

014

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2021 DEL BANCO DE LA NACION

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA EJECUTIVA N° 02 -2021-BN/1000

San Borja,

12 FEB. 2021

VISTOS: el Informe N° 004-2021-BN/4200, de fecha 10 de febrero de 2021, emitido por la Gerencia Relaciones Institucionales; el Informe N° 008-2021-BN/2810, de fecha 11 de febrero de 2021, emitido por la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo; el Informe N° 002-2021-BN/3411, de fecha 11 de febrero de 2021, emitido por la Gerencia de Finanzas y Contabilidad; y el Memorando N° 053-2021-BN/2600, de fecha 10 de febrero de 2021, emitido por la Gerencia de Logística;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, se ha establecido los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local destinarán al rubro de publicidad, en prensa escrita, radio y televisión, así como para fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los mismos;

Que, de acuerdo al artículo 2 de la Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se entiende por publicidad institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, asimismo, el artículo 3 de la citada Ley, señala que, bajo responsabilidad del Titular del Pliego, para la autorización de realización de publicidad estatal, se deberá cumplir con determinados requisitos, dentro de los cuales figura el Plan de Estrategia Publicitaria, el mismo que deberá estar acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, de acuerdo a lo señalado en los artículos 31 y 32 del Estatuto del Banco de la Nación aprobado por Decreto Supremo N° 07-94-EF, de fecha 26 de enero de 1994, el Presidente Ejecutivo es la más alta autoridad del Banco, ante ello el equivalente del Titular del Pliego en nuestra Entidad sería el Presidente Ejecutivo;

Que, la Gerencia de Planeamiento y Desarrollo, mediante el Informe N° 008-2021-BN/2810, de fecha 11 de febrero de 2021, señala: "El Plan de Estrategia Publicitaria febrero-marzo 2021 articula su Objetivo Específico con un (1) Objetivo Estratégico Institucional "OE13: Brindar Servicios de Calidad";

Que, la Gerencia de Finanzas y Contabilidad a través del Informe N° 002-2021-BN/3411, de fecha 11 de febrero de 2021, indica: "Para el ejercicio 2021, el presupuesto aprobado para Servicio de Publicidad dentro de la partida Publicidad y Publicaciones cuenta con la disponibilidad presupuestaria de hasta S/ 8,160,000.00 para atender lo solicitado por la Gerencia de Relaciones Institucionales (...);

Que, la Gerencia de Logística a través del Memorando N° 053-2021-BN/2600, de fecha 10 de febrero de 2021, indica: "El Plan de Estrategia Publicitaria febrero / marzo 2021, se encuentra considerado en el Plan Anual de Contrataciones – PAC – 2021";

Que, la Gerencia de Relaciones Institucionales, a través del Informe N° 004-2021-BN/4200, de fecha 10 de febrero de 2021, establece como objetivos específicos del Plan de Estrategia



Juan Carlos Bustamante Gonzales
Gerente General (e)



Firmado digitalmente por:
ZAVALA POLO Mary Ann FAU
20100030595 hard
Motivo: Subgerencia
Asuntos Administrativos
Fecha: 11/02/2021 18:38:52-0500

Firmado digitalmente por:
SANCHEZ MORENO Francisco
Javier FAU 20100030595 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2021 18:22:38-0500

Firmado digitalmente por:
GRANADINO SALAZAR Gina
Paola FAU 20100030595 hard
Motivo: Gerencia Legal
Fecha: 11/02/2021 18:46:27-0500

Publicitaria 2021: "Brindar servicios de calidad. (...) Fomentar la autoinformación respecto al Bono 600, por parte de los ciudadanos a través de los canales oficiales (web: bono600.gob.pe y línea 101) y disuadir de acudir a las agencias del Banco de la Nación para pedir información";

Que, asimismo, la citada Gerencia precisa que dada las características del público objetivo de la campaña publicitaria propuesta en el Plan de Estrategia Publicitaria y el presupuesto aprobado con el que se cuenta, se considera que el medio idóneo para la difusión es la radio;

Que, atendiendo a los fundamentos citados en los considerandos precedentes, es necesario aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2021 del Banco de la Nación;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Estrategia Publicitaria 2021 del Banco de la Nación, conforme al Anexo que forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Encargar a la Gerencia de Relaciones Institucionales la coordinación y supervisión del cumplimiento del Plan aprobado por el artículo precedente.

Artículo 3.- Disponer la publicación de la presente Resolución y su Anexo en el Portal Institucional del Banco de la Nación y en el Diario Oficial El Peruano.

