

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN
Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación



**“Vamos a la biblioteca”, estrategia comunicacional de la
Biblioteca Nacional del Perú para acercar el libro y la lectura a
más peruanos**

Trabajo de Suficiencia Profesional para obtener el Título Profesional de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Autor:

Juan Carlos Junior Mejía Acosta

Asesor:

Mtro. Jose Víctor Cabrera Aquino

Lima, marzo de 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Yo, José Victor Cabrera Aquino, docente de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación, Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe titulado: **“Vamos a la biblioteca, estrategia comunicacional de la Biblioteca Nacional del Perú para acercar el libro y la lectura a más peruanos”** del autor Juan Carlos Junior Mejía Acosta, tiene un índice de similitud de 3% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 10 días del mes de junio del año 2025.

A handwritten signature in black ink that reads "José Cabrera". The signature is written in a cursive style and is enclosed within a large, hand-drawn oval shape.

Nombres y apellidos del asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

En Lima, Ñaña, Villa Unión, a los 03 días del mes de abril del año 2025 siendo las 10:00 horas, se reunieron en el Salón de Grados y Títulos de la Universidad Peruana Unión, bajo la dirección del presidente del jurado: **Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera**; el secretario: **Mg. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano**; la vocal: **Dra. Nidia Areli Montalvo Cárdenas** y el asesor: **Mg. José Víctor Cabrera Aquino**, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación del trabajo de suficiencia profesional titulado: **"Vamos a la biblioteca", estrategia comunicacional de la Biblioteca Nacional del Perú para acercar el libro y la lectura a más peruanos** del bachiller: **Juan Carlos Junior Mejía Acosta**, conducente a la obtención del Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al candidato a hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por el candidato. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:


Candidato-(a): **Bach. Juan Carlos Junior Mejía Acosta**

CALIFICACIÓN	ESCALAS			MÉRITO
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	19	A	Excelente	Excelencia


(*) Ver parte posterior


Finalmente, el presidente del jurado informa la evaluación final que recibe el candidato y se concluye con el acto académico de sustentación, procediéndose a registrar las firmas respectivas.


"SUSTENTACIÓN REALIZADA BAJO LA MODADIDAD VIRTUAL SINCRÓNICA"


 Mtro. Marco Antonio Pascual Rivera
 Presidente


 Mg. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano
 Secretario


 Mg. José Víctor Cabrera Aquino
 Asesor


 Dra. Nidia Areli Montalvo Cárdenas
 Vocal


 Juan Carlos Junior Mejía Acosta
 Candidato (a)

Agradecimiento

A mis padres, por su amor, paciencia y respaldo constante, que han sido fundamentales en mi formación.

Con todo mi amor y gratitud.

Dedicatoria

A Blanca y Juan.

Índice

Agradecimiento	4
Dedicatoria	4
Resumen	6
Abstract	7
I. Introducción.....	8
II. Datos generales de la empresa o institución	11
2.1 Razón social, RUC, dirección, contacto.....	11
2.2 Actividad principal de la empresa o institución	11
2.3 Reseña histórica.....	11
2.4 Visión y Misión.....	13
2.5 Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades	13
III. Descripción del cargo y actividades del bachiller	15
3.1 Descripción del cargo.....	15
3.2 Descripción de las actividades del bachiller.....	16
IV. Principales logros del bachiller	17
4.1 Programas Ejecutados	17
4.1.1 Descripción del problema.....	17
4.1.2 Descripción de la estrategia “Vamos a la biblioteca”	18
4.1.3 Objetivos de la estrategia comunicacional	19
4.1.4 Etapas de la implementación.....	20
4.1.5 Métodos de difusión.....	24
4.1.6 Resultados obtenidos	26
4.1.7 Lecciones aprendidas.....	26
4.2 Premios.....	27
V. Conclusión	30
Referencias	31
Anexos	32
Anexo 1 - Copia de certificados que acreditan la experiencia laboral	33
Anexo 2 - Copia de la dictaminación favorable del informe	45

Resumen

Durante los primeros meses del 2024, la Oficina de Comunicaciones de la Biblioteca Nacional del Perú (BNP) ejecutó la campaña comunicacional “Vamos a la biblioteca”, con el objetivo de acercar sus servicios a la ciudadanía en general a fin de ayudar al desarrollo cultural de la nación.

Esta estrategia, que alcanzó con creces su objetivo, fue distinguida como “Buena Práctica en Gestión Pública” por la organización Ciudadanos al Día en el Concurso BPG 2024, lo que demuestra el impacto que tuvieron los productos de comunicación, a nivel nacional.

En este informe, se presentará la experiencia, así como el problema detectado, los objetivos planteados, las medidas adoptadas y los principales resultados y lecciones aprendidas.

Palabras clave: comunicación estratégica, lectura, libro, comunicación 360, reconocimiento público.

