

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

[00.00.079.02](#)

**Rev. 1: 24 octubre 2023**

# **MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES**

[Modificado en Sesión de Directorio N°2367 de fecha 26 de Agosto de 2021](#)

ELABORADO POR:

APROBADO POR:

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

## ÍNDICE

<b>1.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
1.1	<i>Finalidad</i> .....	3
1.2	<i>Alcance</i> .....	3
1.3	<i>Actualización</i> .....	3
1.4	<i>Base Legal y/o Administrativa</i> .....	3
1.5	<i>Responsabilidad</i> .....	3
<b>2.</b>	<b>ESTRUCTURA ORGÁNICA</b> .....	<b>3</b>
	<i>Funciones a nivel de cargos específicos</i> .....	<b>4</b>
3.1.a.	<i>Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales</i> .....	4
3.1.b.	<i>Técnico de Comunicaciones y Relaciones Institucionales</i> .....	5
3.1.c.	<i>Secretaria</i> .....	5
3.2.	<i>Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas</i> .....	6
3.2.a.	<i>Jefe de Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas</i> .....	6
3.2.b.	<i>Analista de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas</i> .....	6
3.2.c.	<i>Analista de Relaciones Públicas</i> .....	7
3.2.d.	<i>Técnico de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas</i> .....	7
<b>4.</b>	<b>MISIÓN, FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS ESPECÍFICOS DE LOS ÓRGANOS DE LÍNEA</b> .....	<b>8</b>
4.1.	<i>Subgerencia Prensa Institucional</i> .....	8
4.1.a.	<i>Subgerente de Prensa Institucional</i> .....	8
4.1.b.	<i>Analista de Prensa Institucional - Periodista</i> .....	8
4.1.c.	<i>Analista de Prensa Institucional - Redes Sociales</i> .....	9
4.1.d.	<i>Técnico de Prensa Institucional</i> .....	10
4.1.e.	<i>Auxiliar de Prensa Institucional</i> .....	10
4.2.	<i>Subgerencia Publicidad y Posicionamiento de Marca</i> .....	11
4.2.a.	<i>Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca</i> .....	11
4.2.b.	<i>Analista Publicidad y Posicionamiento de Marca - Marketing</i> .....	12
4.2.c.	<i>Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Publicista</i> .....	12
4.2.d.	<i>Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Diseñador Gráfico</i> .....	12
4.2.e.	<i>Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Portal Web</i> .....	13
4.2.f.	<i>Técnico de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Publicista</i> .....	14
4.2.g.	<i>Técnico de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Diseñador Gráfico</i> .....	14
<b>5.</b>	<b>DISPOSICIONES FINALES</b> .....	<b>14</b>
5.1	<i>Para el Gerente, Subgerentes y Jefe de Sección.</i> .....	14
<b>6.</b>	<b>ORGANIGRAMA</b> .....	<b>15</b>

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Finalidad

El presente Manual de Organización y Funciones es un instrumento de gestión que describe las funciones de las unidades orgánicas, así como las funciones a nivel de cargo específico de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.

### 1.2 Alcance

Las funciones contenidas en el presente Manual deberán ser cumplidas por todos los trabajadores que integran la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.

### 1.3 Actualización

El presente Manual de Organización y Funciones será actualizado cuando se produzcan cambios o modificaciones en los procesos o procedimientos internos de la Gerencia o si se producen modificaciones en la Estructura Orgánica o en el Reglamento de Organización y Funciones del Banco de la Nación.

### 1.4 Base Legal y/o Administrativa

- 1.4.1. Acuerdo de Directorio N° 2018 del 03 de setiembre de 2014, que aprueba la Nueva Estructura Organizacional Básica, el Reglamento de Organización y Funciones y la modificación del Cuadro de Asignación de Personal – CAP del Banco de la Nación.
- 1.4.2. Acuerdo de Directorio N° 2315 del 17 de setiembre de 2020, que aprueba la Modificación de la Estructura Organizacional Básica del Banco de la Nación.
- 1.4.3. Acuerdo de Directorio N° 2321 del 29 de octubre de 2020, que aprueba el Nuevo Reglamento de Organización y Funciones del Banco de la Nación.

### 1.5 Responsabilidad

El Gerente es responsable de las funciones que se realizan en la unidad orgánica a su cargo. Asimismo, los Subgerentes y/o Jefes de Sección son responsables de las funciones que se realizan en sus unidades orgánicas respectivas.

Para asegurar el cumplimiento de las funciones establecidas en el presente Manual de Organización y Funciones, cada Jefe de unidad orgánica deberá indicar al personal a su cargo, por escrito y en forma detallada, las funciones que le corresponden de acuerdo con el cargo específico que desempeña.

## 2. ESTRUCTURA ORGÁNICA

### ORGANO DE DIRECCIÓN

- Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
  - Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas.

### ÓRGANOS DE LÍNEA

- Subgerencia Prensa Institucional.
- Subgerencia Publicidad y Posicionamiento de Marca.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

### 3. MISIÓN, FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS ESPECÍFICOS DEL ÓRGANO DE DIRECCIÓN

#### 3.1. Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.

##### Misión

Liderar y desarrollar las acciones de comunicación masiva y selectiva con los clientes y grupos de interés del Banco, mediante la administración de la comunicación en sus diferentes formas (marketing, publicidad, relaciones públicas, redes sociales, responsabilidad social corporativa, etc.), promoviendo corrientes de opinión externas favorables que fortalezcan la imagen del Banco y propicien la inclusión financiera.

