PRIMERO” en toda publicidad institucional informativa y aquella por la que se comunique a la población los servicios que se le brinda, del 27 de abril de 2018.
- 3.7 **Resolución N° 0078-2018-JNE**, que aprueba el Reglamento de Propaganda Electoral, Publicidad Estatal y Neutralidad en Periodo Electoral, del 09 de febrero de 2018.
- 3.8 **Resolución de Secretaría General N° 047-2017-ACFFAA/SG**, que aprueba el “Manual de Identidad Visual” de la Agencia de Compras de las Fuerzas Armadas”, del 27 de diciembre de 2017.



IV. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

4.1 Identidad corporativa

Son todos los elementos que representan a la entidad y la diferencian de otras instituciones, tales como colores, logotipo, tipografía, entre otros.

4.2 Imagen Institucional

Es aquella construcción mental que se tiene acerca de una institución. Esta imagen puede ser positiva o negativa.

4.3 Política comunicacional

Es el conjunto de lineamientos y normas que rigen el funcionamiento de las comunicaciones en la entidad.

4.4 Protocolo

Conjunto de normas y disposiciones vigentes que rigen la celebración de actos oficiales, y tiene en cuenta los usos y costumbres.

4.5 Relaciones públicas

Conjunto de acciones comunicacionales estratégicas que tiene por finalidad generar y fortalecer los vínculos entre la institución y su público de interés.

V. RESPONSABILIDADES

5.1 La Secretaría General es la encargada de diseñar y proponer la estrategia de la política comunicacional y de relaciones públicas de la ACFFAA, en coordinación con el Despacho Jefatural.

5.2 Es responsabilidad de la Secretaría General aprobar, junto con Despacho Jefatural:

- a) La estrategia de comunicación.
- b) Acciones a difundir en prensa escrita, televisión, radio y/o medios digitales.
- c) Las actividades de relaciones públicas y protocolo.
- d) Las actividades de publicidad y promoción.
- e) Lineamientos de Identidad Corporativa e Imagen Institucional.
- f) La política de administración de medios digitales.
- g) La difusión y en su caso el diseño de mensajes externos e internos para el portal institucional e intranet.
- h) Plan de comunicación interna.

5.3 La Secretaría General dispondrá a los órganos de Línea y órganos de Apoyo de la ACFFAA, la entrega de información de forma oportuna para el desarrollo de contenidos.

5.4 Es responsabilidad de las unidades orgánicas de la ACFFAA solicitar de forma oportuna, apoyo y aprobación de la Secretaría General en caso



necesiten elaborar materiales informativos, difundir información o realizar alguna actividad protocolar a nombre de la institución.

VI. DISPOSICIONES GENERALES

- 6.1 Las acciones comunicacionales que se realicen a nombre de la entidad, tales como la realización de eventos, difusión de avisos, saludos, comunicados y notas de prensa; así como la publicación de videos y material fotográfico, por cualquier medio incluyendo las redes sociales, sea de forma interna o externa, deberá contar con la aprobación de la Alta Dirección.
- 6.2 Las unidades orgánicas deberán solicitar el apoyo y/o aprobación de Secretaría General para la elaboración de materiales informativos, envío de correos masivos y cualquier diseño que sea publicado o difundido interna o externamente en nombre de la institución.

VII. DISPOSICIONES ESPECÍFICAS

7.1 DE LA IDENTIDAD CORPORATIVA E IMAGEN INSTITUCIONAL

- 7.1.1. El Manual de Identidad Corporativa es el documento que establece las normas y ámbitos de aplicación de los elementos de identidad visual de la ACFFAA, tales como logotipo e isotipo, tipografía, usos correctos e incorrectos del logo, colores institucionales, entre otros. La elaboración de cualquier material gráfico, sea digital o físico, deberá regirse por lo señalado en este documento.
- 7.1.2. De manera complementaria, pero de uso obligatorio, el Poder Ejecutivo establece la política de comunicación del Gobierno para todas sus instancias tales como Ministerios, Organismos Públicos, programas y proyectos. En ese sentido, toda publicidad institucional informativa deberá observar lo señalado en la normativa vigente.

7.2 DE PRENSA, RELACIONES PÚBLICAS Y PROTOCOLO

- 7.2.1 Las solicitudes periodísticas (reportajes, artículo de opinión y/o consultas), las comunicaciones internas como herramienta estratégica para la difusión de información y/o contenidos, la publicidad exterior y la promoción de servicios y programas de la ACFFAA a través de medios digitales, estarán sujetas a un proceso de revisión y aprobación previo por parte de la Secretaría General.
- 7.2.2 La coordinación y solicitudes de entrevistas en medios masivos de comunicación y la determinación de los voceros son aprobadas por la Alta Dirección.



- 7.2.3 Las declaraciones o difusión de información a la prensa deberá ser realizada únicamente por los voceros autorizados por la Alta Dirección.
- 7.2.4 Las coordinaciones de protocolo se realizarán de manera conjunta, coordinada y anticipada con el área que organice el evento, actividad o solicite la difusión de la información.

7.3 DE LOS MEDIOS DIGITALES

- 7.3.1 El manejo de contenidos y la difusión de información especializada a través de medios digitales deberán contar con la revisión y aprobación previa de Secretaría General.
- 7.3.2 La difusión de la información de la ACFFAA debe realizarse través de sus canales de comunicación oficiales. Está prohibida la creación de páginas web, aplicativos y redes sociales sin autorización previa de la Alta Dirección.

7.4 DE LOS EVENTOS INSTITUCIONALES

- 7.4.1 La Alta Dirección aprobará las propuestas de eventos institucionales.
- 7.4.2 La participación de la ACFFAA, así como la presencia de los colaboradores en actividades organizadas por otras entidades públicas o privadas, será autorizada por la Alta Dirección.
- 7.4.3 En el caso de eventos en los que el personal de la ACFFAA participará se deberá comunicar la relación de participantes a la Alta Dirección y contar con su aprobación.

7.5 DE LA PUBLICIDAD

- 7.5.1 De conformidad con la normativa vigente que regula la publicidad estatal, para la autorización de realización de esta, se deberá cumplir con los siguientes requisitos:
- Plan de estrategia publicitaria, el que debe encontrarse acorde con las funciones y atribuciones de la ACFFAA.
 - Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo.
 - Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos. Deberá sustentarse



técnicamente la razón por la que se ha elegido a determinados medios de manera preferente, para no dar lugar a situaciones que privilegien injustificadamente a empresas periodísticas determinadas.

- d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas.

VIII. DISPOSICIONES FINALES

Ninguna.

IX. DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Ninguna.

X. VIGENCIA

La presente Directiva entra en vigencia a partir del día siguiente de la publicación de la resolución que la aprueba.

XI. APROBACIÓN

Será aprobada mediante Resolución de Secretaría General.

XII. ANEXOS

Ninguno.