Abstract

During the first months of 2024, the Communications Office of the Biblioteca Nacional del Perú (BNP) carried out the “Vamos a la Biblioteca” communications campaign, with the goal of bringing its services closer to the public to contribute to the nation’s cultural development.

This strategy was recognized as a “Buena Práctica en Gestión Pública” by the organization Ciudadanos al Día in the 2024 BPG Contest, demonstrating the nationwide impact of its communications outputs.

This report will present the experience, as well as the identified problem, the objectives set, the measures taken, and the main results and lessons learned.

Keywords: strategic communication, reading, book, 360 communication, public recognition.

I. Introducción

La Biblioteca Nacional del Perú (BNP) brinda de manera gratuita acceso a la información, la cultura y la lectura, sin embargo, ha sido siempre percibida como una entidad lejana, de difícil acceso para historiadores e investigadores.

Esto se refleja en el Informe de la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) (Ministerio de Cultura, 2024), que reveló que la tasa de asistencia a bibliotecas fue de 6.5% en la población de 28 a 64 años durante el 2022.

En ese sentido, y considerando los efectos que la pandemia de la COVID 19 trajo consigo, la BNP tuvo una reactivación lenta en sus servicios, lo que se reflejó en el bajo número de usuarios que la visitaban. Por esta razón se creó la estrategia de comunicación ¡Vamos a la Biblioteca!

Según Capriotti, la dirección estratégica de comunicación “implica alinear las acciones comunicativas con los objetivos organizacionales para fortalecer la reputación y el posicionamiento en el mercado” (Capriotti, 2021). Esto pone en relieve a las estrategias, no solo como un documento teórico, sino como un plan de acciones concretas que sirve de “puente” para transmutar las grandes ideas o políticas que tiene la institución de cara al usuario final.

En ese sentido, esta estrategia buscó difundir y resaltar los servicios de la BNP generando un sentido de pertenencia; para ello se crearon diversos microprogramas: “Vamos a la biblioteca”, “Lee, vive y sueña”, “Boletín digital Noticias BNP”, el micro noticiero “Noticias BNP”, “La Noticia hoy, hace 200 años” y “Tesoros del Bicentenario”, así como acciones dinámicas en las redes sociales, difusión en medios de comunicación masiva y apoyo con aliados estratégicos para llegar a más usuarios.

Con esta estrategia se logró incrementar en más de 50 %, el número de personas que hicieron uso de los servicios. Esto se demuestra en las cifras de la institución que denotan que, en diciembre de 2023 las salas de la BNP San Borja y la Gran Biblioteca Pública de Lima (GBPL), alcanzaron una asistencia mensual promedio de 4769 usuarios, cifra que, a mayo del 2024, se incrementó a 7510.

Por su parte, las Estaciones de Biblioteca Pública en Lima en diciembre tenían 1739 usuarios y en mayo subieron a 2959; los servicios de Préstamos de Libros y Aló BNP pasaron de 324 solicitudes en diciembre a 1014, a mayo del 2024 y las plataformas digitales, de 10931 usuarios en diciembre, subieron a 19810 a mayo de 2024.

La campaña comunicacional, además, se realizó de manera orgánica y no representó ningún tipo de gasto para la institución. Por el contrario, se obtuvo un ahorro de más de S/ 283 mil en publicidad, gracias al rebote de notas de prensa; y se consiguió un incremento de seguidores en las redes sociales de la institución, alcanzando a más de 630 mil usuarios.

El objetivo principal de este informe, entonces, es el de documentar el diseño y la ejecución de la campaña comunicacional “Vamos a la Biblioteca”, enfocada en fortalecer la presencia de la BNP a nivel nacional, acercando sus servicios a más usuarios.

La importancia de este objetivo radica en la necesidad de anexar los conocimientos prácticos y teóricos adquiridos durante la experiencia profesional en dicha institución, a través de la presentación de un caso real y documentado, que denota la capacidad del profesional para diseñar soluciones efectivas en distintos contextos laborales.

Por tanto, este informe presenta la experiencia laboral del profesional al implementar esta campaña de enero a mayo 2024, tiempo en el que se ejecutó “Vamos a la biblioteca”,

proporcionando un análisis detallado que pueda servir de referencia como caso de éxito, de la correcta planificación, estructuración y ejecución de estrategias similares.

II. Datos generales de la empresa o institución:

2.1 Razón social, RUC, dirección, contacto

Institución: Biblioteca Nacional del Perú – 20131379863

Dirección: Av. De la Poesía 160 – San Borja – Lima – Lima

Contacto: (01) 536 9000

2.2 Actividad principal de la empresa o institución

La Biblioteca Nacional del Perú (BNP), es la primera institución cultural del país y se dedica a la administración del patrimonio cultural documental bibliográfico, así como del capital universal que posee, con el objetivo de coadyuvar al desarrollo cultural, científico y tecnológico, contribuyendo al desarrollo económico y social, a través de la formación de ciudadanos informados.