##### Funciones

- a. Elaborar estudios de marketing para nuevos canales, productos y servicios, así como para productos y servicios de línea.
- b. Apoyar en la difusión y crecimiento comercial de los productos, canales y servicios, así como en los programas de inclusión financiera, en el ámbito de su competencia.
- c. Determinar las necesidades institucionales de comunicación externa, con el fin de proponer y desarrollar estrategias, planes y programas para el establecimiento y mantenimiento de canales de comunicación corporativa.
- d. Desarrollar y supervisar la publicidad del Banco y su producción, evaluando el impacto producido, de acuerdo con los lineamientos aprobados, así como los avisos de curso legal.
- e. Diseñar y desarrollar las campañas de publicidad para el mantenimiento, reforzamiento o lanzamiento de nuevos canales de atención, productos y servicios a nivel nacional.
- f. Solicitar la contratación de las centrales de medios, agencias de publicidad y medios de comunicación para la difusión de canales, productos y servicios del Banco.
- g. Organizar y concertar la participación del Banco en actividades culturales, cívicas, artísticas, proyección social e inclusión financiera, de acuerdo con los lineamientos aprobados, que incentiven el desarrollo de la comunidad, proyectando la imagen y presencia del Banco.
- h. Establecer y mantener relaciones permanentes con entidades públicas y privadas vinculadas a las actividades del Banco, así como con los medios de comunicación relacionados a la imagen institucional.
- i. Diseñar y diagramar documentos de comunicación externa como Memoria Anual, material promocional y otros documentos orientados a los productos y servicios del Banco.
- j. Administrar el contenido y diseño de las páginas Web del Banco en Intranet e Internet y mantener actualizada la información del Banco que se publica en el Portal del Estado Peruano. Del mismo modo, administrar el contenido y las respuestas que el Banco brinde a través de sus redes sociales.
- k. Gestionar información que circula en la Institución, a través de los canales de comunicación interna.
- l. Proponer y promover la aplicación de políticas de responsabilidad social del Banco de la Nación.
- m. Velar por el uso y posicionamiento de la marca "Banco de la Nación", así como la creación o modificación o eliminación de submarcas.
- n. Participar en el desarrollo e implementación de las estrategias de inclusión financiera que el banco desarrolle, en el ámbito de su competencia.

#### Funciones a nivel de cargos específicos.

##### 3.1.a. Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales

- a. Proponer los pilares de comunicación del Banco.
- b. Gestionar las campañas publicitarias del Banco de la Nación.
- c. Solicitar la contratación de las agencias de publicidad y medios de comunicación para la difusión de productos y servicios y canales de atención.
- d. Determinar las necesidades institucionales de comunicación externa, con el fin de proponer y desarrollar estrategias, planes y programas para el establecimiento y mantenimiento de canales de comunicación corporativa.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- e. Garantizar el despliegue de la información de la institución a través de los canales de comunicación interna.
- f. Garantizar que las atenciones oficiales y actividades culturales se desarrollen teniendo en cuenta el prestigio del Banco.
- g. Remitir al Ministerio de Economía y Finanzas, la información a que se refiere el numeral 22° de la Ley N° 27806, dentro de los 05 días calendarios siguientes a su publicación en el Portal de Transparencia.
- h. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas de acuerdo con el ámbito de su competencia.
- i. Mantener una relación constante con los medios de comunicación masivos de todo el país para difundir las actividades del Banco.
- j. Controlar el ingreso, permanencia y salida del personal a su cargo, así como proponer acciones al personal de acuerdo con instrucciones de los órganos competentes.
- k. Promover medidas tendentes al mejoramiento continuo de los procesos realizados en el ámbito de su competencia, además de propiciar la cultura de la calidad en el personal de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- l. Establecer los lineamientos para la elaboración del Plan de Estrategia Publicitaria (PEP)

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende directamente del: Gerente General.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Todo los Cargos Específicos de la Gerencia de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.

**3.1.b. Técnico de Comunicaciones y Relaciones Institucionales**

- a. Apoyar para recibir, registrar, clasificar y distribuir internamente la correspondencia que llega a la GRI, utilizando el Sistema de Trámite Documentario – STD; realizando el seguimiento de su atención.
- b. Archivar la documentación recibida, emitida y/o cargos de esta.
- c. Controlar del nivel de stock de útiles de oficina, para su reposición.
- d. Apoyar en la recepción de los requerimientos de bienes muebles, bienes corrientes, servicios y otros y distribuirlos a los usuarios de la GRI.
- e. Mantener actualizado el registro de la ubicación y responsable de los bienes muebles asignados a la GRI, así como solicitar su mantenimiento, reparación o baja.
- f. Apoyar en el control del cronograma de vacaciones del personal y practicantes asignados a la GRI, así como tramitar las reprogramaciones.
- g. Realizar otras funciones que le asigne el(la) gerente del área.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende directamente del: Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Ninguno.