Regístrese y comuníquese;


JOSÉ CARLOS CHÁVEZ CUENTAS
Presidente Ejecutivo



Firmado digitalmente por:
ZAVALA POLO Mary Ann FAU
20100030595 hard
Motivo: Subgerencia
Asuntos Administrativos
Fecha: 11/02/2021 10:38:52-0500

Firmado digitalmente por:
SANCHEZ MORENO Francisco
Javier FAU 20100030595 hard
Motivo: Soy el autor del
documento
Fecha: 11/02/2021 18:22:30-0500

Firmado digitalmente por:
GRANADINO SALAZAR Gina
Paola FAU 20100030595 hard
Motivo: Gerencia Legal
Fecha: 11/02/2021 16:45:27-0500

INFORME N° 004-2021-BN/4200

ASUNTO : INFORME TÉCNICO SOBRE EL PLAN DE ESTRATEGIA
PUBLICITARIA (FEB-MAR 2021)

FECHA : San Borja, 10 de febrero de 2021

ANTECEDENTES:

- El Banco de la Nación tiene como estrategia el trasvase de sus operaciones a canales alternos, esto se evidencia en los objetivos de su Plan Estratégico Institucional 2017-2021, aprobado mediante Acuerdo de Directorio N°002-2018/001-FONAFE, de fecha 24 de enero de 2018, sobre todo en el objetivo:
 - o OEI3: Brindar Servicios de Calidad.
- El Perú se encuentra en Emergencia Sanitaria, como estrategia de contención frente al brote mundial del virus Covid – 19. Asimismo, el Ejecutivo ha dictado diversas medidas para la prevención de contagio, a fin de evitar la propagación de este virus.
- Dentro de las medidas de prevención se recomienda a la población el aislamiento social (no salir de casa a menos que sea extremadamente necesario). De igual forma, se ha identificado como focos de contagio, debido a la afluencia de público, a los mercados, bancos, entre otros.
- Desde el inicio del Estado de Emergencia, se consideró como servicio esencial a los brindados por “entidades financieras, seguros y pensiones o servicios complementarios y conexos a ellos”. Por tal motivo, las agencias del Banco de la Nación han atendido, ininterrumpidamente, en todo este periodo.
- El Estado otorgará el Bono 600 a las localidades consideradas riesgo extremo. Este bono se pagará a través del Banco de la Nación y otras entidades financieras.
- La Gerencia de Relaciones Institucionales, cumplió con los requisitos necesarios para poder implementar una campaña publicitaria en el presente ejercicio:
 - o Formulación del Plan Anual de Contrataciones 2021
 - o Presupuesto Aprobado 2021
 - o Aprobación del Plan Anual de Contrataciones 2021

ANÁLISIS:

- Por lo expuesto, la realización de una campaña publicitaria enfocada en fomentar la autogestión de información, así como de disuadir a los ciudadanos a acudir innecesariamente a las agencias del BN, ayudaría al logro de los objetivos del Plan Estratégico y también a prevenir el contagio de Covid – 19 en los trabajadores, clientes y usuarios del Banco de la Nación.
- Para implementar una campaña publicitaria, el Banco de la Nación se ampara en la siguiente base legal:
 - o Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.

De acuerdo con el artículo 49 de la ley N°28278, Ley de Radio y Televisión, el Estado, en la contratación de servicios de publicidad, se sujeta a la Ley de



Adquisiciones del Estado, las normas del sector público y actúa con criterio de equidad, transparencia y descentralización. Así mismo en su Artículo 50, en cuanto a la difusión de publicidad, El Gobierno Nacional, los Gobiernos Regionales y Locales y demás dependencias del Estado, deberán publicar en el portal del Estado Peruano y en su página web institucional, los contratos con los medios de comunicación, las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios.

- Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se deberá cumplir con el Plan o estrategia acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

- La normativa vigente estipula que para la realización de campañas de publicidad se debe contar con el Plan de Estrategia Publicitaria, aprobado por el titular de la entidad.
- El Plan de Estrategia Publicitaria debe tener como objetivo general informar a los clientes sobre los canales oficiales para información del Bono 600 y disuadir que acudan a las agencias del Banco de la Nación, considerando el objetivo estratégico establecido en el Plan Estratégico Institucional 2017-2021: OEI3: Brindar Servicios de Calidad.
- Asimismo, se debe considerar como objetivos específicos:
 - Brindar Servicios de Calidad.