2.3 Reseña histórica

Tras proclamar la Independencia del Perú el 28 de julio de 1821, don José de San Martín expidió el Decreto de creación de la Biblioteca Nacional del Perú un mes después, exactamente el 28 de agosto de 1821, definiéndola, en su momento, como “una de las obras emprendidas que prometen más ventajas a la causa americana”.

Un año después, el 17 de septiembre de 1822, la BNP abrió sus puertas al público en general del local ubicado en la avenida Abancay, siendo su primer director, don José Teodoro de Arce Bedrigal y contando con 11 256 volúmenes.

Esta sede fue testigo de las luchas emancipadoras de 1823 y 1824, sufriendo múltiples saqueos, por lo que muchos de los títulos con los que inicialmente contaba, se perdieron y no

podieron recuperarse nunca más. Años después, durante la Guerra del Pacífico de 1881, esto se volvió a repetir.

Tras el robo de ejemplares y la invasión de los salones de la Biblioteca Nacional por parte del ejército del sur, don Ricardo Palma fue convocado para reorganizar la biblioteca en 1883. Su labor consistió en reconstruir el espacio destruido, sin embargo, el presupuesto era nulo o inexistente, por lo que tuvo que recurrir a diversos amigos y contactos de España y América, a fin de recuperar las colecciones bibliográficas. Dadas las condiciones, su gestión y el gran éxito logrado, fue conocido como el “Bibliotecario mendigo”.

La historia de la biblioteca, sin embargo, estaría llena de más tragedias. El 10 de mayo de 1943, un incendio destruyó casi todas las colecciones que Palma había conseguido años atrás. Es en ese momento, que don Jorge Basadre Grohmann, es designado como director de la BNP. Un año después, a su mando, se creó la Escuela Nacional de Bibliotecarios.

La BNP ha contado con diversos directores de renombre como María Bonilla de Gaviria, quien en 1973 publicó el Catálogo de Autores de la Colección Peruana de la Biblioteca Nacional, que cuenta con respaldo bibliográfico peruano y peruanista comprendido entre 1553 y 1967.

Otro de los directores de renombre fue Franklin Pease García Irigoyen, en cuya gestión se creó el Sistema Nacional de Bibliotecas como órgano ejecutor que dependía del Ministerio de Cultura.

Para 1986, bajo la dirección de Juan Mejía Baca, se logró conseguir un espacio para la BNP en San Borja ya que la sede histórica, ubicada en el Centro de Lima, no contaba con más espacio para recibir a los ciudadanos ni para mantener los patrimonios bibliográficos que allí se albergaban. Sin embargo, el camino no iba a ser tan sencillo para lograr el objetivo.

Muchos años y gestiones fallidas después, el 27 de marzo del 2006, se inauguró la sede San Borja que cuenta con diversas salas como la de Colección Extranjera, Colección Peruana, Fondo Antiguo, Hemeroteca y la majestuosa Bóveda, que alberga los incunables que la BNP resguarda celosamente.

Actualmente, la jefa institucional es Ana Peña Cardoza, designada en septiembre del 2024, a través de la Resolución Suprema n.º 011-2024-MC, firmada por el ministro de Cultura, Fabricio Alfredo Valencia Gibaja, y la señora presidenta de la República Dina Ercilia Boluarte Zegarra. (Ministerio de Cultura, 2024).

2.4 Visión y Misión

La Biblioteca Nacional del Perú, no cuenta con una Visión Institucional pero sí con una Política Institucional, que es la siguiente: “Implementar el Sistema Nacional de Bibliotecas como una red en la cual las bibliotecas, de acuerdo a estándares de calidad, promueven el acceso y uso del material documental-bibliográfico; contribuyendo al desarrollo humano y la innovación con enfoque inclusivo e intercultural.”

Por su parte, la misión de la institución es “Garantizar el acceso a la información para la investigación, desarrollo científico y tecnológico, y disfrute del ciudadano.” (Biblioteca Nacional del Perú, 2023)

2.5 Descripción del área donde el bachiller realizó sus actividades

El profesional realizó las actividades en la Oficina de Comunicaciones (OC) de la BNP. Este es el órgano encargado de diseñar, implementar, supervisar y evaluar las estrategias de comunicación de la entidad y depende jerárquicamente de la Gerencia General.

La Oficina de Comunicaciones está liderada por un jefe (a), personal de confianza designado a través de resolución jefatural. Asimismo, cuenta con un coordinador para las gestiones internas con el equipo.

El equipo de trabajo estuvo conformado por 12 personas, divididas estratégicamente según las necesidades de la oficina. De estos, 3 estuvimos encargados de la creación de contenidos para las plataformas digitales, 2 se encargaban de las gestiones periodísticas, 2 de las actividades protocolares, 4 de los productos audiovisuales y 1 secretaria.