**3.1.c. Secretaria**

- a. Registrar en el Sistema de Trámite Documentario – STD y disponer el correcto envío de la correspondencia desde la Gerencia a las diversas unidades orgánicas y entidades externas al Banco.
- b. Recibir, registrar, clasificar y distribuir internamente la correspondencia que llega a la gerencia, utilizando el Sistema de Trámite Documentario – STD; realizando el seguimiento de su atención.
- c. Actualizar la agenda del gerente y coordinar reuniones o concertar citas de acuerdo con indicaciones de la gerencia.
- d. Administrar el archivo físico de gestión y archivos electrónicos de la Gerencia, en cumplimiento de la normativa vigente.
- e. Programar y efectuar los requerimientos de bienes muebles, bienes corrientes, servicios y otros a través del sistema que corresponda, así como verificar su recepción y distribución a los usuarios.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- f. Mantener actualizado el registro de la ubicación y responsable de los bienes muebles asignados a la gerencia, así como solicitar su mantenimiento, reparación o baja.
- g. Tramitar los viáticos del personal de la gerencia que viaje en comisión de servicio.
- h. Tramitar la regularización de la asistencia y solicitud de recibo de movilidad.
- i. Controlar el cronograma de vacaciones del personal y practicantes asignados a la Gerencia, así como tramitar las reprogramaciones.
- j. Realizar otras funciones que le asigne el Gerente.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende directamente de: Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Ninguno.

### 3.2. Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas

**Misión**

Gestionar la responsabilidad social empresarial y las acciones de relaciones públicas, a través de la coordinación con las diversas áreas y entidades externas, para fortalecer la relación con sus grupos de interés y el posicionamiento del Banco de la Nación.

#### 3.2.a. Jefe de Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas

- a. Liderar en la elaboración del Plan de Actividades de la Sección para su inclusión en el Plan Operativo Anual de la gerencia
- b. Desarrollar planes de comunicación en el ámbito de su competencia en coordinación con las unidades orgánicas competentes, a fin de fortalecer el posicionamiento del banco con sus grupos de interés.
- c. Gestionar las políticas culturales y cívicas del Banco.
- d. Organizar y participar en actividades culturales, protocolares, cívicas, artísticas y de proyección social, de tal modo que incentiven el desarrollo de las comunidades y contribuyan al posicionamiento del Banco.
- e. Generar actividades que impulsen el desarrollo y la implementación de las estrategias de inclusión financiera, en el ámbito de su competencia.
- f. Proponer e impulsar la aplicación de políticas de responsabilidad social del Banco de la Nación.
- g. Proponer, gestionar y monitorear el plan de responsabilidad social del Banco.
- h. Gestionar, promover y reportar las actividades del voluntariado corporativo del Banco.
- i. Establecer y mantener relaciones permanentes con entidades públicas y privadas vinculadas a las actividades del Banco, así como con los medios de comunicación relacionados a la imagen institucional.
- j. Identificar y priorizar los grupos de interés del Banco de la Nación.
- k. Realizar la identificación de asuntos materiales y el diálogo con grupos de interés, para el diseño de estrategias de responsabilidad social.
- l. Medir el impacto de las acciones de responsabilidad social desarrolladas en el Banco, mediante la elaboración de un reporte anual de sostenibilidad, acorde a los indicadores de FONAFE y la SMV.
- m. Evaluar los requerimientos que afecten a la cuenta de donaciones y, de ser aprobados, gestionar su otorgamiento.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Todo los Cargos Específicos de la Sección Responsabilidad Social y Relaciones Públicas.

#### 3.2.b. Analista de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas

- a. Planificar, diseñar, organizar y ejecutar actividades que contribuyan en la aplicación de las políticas de responsabilidad social.
- b. Participar en la identificación y priorización de los grupos de interés del Banco de la Nación.
- c. Medir el impacto de las acciones de responsabilidad social desarrolladas en el Banco, mediante la elaboración de un reporte anual de sostenibilidad, acorde a los indicadores de FONAFE y la SMV.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- d. Proponer y contribuir en la implementación de medidas de ecoeficiencia en beneficio de la institución.
- e. Promover los mecanismos necesarios, con las unidades orgánicas competentes y/o grupos de interés, para la identificación y priorización de asuntos relevantes en materia de sostenibilidad institucional.
- f. Coordinar la realización de actividades que impulsen el desarrollo e implementación de las estrategias de inclusión financiera, en el ámbito de su competencia.
- g. Gestionar, promover y reportar las actividades del voluntariado corporativo del Banco.
- h. Realizar la identificación de asuntos materiales y el diálogo con grupos de interés, para el diseño de estrategias de responsabilidad social.
- i. Elaborar los informes sobre viabilidad de los requerimientos que afecten a la cuenta de donaciones y, de ser aprobados, gestionar su otorgamiento.
- j. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- k. Realizar otras funciones asignadas por la jefatura.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Jefe de Sección de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno

**3.2.c. Analista de Relaciones Públicas**

- a. Propiciar, mantener y afianzar las relaciones institucionales con los diferentes organismos del Estado y los integrantes del sistema financiero.
- b. Organizar y concertar la participación del banco en actividades culturales, cívicas, artísticas y de proyección social, de acuerdo con los lineamientos aprobados, que incentiven el desarrollo de la comunidad, proyectando la imagen y presencia del Banco.
- c. Organizar actos protocolares, actividades oficiales, así como la recepción de comisiones o delegaciones sobre asuntos relacionados con el Banco.
- d. Organizar atenciones oficiales, garantizando que se desarrollen de acuerdo con el prestigio con el Banco.
- e. Desarrollar y/o actualizar el manual del protocolo del Banco.
- f. Desarrollar acciones que permitan establecer y/o fortalecer vínculos con los grupos de interés, a través de campañas de comunicación, actos protocolares y/o eventos institucionales.
- g. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- h. Realizar otras funciones asignadas por la jefatura.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Jefe de Sección de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

**3.2.d. Técnico de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas**

- a. Apoyar en la organización, ejecución y medición del impacto de las acciones de responsabilidad social, culturales, cívicas, artísticas y de proyección social desarrolladas por el Banco.
- b. Contribuir en la implementación de medidas de ecoeficiencia.
- c. Apoyar en el despliegue de las actividades del voluntariado corporativo del Banco.
- d. Coordinar con entidades externas para el desarrollo de actividades de responsabilidad social.
- e. Mantener actualizada la información de los grupos de interés del Banco para el adecuado desarrollo de las actividades de responsabilidad social.
- f. Dar soporte en el desarrollo de actos protocolares, actividades oficiales, así como en la recepción de comisiones o delegaciones sobre asuntos relacionados con el Banco.
- g. Realizar otras funciones asignadas por la jefatura.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Jefe de Sección de Responsabilidad Social y Relaciones Públicas.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

#### 4. MISIÓN, FUNCIONES Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS ESPECÍFICOS DE LOS ÓRGANOS DE LÍNEA

##### 4.1. Subgerencia Prensa Institucional

###### Misión

Gestionar la relación con los medios de prensa y la prevención de crisis de comunicación, a través del monitoreo de medios, la difusión de noticias positivas y la respuesta oportuna a los requerimientos de prensa para proteger la imagen y reputación del Banco de la Nación. Asimismo, gestionar y promover la comunicación interna entre los trabajadores del Banco.

##### 4.1.a. Subgerente de Prensa Institucional.

- Liderar en la elaboración del Plan de Actividades de la subgerencia para su inclusión en el Plan Operativo Anual de la gerencia
- Evaluar y/o supervisar la elaboración de proyectos de respuesta a las comunicaciones que afecten la imagen del Banco.
- Desarrollar planes de comunicación en el ámbito de su competencia en coordinación con las unidades orgánicas competentes, que mejoren la relación del banco con los medios de comunicación, en coordinación con las unidades orgánicas competentes.
- Apoyar a las gerencias usuarias en la difusión de los productos y servicios a través de acciones de prensa.
- Supervisar la organización de las conferencias de prensa y la evaluación de sus impactos y resultados.
- Establecer y mantener relaciones institucionales permanentes con entidades públicas y privadas vinculadas a las actividades del banco, así como con los medios de comunicación relacionados a la imagen institucional.
- Implementar, en coordinación con la Subgerencia de Publicidad y Posicionamiento de Marca, la estrategia de comunicación digital para afianzar el posicionamiento institucional e incrementar la presencia del banco en las redes sociales y otros medios digitales.
- Administrar la información difundida por el Circuito Cerrado de Televisión (CCTV).
- Administrar el archivo periodístico, fotográfico y audiovisual de las actividades y noticias relacionada al Banco.
- Programar, coordinar y ejecutar actividades de prensa y de difusión sobre la gestión del Banco.
- Actuar como enlace entre los medios de comunicación y el vocero institucional, coordinando y supervisando la cobertura periodística de las actividades oficiales del Banco.
- Organizar y convocar conferencias de prensa o entrevistas de acuerdo con las disposiciones de la Alta Dirección; así como coordinar los compromisos autorizados de altos funcionarios con la prensa y representantes de medios informativos.
- Monitorear los diferentes medios de comunicación; así como analizar los escenarios políticos, sociales y económicos vinculados a las actividades institucionales.
- Formular y ejecutar las políticas, estrategias y acciones de comunicación interna que coadyuven a mejorar las relaciones de los trabajadores con las políticas y objetivos institucionales.
- Formular y gestionar el plan de comunicación interna.
- Administrar que los canales de comunicación interna garanticen el cumplimiento de los objetivos estratégicos.

###### Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende Directamente del: Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Todo los Cargos Específicos de la Subgerencia Prensa Institucional.

##### 4.1.b. Analista de Prensa Institucional - Periodista

- Monitorear e informar sobre noticias que impacten en la organización e informarlo a las unidades orgánicas competentes, proponiendo un plan de acción sobre las mismas.