Fomentar la autoinformación respecto al Bono 600, por parte de los ciudadanos a través de los canales oficiales (web: bono600.gob.pe y línea 101) y disuadir de acudir a las agencias del BN para pedir información.

- Considerando las características del público objetivo de la campaña publicitaria propuesta y el presupuesto aprobado con el que se cuenta, se considera que el medio idóneo para la difusión es la radio.

CONCLUSIONES:

- En vista de la próxima distribución del Bono 600 es recomendable que el BN realice una campaña con los siguientes objetivos:
 - Fomentar la autoinformación respecto al Bono 600, por parte de los ciudadanos a través de los canales oficiales (web: bono600.gob.pe y línea 101).
 - Disuadir de acudir a las agencias del BN para pedir información.
- Debido a las características del público objetivo de la campaña publicitaria propuesta y el presupuesto aprobado con el que se cuenta, se considera que el medio idóneo para la difusión es la radio.



- Por lo expuesto se concluye, solicitar al Titular del Pliego aprobar la modificación del Plan de Estrategia Publicitaria (Anexo N° 1), para su implementación.



ANEXO N° 1
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA 2021
DEL BANCO DE LA NACIÓN

I. JUSTIFICACIÓN:

El Banco de la Nación es una empresa estatal con potestades públicas, integrante del Sector Economía y Finanzas de la República del Perú, creada mediante Ley N° 16000 de fecha 28 de enero de 1966.

El Banco de la Nación tiene como objeto social el de administrar por delegación las subcuentas del Tesoro Público y proporcionar al Gobierno Central los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos; actuar como agente financiero del Estado cuando el Ministerio de Economía y Finanzas - MEF lo requiera y autorice en el marco de las operaciones del Sistema Nacional de Tesorería; y recaudar tributos y efectuar pagos por encargo del Tesoro Público o cuando medien convenios con los órganos de la administración tributaria, entre otras funciones y facultades descritas en su Estatuto.

El Estatuto del Banco de la Nación establece sus funciones, ninguna de las cuales será ejercida en exclusividad respecto de las empresas y entidades del sistema financiero. Dentro de las principales funciones podemos indicar:

- Brindar servicios bancarios para el Sistema Nacional de Tesorería, de acuerdo con las instrucciones que dicta la Dirección Nacional del Tesoro Público.
- Brindar servicios de recaudación, por encargo del acreedor tributario, debiendo existir aprobación del Emisor y un convenio específico de recaudación.
- Actuar como agente financiero del Estado.
- Recibir depósitos de ahorros, así como en custodia, de personas naturales y/o jurídicas en los centros poblados del territorio de la República donde la banca privada no tenga oficinas, incluyendo la emisión de giros y/o Telegiros bancarios y efectuar transferencias de fondos por encargo y/o a favor de dichas personas.
- Otorgar créditos y otras facilidades financieras a los organismos del Gobierno Nacional, Gobiernos Regionales y Locales y demás Entidades del Sector Público Nacional, a excepción del otorgamiento de préstamos a las Empresas del Estado de Derecho Privado; así como emitir, adquirir, conservar y vender bonos y otros títulos, conforme a ley. Las emisiones de títulos se harán de acuerdo a un programa anual aprobado por el MEF que podrá ser revisado trimestralmente.
- Otorgar una línea de crédito única a los trabajadores y pensionistas del Sector Público que, por motivo de sus ingresos, posean cuentas de ahorro en el Emisor. Dicha línea de crédito podrá ser asignada por el beneficiario para su uso mediante préstamos y/o como línea de una tarjeta de crédito. Estas operaciones se harán de acuerdo a un programa anual aprobado por el MEF que podrá ser revisado anualmente.

Para ejercer dicho rol, el Banco tiene como guía el Plan Estratégico Institucional 2017-2021 aprobado mediante Acuerdo de Directorio N°002-2018/001-FONAFE de fecha 24 de enero de 2018.



El Plan de Estrategia Publicitaria se basa en el siguiente Objetivo Estratégico:

OEI3: Brindar Servicios de Calidad.

Asimismo, el Plan de Estrategia Publicitaria 2021, se sustenta en los siguientes documentos:

- Formulación del Plan Anual de Contrataciones 2021.
- Presupuesto Aprobado 2021.
- Aprobación del Plan Anual de Contrataciones 2021.

Cabe señalar que el Plan de Estrategia Publicitaria 2021, ha sido elaborado en el marco de la Ley N° 28874 que regula la publicidad estatal con el objetivo de: a) establecer los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del gobierno nacional, gobierno regional y gobierno local, destinarán al rubro de publicidad; en prensa escrita, radio y televisión; y, b) Fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión.