III. Descripción del cargo y actividades del bachiller

3.1 Descripción del cargo

El equipo digital tenía en la cabeza al profesional autor como *content manager*, quien tenía a su cargo a dos *community manager*. Según Phua, el *content manager* es el “profesional responsable de supervisar la creación, edición y manejo del contenido digital” (Phua, 2023), esto implica un alto conocimiento de las tendencias, herramientas y contenidos digitales, lo cual permite articular el esfuerzo con el equipo digital a fin trabajar de manera articulada la coherencia de los mensajes que la institución desea remarcar, en este caso y como ya se planteó inicialmente, acercar el libro y la lectura a más peruanos para que consideren a la biblioteca como un espacio de cultura viva.

Por otro lado, Muharaman señala que el contenido personalizado impulsa significativamente la interacción con el consumidor. “Al adaptar los mensajes de marketing a las preferencias y necesidades, las marcas fomentan una conexión más profunda con el público” (Hari Muharam, 2024).

En ese sentido, la función desempeñada como *content manager*, permitió llevar a cabo la campaña que será detallada más adelante. La misma que permitió incrementar potencialmente el acceso de más personas a los servicios bibliotecarios de la BNP.

Por otro lado, es importante mencionar que eos trabajadores manteníamos un ambiente laboral apacible, logrando integrar las características y virtudes de cada uno para conseguir los objetivos propuestos semanal, mensual y trimestralmente, según se requería en el Plan Operativo Institucional (POI) del año vigente. (Biblioteca Nacional del Perú, 2023)

3.2 Descripción de las actividades del bachiller

Las funciones y actividades del autor comprendían las siguientes:

1. Planificación y estrategia de contenidos en la Biblioteca Nacional del Perú
 - a. Elección de temas y formatos que resalten la historia y la literatura del Perú, para atraer a expertos y al público en general.
2. Creación y edición de contenido:
 - a. Supervisión de la creación de materiales multimedia (fotos, videos, infografías) que expliquen exposiciones y actividades, garantizando su buena calidad.
3. Análisis y seguimiento del rendimiento:
 - a. Revisión de métricas y datos para conocer el funcionamiento y desempeño de los contenidos y su interacción con el público.
4. Coordinación con otras áreas:
 - a. Establecimiento de trabajo en conjunto con los equipos de curaduría, protección, archivo, investigación y para crear estrategias conjuntas.

IV. Principales logros del bachiller

4.1 Programas Ejecutados

El profesional autor de este informe formó parte del equipo de la Oficina de Comunicaciones que puso en marcha la campaña comunicacional “Vamos a la Biblioteca”, que buscaba acercar el libro y la lectura a más peruanos.

4.1.1 Descripción del problema

En la Encuesta Nacional de Lectura (ENL) 2022, se revela que el promedio de libros impresos y digitales que lee el peruano de 18 a 64 años a nivel nacional es de 1,9 libros al año y que la tasa de asistencia a bibliotecas, fue de 6.5% al año. Asimismo, resalta en la encuesta que el 12,0% del total de la población de 18 a 64 años utilizó los servicios de bibliotecas digitales. Del mismo modo, a raíz del COVID19 se cerraron las salas de lectura de la BNP y se cancelaron servicios presenciales, aperturando los servicios recién a mediados en el 2022 lo que afectó el reenganche de la población para asistir a las salas de lectura y a las actividades culturales programadas.

Asimismo, la ausencia de estrategias y campañas de comunicación sostenidas en la BNP impedían que la población esté enterada de la oferta de actividades y servicios ofrecidos, no se contaba con programas propios que promuevan la asistencia a las bibliotecas y generen el sentido de familiaridad y pertenencia, ya que la Biblioteca Nacional del Perú es la casa de todos los peruanos y no espacio ajeno solo para investigadores. Estos factores ocasionaron la reducción de usuarios en las salas de lectura, así como la disminución del acceso a los servicios disponibles.

4.1.2 Descripción de la estrategia “Vamos a la biblioteca”

Considerando la problemática en la Biblioteca Nacional del Perú, se realizaron diversos pasos como reuniones con las diversas direcciones de línea para identificar las carencias de comunicación para dar a conocer los servicios y programas; asimismo, se realizó el mapeo de públicos de interés y se analizó las características y necesidades de comunicación de estos, que no se tomaron en cuenta anteriormente. Se analizó las cifras del alcance de nuestra comunicación en las redes sociales, notas de prensa y audiovisuales, evidenciando que no se generaba contenido de interacción y de interés para nuestros usuarios y no se tenía formatos amigables que generen cercanía con nuestros usuarios.

Con dicha base se planteó a la alta dirección la estrategia ¡Vamos a la biblioteca!, creada para fortalecer la comunicación de la BNP con sus usuarios, con la finalidad de que conozcan y por lo tanto accedan a los servicios gratuitos, a las salas de lectura y actividades culturales, así como para promover la lectura y generar familiaridad y sentido de pertenencia con la biblioteca, como su casa.