<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- b. Elaborar, gestionar y difundir publicaciones (notas de prensa, boletín, comunicados, entre otros) para su difusión en medios de comunicación masiva.
- c. Elaborar los proyectos de respuesta a las comunicaciones que afecten la imagen del banco y otras comunicaciones oficiales en coordinación las unidades orgánicas del Banco.
- d. Posicionar mensajes a través de nuestras publicaciones externas y desarrollar informe de resultados trimestral.
- e. Organizar las conferencias de prensa y evaluar el impacto y resultado de estas.
- f. Mantener actualizada la base de datos de medios de comunicación a nivel nacional.
- g. Coordinar entrevistas a los funcionarios del banco en los diversos medios de comunicación, en coordinación con las unidades orgánicas del Banco.
- h. Analizar el comportamiento de medios y fomentar relacionamiento estratégico.
- i. Gestionar la capacitación de voceros.
- j. Medir el impacto de las actividades de su competencia.
- k. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- l. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Prensa Institucional.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

**4.1.c. Analista de Prensa Institucional - Redes Sociales**

- a. Elaborar y actualizar la estrategia digital del Banco.
- b. Cumplir con las normativas asociadas a la gestión de medios digitales de las entidades que regulan el Banco.
- c. Desarrollar e implementar la estrategia de comunicación digital para afianzar el posicionamiento e incrementar la presencia del banco en las redes sociales.
- d. Mantener actualizados los diferentes medios digitales, a través de la creación de contenidos en formatos de texto, video, audio e imágenes para cada plataforma digital, buscando la fidelización e interacción con sus clientes y usuarios.
- e. Complementar la estrategia de comunicación digital, afianzando el posicionamiento de campañas informativas o de servicio al público, así como incrementar la presencia del banco en las redes sociales.
- f. Elaborar reportes sobre las incidencias digitales o del servicio en red de agencias, a fin de coordinar con las áreas competentes la pronta respuesta y así salvaguardar la imagen y la buena reputación del banco.
- g. Realizar acciones para fomentar la interacción y la relación entre la marca del Banco y su comunidad en cada medio digital.
- h. Atender consultas y comentarios realizados en fan Page de redes sociales del Banco, coordinando con las diferentes áreas la (s) respuesta (s) final (es).
- i. Elaborar reportes considerando métricas, logros, resultados (cualitativos y cuantitativos), conclusiones y recomendaciones de acuerdo con las necesidades del negocio.
- j. Realizar actividades de posicionamiento (pauta orgánica o pagada) del banco en las diferentes plataformas digitales.
- k. Gestionar el desarrollo de aplicaciones/concursos en las plataformas de social media para reforzar el posicionamiento y comunicación digital del Banco.
- l. Centralizar y formalizar el tratamiento de incidencias digitales para salvaguardar la imagen y reputación del BN.
- m. Coordinar con la Gerencia de Tecnologías de Información el bloqueo de perfiles digitales no creados por el Banco.
- n. Monitorear la reputación digital del Banco.
- o. Evaluar y probar nuevas herramientas acerca del uso de nuevas plataformas digitales.
- p. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- q. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- r. Proponer las estrategias, planes y políticas de la comunicación interna.
- s. Elaborar los mensajes y materiales de comunicación dirigidos a los trabajadores, relacionados a temas de interés general y personal.
- t. Implementar y dar mantenimiento de los medios de comunicación electrónicos, en coordinación con las áreas involucradas.
- u. Evaluar, proponer e implementar nuevas tecnologías de comunicación electrónicos, acorde a las funciones del área.
- v. Controlar los estándares de identidad visual de la marca del Banco en la construcción de medios de comunicación electrónicos de difusión interna.
- w. Brindar asesoramiento de los canales de comunicación interno para su mejor uso y efectividad.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Prensa Institucional.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

**4.1.d. Técnico de Prensa Institucional**

- a. Realizar el registro fotográfico y/o audiovisual de las actividades internas y externas del Banco de la Nación.
- b. Mantener un archivo actualizado de las fotos y filmaciones realizadas que son de interés para el Banco.
- c. Gestionar la toma de fotografías y las filmaciones que se realizan en las localidades de provincias donde se efectúe algún evento, así como revisarlas, editarlas y archivarlas.
- d. Efectuar el monitoreo televisivo y radial para la grabación de cualquier noticia relacionada con el Banco.
- e. Programar el contenido del CCTV publicitario del Banco de la Nación.
- f. Coordinar con los administradores de la red de agencias las incidencias relacionadas al CCTV.
- g. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.
- h. Participar en el diseño y desarrollo de las campañas informativas y promocionales de la Subgerencia.
- i. Controlar los estándares de identidad visual de la marca del Banco en el diseño y diagramación de los materiales de comunicación, informativos y promocionales.
- j. Investigar, evaluar, proponer e implementar la optimización del diseño gráfico y diagramación de los diversos medios y materiales de comunicación.
- k. Elaborar el diseño gráfico y diagramación de soportes, canales y materiales de comunicación interna, ya sean estos impresos o digitales.
- l. Participar en el diseño y desarrollo de las campañas informativas y promocionales de la Subgerencia
- m. Controlar la calidad de los materiales gráficos durante el proceso de producción, ya sea impreso o digital.
- n. Administrar el archivo de imágenes del área.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Prensa Institucional.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

**4.1.e. Auxiliar de Prensa Institucional**

- a. Distribuir la correspondencia enviada por la Subgerencia a las unidades orgánicas del Banco, de manera adecuada y adoptando las medidas de seguridad que se requiera.
- b. Preparar las carpetas de trabajo que se le encomienden para las reuniones de trabajo.
- c. Acondicionar las salas de reuniones e instalar los equipos que se requieran.
- d. Apoyar en la recepción, registro y distribución en el Sistema de Trámite Documentario – STD de la correspondencia que llega a la Subgerencia.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TÍTULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- e. Mantener actualizada la base de datos de los documentos de comunicación interna, recibidos y enviados.
- f. Apoyar en el control del nivel de stock de útiles de oficina, para su reposición.
- g. Apoyar en la recepción de los requerimientos de bienes muebles, bienes corrientes, servicios y otros y distribuirlos a los usuarios de la Subgerencia.
- h. Apoyar en el requerimiento y seguimiento de contratos de servicios solicitados por la Subgerencia.
- i. Realizar otras funciones asignadas por la jefatura.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Prensa Institucional.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno

## 4.2. Subgerencia Publicidad y Posicionamiento de Marca

### Misión

Desarrollar e implementar la estrategia publicitaria y de la marca, a través de la segmentación y conocimiento de los clientes y usuarios, para apoyar la gestión comercial y el posicionamiento del Banco de la Nación.

### 4.2.a. Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca

- a. Liderar en la elaboración del Plan de Actividades de la Subgerencia para su inclusión en el Plan Operativo Anual de la Gerencia
- b. Desarrollar planes de comunicación en el ámbito de su competencia que contribuyan al posicionamiento del banco con sus grupos de interés, en coordinación con las unidades orgánicas competentes.
- c. Dirigir la realización estudios de marketing para nuevos canales, productos y servicios, así como para productos y servicios de línea.
- d. Apoyar a las gerencias usuarias en la difusión de los productos y servicios a través de acciones de comunicación publicitaria.
- e. Desarrollar e implementar una estrategia de comunicación digital para afianzar el posicionamiento institucional e incrementar la presencia del banco en las redes sociales y otros medios digitales, en coordinación con la subgerencia Prensa Institucional.
- f. Gestionar las campañas publicitarias del Banco de la Nación.
- g. Determinar las necesidades institucionales de comunicación externa, con el fin de proponer y desarrollar estrategias, planes y programas para el establecimiento y mantenimiento de canales de comunicación corporativa.
- h. Analizar el comportamiento del consumo de los productos, servicios y uso de canales de atención del banco, a fin de diseñar estrategias y acciones que fomenten el crecimiento de estos.
- i. Establecer la identidad corporativa del Banco, velando por su cumplimiento.
- j. Organizar y supervisar la redacción, edición, diseño y diagramación de publicaciones de comunicación externa.
- k. Administrar el contenido y diseño de las páginas Web del Banco en Intranet e Internet y mantener actualizada la información del Banco que se publica en el Portal del Estado Peruano.
- l. Difundir información de interés institucional, tales como productos, servicios, canales de atención, comunicados, notas de prensa, entre otros, a través de las plataformas que se determinen a de las unidades orgánicas del Banco.
- m. Establecer las marcas y/o denominaciones de los productos, servicios y canales del Banco.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Gerente de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos: Todo los Cargos Específicos de la Subgerencia Publicidad y Posicionamiento de Marca.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

#### 4.2.b. Analista Publicidad y Posicionamiento de Marca - Marketing

- a. Realizar estudios de percepción de la marca que tienen los clientes y usuarios de la imagen del banco y proponer las campañas de posicionamiento de esta, conforme a lo presupuestado.
- b. Realizar estudios de percepción de los productos, servicios y canales del Banco de la Nación, conforme a lo presupuestado.
- c. Desarrollar estudios de marketing para nuevos canales, productos y servicios, así como para productos y servicios de línea, identificando oportunidades y proponiendo mejoras, conforme a lo presupuestado.
- d. Coordinar con las unidades orgánicas competentes, las acciones sobre los resultados de los estudios de investigación que se realicen para mejorar la imagen institucional.
- e. Proponer y participar en campañas de posicionamiento de la marca del banco.
- f. Coordinar con las unidades orgánicas competentes la información para elaborar reportes sobre el comportamiento del consumo de los productos, servicios y canales de atención del banco a fin de diseñar estrategias y acciones que fomenten el crecimiento de estos.
- g. Solicitar a la Gerencia Legal que gestione el ingreso, la renovación, actualización o eliminación de las marcas del Banco de Nación registradas ante Indecopi.
- h. Establecer las marcas y/o denominaciones de los productos, servicios y canales del Banco.
- i. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- j. Proponer metodologías para la valoración de marcas.
- k. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

##### Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende Directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

#### 4.2.c. Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Publicista

- a. Proponer y participar en campañas publicitarias de los productos, servicios y canales del Banco y evaluar el impacto que tendrán en los públicos objetivos.
- b. Proponer acciones de comunicación publicitaria en base a los reportes sobre el comportamiento del consumo de los productos, servicios y canales de atención del Banco a fin de diseñar estrategias y acciones que fomenten el crecimiento de estos.
- c. Coordinar con las gerencias usuarias la difusión de los productos, servicios y canales, a través de acciones de publicidad.
- d. Planificar, proponer, elaborar y desarrollar las estrategias y campañas publicitarias y de fidelización para el lanzamiento y mantenimiento de los productos, servicios y canales de atención del Banco, en coordinación con las unidades orgánicas competentes.
- e. Elaboración de brief publicitarios, en coordinación con las áreas usuarias, para el diseño de la estrategia publicitaria de comunicación.
- f. Elaborar o coordinar la elaboración del Plan Publicitario de Medios.
- g. Coordinar y ejecutar con las diferentes unidades orgánicas para la atención de necesidades de material informativo y de difusión
- h. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- i. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

##### Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende Directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

#### 4.2.d. Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Diseñador Gráfico

- a. Elaborar propuestas gráficas orientadas a posicionar la imagen del Banco a través de sus productos, servicios y canales.
- b. Desarrollar y actualizar el manual de identidad corporativa del Banco.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

- c. Verificar la aplicación de pautas contenidas en el manual de identidad corporativa en las diversas piezas gráficas informativas y promocionales del Banco.
- d. Verificar la aplicación de elementos gráficos corporativos en el marco de cooperación con otras instituciones.
- e. Controlar la calidad de las piezas gráficas durante el proceso de producción, tanto en pre y post prensa como en los artes finales.
- f. Participar en el diseño y desarrollo de las campañas publicitarias, incluyendo el material publicitario.
- g. Realizar el diseño gráfico, diagramación y adaptaciones de marcas, material institucional y sus respectivas adaptaciones a diversos soportes, tanto en medios impresos como en medios digitales para difusión interna y externa.
- h. Apoyar en la diagramación y diseño de documentos orientados a los productos y servicios del Banco; así como anuncios institucionales de difusión interna y externa.
- i. Realizar el diseño y diagramación de documentos de comunicación externa como la memoria anual, material informativo o promocional y otros documentos orientados a los productos y servicios del Banco.
- j. Desarrollar y mantener actualizado el archivo publicitario y bases de datos de las publicaciones.
- k. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- l. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

**4.2.e. Analista de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Portal Web**

- a. Estructurar, diseñar publicar y actualizar información del Banco de la Nación en sus páginas web en Internet e Intranet, de acuerdo con las Normas emitidas por las entidades que regulan la operatividad del Banco (FONAFE, SBS, PCM, OSCE, INDECOPI, MEF, etc.).
- b. Supervisar que las páginas web del banco en Internet e Intranet cumplan los estándares web, y las políticas de imagen corporativa del Banco.
- c. Coordinar con la Gerencia de Tecnologías de Información la disponibilidad de servidores y mecanismos de seguridad para salvaguardar el contenido de las páginas web del banco.
- d. Prestar asistencia técnica a las unidades orgánicas generadoras de información en la elaboración y mantenimiento de sus respectivas páginas web en Intranet. (diseño estándar para todas las páginas).
- e. Participará en la elaboración de la estrategia digital del banco en coordinación con la Subgerencia Prensa Institucional.
- f. Proponer diseños de las páginas web del banco, con la finalidad de mantener una renovada y atractiva imagen corporativa del banco, considerando la experiencia del usuario, la interacción y bajo una estrategia de contenidos.
- g. Realizar acciones de posicionamiento de los portales del banco en buscadores.
- h. Cumplir con las normativas asociadas a la gestión de medios digitales de las entidades que regulan el banco.
- i. Coordinar con la Gerencia de Tecnologías de Información el bloqueo de perfiles digitales no creados por el banco, en lo que a su administración compete.
- j. Intervenir en la elaboración de normas y disposiciones administrativas relativas al ámbito de su competencia.
- k. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

**Línea de Autoridad y Responsabilidad:**

- Depende Directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

#### 4.2.f. Técnico de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Publicista

- a. Coordinar con las unidades orgánicas las necesidades de publicación de avisos en los medios, recibiendo sus propuestas de avisos para publicación.
- b. Elaborar la pauta de publicidad para los avisos del Banco.
- c. Controlar la partida presupuestal asignada a la subgerencia.
- d. Verificar que los avisos pactados sean publicados en los medios de acuerdo con la pauta de publicidad.
- e. Seleccionar artículos promocionales a utilizar en campañas y elaborar y actualizar el catálogo de artículos de difusión (merchandising).
- f. Coordinar la elaboración y distribución de material publicitario y merchandising a nivel nacional.
- g. Verificar el stock en Almacén de material impreso y merchandising y atender los pedidos de las Gerencias Usuarias.
- h. Programar el contenido del CCTV publicitario del Banco de la Nación.
- i. Coordinar con los administradores de la red de agencias las incidencias relacionadas al CCTV.
- j. Realizar otras funciones asignadas por el subgerente.

##### Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende Directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca.
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

#### 4.2.g. Técnico de Publicidad y Posicionamiento de Marca - Diseñador Gráfico

- a. Elaborar propuestas gráficas orientadas a posicionar la imagen del Banco a través de sus productos, servicios y canales.
- b. Verificar la aplicación de pautas contenidas en el Manual de Identidad Corporativa en las diversas piezas gráficas informativas y promocionales del Banco.
- c. Asistir en el control de la calidad de las piezas gráficas durante el proceso de producción, tanto en pre y post prensa como en los artes finales.
- d. Participar en el diseño y desarrollo de las campañas publicitarias, incluyendo el material publicitario.
- e. Apoyar en la diagramación y diseño de documentos orientados a los productos y servicios del banco; así como anuncios institucionales de difusión interna y externa.
- f. Apoyar en el diseño y diagramación de textos para el boletín institucional, la memoria anual, material informativo promocional y otros documentos orientados a los productos y servicios del Banco.
- g. Realizar otras funciones asignadas por el Subgerente.