II. BASE LEGAL:

2.1 Ley N° 16000, Ley de creación del Banco de la Nación.

El Banco de la Nación es una empresa estatal con potestades públicas, integrante del Sector Economía y Finanzas de la República del Perú.

2.2 Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión.

De acuerdo con el artículo 49 de la ley N°28278, Ley de Radio y Televisión, El Estado, en la contratación de servicios de publicidad, se sujeta a la Ley de Adquisiciones del Estado, las normas del sector público y actúa con criterio de equidad, transparencia y descentralización. Así mismo en su Artículo 50, en cuanto a la difusión de publicidad, El Gobierno Nacional, los Gobiernos Regionales y Locales y demás dependencias del Estado, deberán publicar en el portal del Estado Peruano y en su página web institucional, los contratos con los medios de comunicación, las tarifas a las que están sujetos, la duración de los espacios contratados, los criterios de selección y demás elementos complementarios.

2.3 Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal.

De acuerdo con el artículo 3 de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se deberá cumplir con el Plan o estrategia acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales.

III. OBJETIVO GENERAL:

Informar sobre el pago del Bono 600, a fin de evitar aglomeraciones en las colas con el correspondiente riesgo de salud tanto para los ciudadanos como para los trabajadores del BN, considerando el objetivo estratégico establecido en el Plan Estratégico Institucional 2017-2021: OEI3: Brindar Servicios de Calidad.

Este objetivo estratégico se alinea a la Misión del Banco que es: "Brindar servicios de calidad a la ciudadanía y al Estado, ampliando nuestra cobertura de servicios y



promoviendo la inclusión financiera, a través de una gestión moderna y auto-sostenible”.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

4.1 Brindar Servicios de Calidad.

Fomentar la autoinformación respecto al Bono 600, por parte de los ciudadanos a través de los canales oficiales (web: bono600.gob.pe y línea 101) y disuadir de acudir a las agencias del BN para pedir información.

V. CAMPAÑAS A INCLUIR:

Con base a lo expuesto previamente, se propone que la campaña publicitaria del Banco de la Nación se enfoque en difundir los siguientes mensajes:

- No acudir al Banco de la Nación innecesariamente (a solicitar información o realizar consultas)
- Fomentar ingresar a la web de Bono 600
- Fomentar el uso de la línea de Bono 600

5.1 CAMPAÑA: BONO 600

Fundamento:

En el escenario de la pandemia originada por el Covid-19, se determinó que, entre otras instituciones o locaciones, los bancos son fuente de contagio, debido a la afluencia de gente. En el caso del Banco de la Nación esta situación se acentúa debido al pago de bonos. Por lo que se considera necesario promover canales que permitan a los ciudadanos obtener la información que requieran sobre el Bono 600 y eviten de esta manera acudir a las agencias de modo innecesario a solicitar informes.

Público Objetivo: clientes y usuarios del BN.

Objetivos:

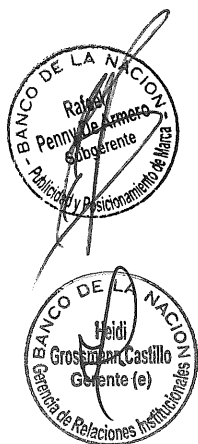
- Fomentar la autoinformación respecto al Bono 600, por parte de los ciudadanos a través de los canales oficiales (web: bono600.gob.pe y línea 101)
- Disuadir de acudir a las agencias del BN para pedir información.

Medios y plataformas de comunicación a utilizar: Spots y/o menciones de radio (nacional y/o regional y/o local). Los detalles de los medios y avisos se determinarán en el plan de medios.

Inversión publicitaria proyectada: Se ha previsto una inversión publicitaria de hasta S/ 1,000,000.00 (Un millón y 00/100 soles).

Periodo de difusión: Se proyecta la difusión de la campaña entre los meses de febrero a marzo de 2021.

* El monto final de la inversión se determinará con el Plan de Medios, pudiendo variar, pero siempre dentro del monto programado.



VI. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN:

N°	Tema	Oficina a cargo	Periodo de ejecución	Medios a utilizar
1	BONO 600	Gerencia de Relaciones Institucionales	Febrero a marzo	Radio

VII. INVERSIÓN PUBLICITARIA TOTAL PROYECTADA 2020:

N°	Campaña publicitaria	Monto en soles
1	BONO 600	1,000,000.00
TOTAL INVERSIÓN PUBLICITARIA 2020		1,000,000.00