Para ello se desarrolló un plan de comunicación que fue aprobado por la jefatura institucional donde se consideró un cambio en la comunicación, usando formatos creativos, amigables y cercanos a los diversos públicos, por ello se crearon diversos microprogramas y consolidó una estrategia sostenible de contenido multicanal como: “Vamos a la biblioteca”, “Resumen BNP”, “Lee, vive y sueña”: dos productos relacionados al Bicentenario de nuestra independencia como: “La Noticia hoy, hace 200 años” y: “Tesoros del Bicentenario”.: Se crearon dos personajes para las salas de lectura infantil, los títeres Leo y Lea que acompañan y generan contenido para

comunicarnos con nuestros usuarios, se creó el micro noticiero “BNP en la noticia”, el Boletín digital “Noticias BNP”, con la finalidad de difundir las acciones de la BNP.

Se implementaron también acciones dinámicas en nuestras redes sociales, la creación de videos trend en TikTok, trivias, “Bibliozone” y reels diversos con la participación del público como escolares, jóvenes, adultos y adultos mayores que invitan a visitar y acceder a la Biblioteca Nacional del Perú.

Además, se fortaleció la difusión de nuestros servicios en los medios de comunicación masiva a través de notas de prensa y entrevistas, y se gestionó el apoyo de nuestros aliados estratégicos como las Estaciones de Bibliotecas Públicas, a nivel nacional, instituciones cercanas públicas y privadas y la red de bibliotecas públicas del Sistema Nacional de Bibliotecas para llegar a más usuarios.

Se optimizaron los recursos asignados y programados, las herramientas de comunicación fueron desarrolladas por el equipo de trabajo, generando un ahorro significativo. La difusión se realizó de manera orgánica utilizando nuestros propios canales de comunicación y con apoyo de nuestros aliados estratégicos.

4.1.3 Objetivos de la estrategia comunicacional

La estrategia comunicacional “Vamos a la biblioteca” tuvo los siguientes objetivos:

- **Objetivo general:**
 - Acercar la BNP a la comunidad promoviendo y difundiendo los servicios gratuitos de la BNP para incrementar los usuarios que hacen uso de estas mediante una campaña de comunicación sostenida en el tiempo.

- **Objetivos específicos:**
 - Implementar canales de comunicación adecuados para los diferentes públicos objetivos.
 - Crear herramientas audiovisuales y gráficas para informar sobre los servicios y las actividades de la BNP de una manera amigable y directa.
 - Promover el uso de la biblioteca y generar el interés por la lectura.

4.1.4 Etapas de la implementación

La estrategia se realizó en las siguientes etapas:

Etapas de indagación: Se mantuvo reuniones con las direcciones de línea y las Unidades Funcionales de trabajo con la finalidad de conocer sus necesidades de comunicación para llegar a los públicos objetivos. Asimismo, se desarrolló el mapeo de públicos y sus características. Se realizó el diagnóstico y evaluación de nuestros canales de comunicación: Redes sociales, página web, videos institucionales, notas de prensa, con la finalidad de potenciar su efectividad.

Etapas de planificación: Se desarrolló un plan de comunicación con los principales puntos de la estrategia para su validación. El plan contempló acciones a seguir para revertir la poca asistencia de los usuarios a las salas de la BNP y solicitar los servicios de la Biblioteca Nacional del Perú que son gratuitos.

Etapas de desarrollo e implementación: Se planteó un plan de comunicación que fue aprobado por la jefatura institucional donde se consideró un cambio en la comunicación, usando formatos creativos, amigables y cercanos a los diversos públicos.

Asimismo, se crearon nuevas herramientas de comunicación que ayudaron a la ejecución del proyecto.

- Se elaboró el manual de contenido audiovisual para tener un mejor orden. Se desarrolló cada programa con el equipo de trabajo, proyectando el público objetivo.
- Se actualizó el Manual de Identidad gráfica de la BNP con un estilo más cercano, amigable con un efecto de modernidad y movimiento, invitando gráficamente a la Biblioteca Nacional del Perú que es la casa de todos.

Complementariamente, se crearon diversas microprogramas para redes sociales como:

- “Vamos a la biblioteca”: para anunciar las actividades culturales de la semana y servicios permanentes, con un formato dinámico y atractivo. El programa difunde la Agenda Cultural semana a semana, invitando a los usuarios para que asistan a las actividades diversas y gratuitas.
- “Resumen BNP”: microprograma que resalta las actividades realizadas en la semana de una manera dinámica, con la finalidad de que el público usuario esté al tanto de las acciones de la BNP.
- El micro noticiero “BNP en la noticia”: que difunde las principales acciones de la institución y servicios como la desconcentración del Depósito Legal y la creación de nuevas bibliotecas para el Perú.
- “Bibliozone”: que narra de manera amena y ágil la actividad de la BNP y cuenta con entrevistas a participantes de diversos eventos como

clausura de talleres, visitas guiadas, intervenciones culturales, festivales de lectura, etc.