##### Línea de Autoridad y Responsabilidad:

- Depende directamente del: Subgerente de Publicidad y Posicionamiento de Marca
- Tiene mando directo sobre los siguientes cargos específicos: Ninguno.

## 5. DISPOSICIONES FINALES

### 5.1 Para el Gerente, Subgerentes y Jefe de Sección.

- a. Participar en la elaboración del Plan Estratégico (PEI) y del Plan Operativo del Banco (POI), así como de las modificaciones que correspondan de dichos instrumentos en el marco de la normativa vigente, en coordinación con la Gerencia de Planeamiento y Control de Gestión.
- b. Liderar la ejecución y el cumplimiento de los objetivos, indicadores y metas asignadas bajo el marco de su competencia en el PEI y POI.
- c. Liderar la adecuada planificación de los recursos presupuestales requeridos para el cumplimiento de sus funciones y de las metas asignadas, así como supervisar la ejecución eficiente de dichos recursos.
- d. Velar por el cumplimiento de los cronogramas, hitos y compromisos de los proyectos asignados a la gerencia, a fin de garantizar la íntegra ejecución de los gastos de capital asociados y presupuestados para el ejercicio en curso.
- e. Administrar los riesgos de su competencia, a través de la identificación, tratamiento y control relacionados con el logro de los objetivos de las dependencias a su cargo, dentro de las políticas establecidas para la Gestión Integral de Riesgos, que incluye al Control Interno del que es parte integral; considerando la gestión

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN

de continuidad del negocio y seguridad de información en el Banco.

- f. Conducir la gestión de los sistemas y procesos de su competencia, en concordancia con las normas de los entes rectores; así como supervisar, evaluar y monitorear su adecuado funcionamiento.
  - g. Conducir la implementación de los planes de sensibilización, capacitación y difusión de las disposiciones y documentos referidos a los procesos de su competencia.
  - h. Liderar y disponer las acciones pertinentes, en el marco sus competencias, para la absolución y el levantamiento de las recomendaciones formuladas por los órganos de control internos y externos.
  - i. Velar por el cumplimiento del Código Ética Institucional y del Plan Sectorial de Lucha Contra la Corrupción; así como por la aplicación de políticas y procedimientos del sistema de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo y por las políticas relacionadas al Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo en su dependencia.
  - j. Hacer seguimiento al cumplimiento de los contratos de servicios solicitados por la Gerencia.
  - k. Emitir opinión técnica y absolver consultas, dentro del ámbito de su competencia.
  - l. Informar al Órgano de Control Institucional de todo evento que represente presuntos hechos irregulares en los cuales el Banco se pueda ver perjudicado económicamente.
  - m. Informar al Órgano de Auditoría Interna, todo evento que represente fallas en los procesos operativos y tecnológicos y/o que conlleve conductas indebidas del personal, así como eventos externos que puedan vulnerar la adecuada operatividad de sus áreas.
  - n. Proporcionar al Órgano de Control Institucional la información y documentación que le sea solicitada en el desempeño de sus funciones, de conformidad con las normas pertinentes al Sistema Nacional de Control.
  - o. Cumplir, en su calidad de Gestor de Riesgos, las responsabilidades y funciones descritas en el Manual de Gestión del Riesgo Operacional.
  - p. Cumplir con las normas, políticas y procedimientos de seguridad de la información y ciberseguridad y protección de datos personales definidos por el Banco; así como gestionar los activos de información, los riesgos e incidentes de seguridad de la información y ciberseguridad y apoyar el buen funcionamiento del Sistema de Gestión de Seguridad de la Información y Ciberseguridad (SGSI-C), en el marco de sus funciones
  - q. Velar por el cumplimiento de las regularizaciones de las cuentas contables de operaciones en trámite, las cuales son de naturaleza transitoria. Asimismo, efectuar el seguimiento de las Cuentas por Cobrar para evaluar la recuperabilidad y solicitar a la Subgerencia de Contabilidad, de ser el caso y luego de haber agotado todos los esfuerzos previos a esta solicitud, la constitución de provisiones de las partidas que se encuentren a cargo de sus unidades orgánicas, así como el seguimiento de las Cuentas por Pagar.
  - r. Realizar otras funciones que le asigne el Directorio, la Presidencia Ejecutiva, la Gerencia General o Gerencia, según corresponda.
- 5.2. Dejar sin efecto el Manual de Organización y Funciones, BN-MOF-4200-024-01 Revisión Genérica, de fecha 15 de febrero de 2018.

## 6. ORGANIGRAMA

<b>MOF – GERENCIA DE COMUNICACIONES Y RELACIONES INSTITUCIONALES</b>	<b>BN-MOF-7600-024-02 Rev.1</b>	<b>01 JUNIO 2021</b>
TITULO	CÓDIGO	FECHA DE PUBLICACIÓN



Original aprobado por:

**JUAN CARLOS BUSTAMANTE GONZÁLES**  
Gerente General (e)

Original visado por:

**MARJORIE EFFIO PALMA**  
Gerente (e) de Comunicaciones y Relaciones Institucionales

**OSCAR RAÚL PINEDO MEZA**  
Gerente de Planeamiento y Control de Gestión

**LUIS ELMER AVILEZ SILVA**  
Subgerente (e) de Desarrollo Organizacional