- “Lee, vive y sueña”: donde se relatan cuentos u obras infantiles a cargo de mediadoras, influencers y también el público usuario para promover la lectura en casa en familia.

Además, se crearon dos productos relacionados al Bicentenario de nuestra independencia como:

- “La Noticia hoy, hace 200 años”: Donde se narran los principales acontecimientos históricos de 1824 a través de lo reportado por diferentes periódicos de la época, de una manera ágil y novedosa con la finalidad de promover el interés por la lectura y la investigación de niños, jóvenes y adultos.
- “Tesoros del Bicentenario”: que difunde las valiosas obras que resguarda la BNP en su Bóveda en más de 200 años de creación. Material poco difundido pero muy atractivo para investigadores, docentes, estudiantes y público en general con la finalidad que conozcan la memoria del Perú que se encuentra resguardada en la BNP.
- Creación de personajes: Se crearon dos personajes para las salas de lectura infantil, los títeres Leo y Lea que acompañan y generan contenido para comunicarnos con los usuarios, con una buena acogida ante el público de las redes sociales. Asimismo, son el símbolo que acompaña a las implementaciones de bibliotecas a nivel nacional con frases como “Leer es soñar con los ojos abiertos” o “Leer es vivir

aventuras”. Además, acompañan las diversas campañas que realiza la BNP como parte de su estrategia “Lectura que cura”, en lugares poco convencionales como cárceles, hospitales, centros de acogida.

- Redes sociales: Se implementaron también acciones dinámicas en redes sociales, la creación de vídeos trend en TikTok, trivias y reels diversos con la participación del público como escolares, jóvenes, adultos y adultos mayores que llaman a visitar y acceder a la Biblioteca Nacional del Perú.
- Creación de videos institucionales: Se realizaron 10 videos de los principales servicios y programas para informar a la comunidad.

Etapas de difusión: La estrategia se difunde a través de videos, fotos, flyers, mailing, boletines y notas de prensa, se utilizaron también las redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, YouTube y WhatsApp y de manera directa en las actividades de la Biblioteca como: Activaciones, conferencias, actividades en las Estaciones de Bibliotecas Públicas, entre otros espacios donde se encuentra el público de interés. Del mismo modo, se solicitó a los aliados estratégicos la difusión de estos productos que benefician a la comunidad.

Etapas de Evaluación: Para la evaluación de la estrategia realizamos una encuesta de opinión a través de Google, que nos brindó datos alentadores como: Lee, vive y sueña: 73.1% bueno y muy bueno, Tesoros del Bicentenario: 72.4% bueno y muy bueno, La Noticia Hoy, Hace 200 Años: 68.3% bueno y muy bueno, ¡Vamos a la biblioteca!: 78.1 % bueno y muy bueno, Servicios de la BNP con Leo y Lea: 72.4% bueno y muy bueno. Lo que nos permite continuar con la práctica y fortalecerla en el corto y mediano plazo.

La estrategia implementada significa un aporte importante para optimizar la comunicación efectiva con los públicos objetivos. Para la Biblioteca Nacional del Perú, a través de la Oficina de Comunicaciones, resultó prioritario que los usuarios se enteren de los servicios que brinda gratuitamente a la comunidad, como las salas de lectura, las plataformas digitales, la variedad de actividades culturales y las acciones de promoción de lectura y acercamiento al libro de una manera amigable y dinámica.

Para institucionalizar esta estrategia, la Oficina de Comunicaciones, replanteó el plan de comunicación 2023 con la aceptación de la jefatura institucional, de acuerdo con las necesidades de la institución. Asimismo, se creó el proceso de implementación de cada acción para asegurar la sostenibilidad de la estrategia, optimizando los tiempos de creación, asignando nuevas funciones dentro del equipo y se realizó el ejercicio de retroalimentación con todos los miembros del equipo para conocer las dificultades y oportunidades para seguir potenciando “Vamos a la Biblioteca”.

4.1.5 Métodos de difusión

La estrategia de comunicación y sus productos fueron difundidos a través de diversos canales, entre los que destacaron los siguientes:

Difusión en redes sociales: Se realizó la difusión a través de nuestras redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn y Tiktok, alcanzando resultados importantes según se detalla a continuación:

- Lee, vive y sueña: Se realizaron 51 videos, alcanzando un total de 113 943 personas y un total de 3717 me gusta.
- La noticia hoy hace 200 años: Se realizaron 36 publicaciones, alcanzando un total de 129 064 personas y un total de 5183 me gusta.

- Tesoros del Bicentenario: Se realizaron 12 publicaciones, alcanzando un total de 52 464 personas y un total de 3635 me gusta.
- Vamos a la biblioteca: Se realizaron 33 videos, alcanzando un total de 89 634 personas y un total de 4011 me gusta.

El reporte detallado puede ser encontrado en el siguiente

enlace: <https://drive.google.com/drive/folders/1gb84->

[CUbv3XUDaEByymXmulKPjib8Tb?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1gb84-CUbv3XUDaEByymXmulKPjib8Tb?usp=sharing)

Asimismo, se pueden visualizar los videos en el siguiente enlace:

<https://drive.google.com/drive/folders/1mbgEt->

[epbG35ZtJBD8awWJtKb72vkDjP?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1mbgEt-epbG35ZtJBD8awWJtKb72vkDjP?usp=sharing)

Difusión en activaciones: Se realizó la difusión a través de los diversos eventos de la institución, según consta en los siguientes enlaces:

<https://www.flickr.com/photos/198270340@N06/albums/72177720317661570/> y

<https://www.flickr.com/photos/198270340@N06/albums/72177720317678599/>

Difusión en medios de comunicación masivos: Durante la duración de la campaña, se generaron 8 notas de prensa publicadas en la web y entrevistas relacionadas a los servicios de la BNP con más de 353 rebotes que suponen S/ 283,876.86 de ahorro en publicidad en medios.

Difusión con aliados estratégicos: La campaña fue difundida también en otras instituciones como la Casa de la Literatura, el Archivo General de la Nación, el Ministerio de Cultura, Cunamás, gobiernos locales, entre otros, gracias a las gestiones realizadas por el autor con los responsables de comunicación digital de dichas entidades.

4.1.6 Resultados obtenidos

La estrategia de comunicación Vamos a la biblioteca, alcanzó resultados significativos para la institución, según se detalla a continuación:

- En diciembre de 2023, la GBPL recibió 2475 personas. Al término de la campaña en mayo del 2024, el promedio mensual alcanzó los 4641 visitantes.
- En diciembre de 2023, la sede San Borja recibió 3469 personas. Al término de la campaña en mayo del 2024, el promedio mensual alcanzó los 5163 visitantes.
- En diciembre de 2023, la BNP recibía 100 solicitudes mensuales de préstamo de libros. Al término de la campaña en mayo del 2024, el promedio mensual alcanzó los 392 pedidos.
- En diciembre de 2023, la BNP contaba con 9319 usuarios de la BNP Digital. Al término de la campaña en mayo del 2024, se alcanzaron 16 396.
- En diciembre de 2023, las redes sociales contaban con 637 7796 seguidores. Al término de la campaña en mayo del 2024, la cifra se incrementó a 664 753.

4.1.7 Lecciones aprendidas

La estrategia de comunicación Vamos a la biblioteca, dejó en el profesional autor del presente informe, las siguientes lecciones gracias al aprendizaje en el proceso de implementación y difusión:

- Es prioritario identificar y conocer a profundidad las características y necesidades del público objetivo para la aplicación de una estrategia de comunicación que permita la implementación de canales de comunicación y mensajes adecuados para que se logre el objetivo deseado.
- La falta de recursos económicos no es un factor limitante para el desarrollo de la estrategia. Ante las dificultades presupuestarias el equipo asumió diversas funciones para la implementación de la práctica inhouse.
- La implementación de la estrategia se logró gracias al trabajo articulado y en equipo. Los equipos de trabajo de las direcciones y áreas acogieron la estrategia que benefició a toda la institución y brindó el apoyo en la ejecución, despliegue y difusión de la estrategia con la finalidad de cumplir el objetivo que fue mejorar la comunicación con los usuarios.

4.2 Premios

La estrategia de comunicación Vamos a la biblioteca, obtuvo el reconocimiento de Buena Práctica en Gestión Pública en la categoría Comunicación Efectiva, del concurso BPG 2024, organizado por la asociación Ciudadanos al Día.

Asimismo, fue reconocida dentro de la comunidad de la BNP, al haber logrado acercar el libro y la lectura a más peruanos, lo que se reflejaba en el incremento de usuarios en los diversos servicios que se ofrecían.

Figura 1

Certificado otorgado por Ciudadanos al Día que reconocer a “¡Vamos a la biblioteca” como Buena Práctica en Gestión Pública 2024

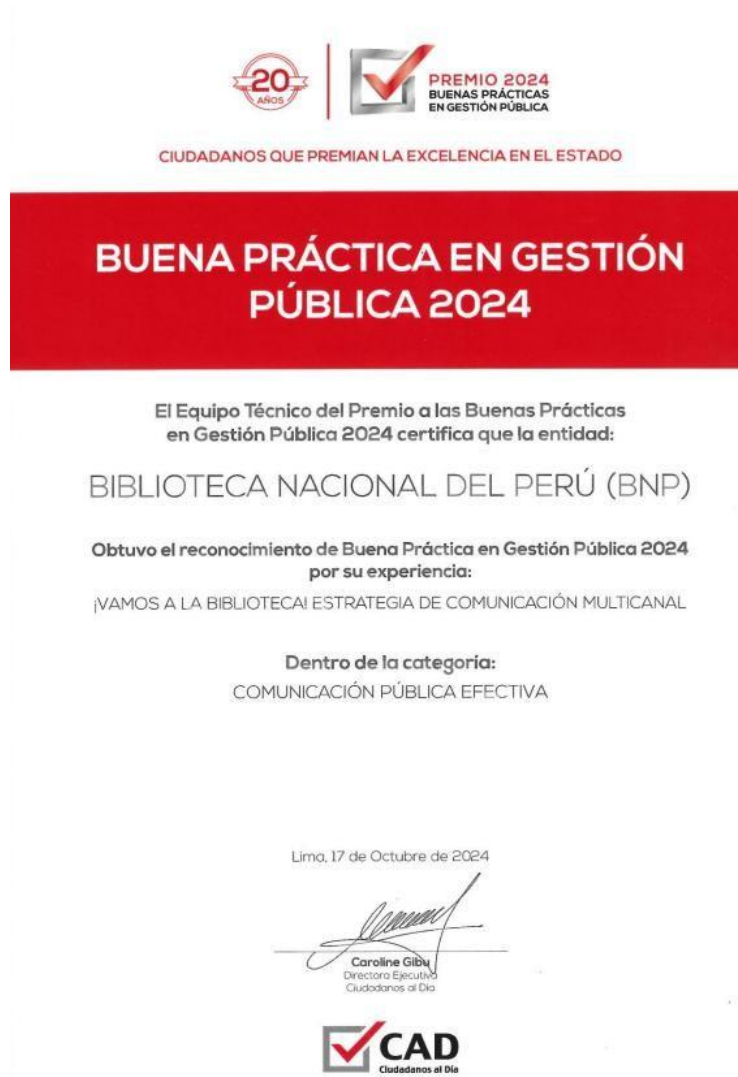


Figura 2

Constancia de participación otorgada por Ciudadanos al Día al autor



V. Conclusión

La estrategia comunicacional “Vamos a la biblioteca”, desarrollada en la BNP, representó un desafío y una oportunidad clave dentro de la trayectoria profesional del autor, consolidando las habilidades adquiridas por el comunicador a lo largo de los años. Esto permitió que, en su rol de *content manager* y cabeza de equipo, se trabajen mensajes y productos comunicacionales efectivos.

A través de la implementación de estos formatos innovadores, la optimización de recursos y el trabajo articulado inter e intrainstitucional, se logró posicionar a la BNP como un espacio accesible para todos. Esto no solo generó un impacto positivo en los niveles de asistencia, si no que también evidenció cuán importante es la planificación y la creatividad en la comunicación en el sector público, demostrando que se pueden obtener buenos resultados sin necesidad de mayor presupuesto.

El éxito de esta campaña reafirma la capacidad del autor para diseñar e implementar estrategias comunicacionales de alto impacto en el sector público. Esta experiencia le ha permitido, también, asumir nuevos retos profesionales, y promover el acceso a la información y a la cultura.

Referencias

- Biblioteca Nacional del Perú. (2023). *gob.pe/institucion/bnp*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/bnp/normas-legales/5118827-181-2023-bnp>
- Biblioteca Nacional del Perú. (2023). *gob.pe/institucion/bnp*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/bnp/institucional>
- Capriotti, P. (2021). *DircomMAP. Dirección Estratégica de Comunicación*. Barcelona: Bidireccional.
- Hari Muharam, S. W. (2024). Innovative Strategies in Digital Marketing: Enhancing Consumer Engagement and Brand Loyalty. *Global International Journal of Innovative Research*. doi:<https://doi.org/10.59613/global.v2i7.236>
- Ministerio de Cultura. (2024). *Encuesta Nacional de Lectura 2022. Informe de lectores y no lectores*. Lima.
- Ministerio de Cultura. (2024). <https://www.gob.pe/institucion/cultura/>. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/cultura/normas-legales/6253038-011-2024-mc>
- Phua, C. C. (2023). *Content Management Systems*. Apress eBooks. doi:https://doi.org/10.1007/978-1-4842-9250-1_9

Anexos

Anexo 1 - Copia de certificados que acreditan la experiencia laboral

CONSTANCIA DE PRESTACION N° 507 - 2024

Por medio de la presente, el que suscribe, **YVANOR REVOLLEDO RAUL MARTIN**, Jefe de la Oficina de Administración deja constancia **MEJIA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR**, con **RUC N° 10485394066** ha efectuado a favor de la Biblioteca Nacional del Perú la prestación según el siguiente detalle:

Procedimiento de selección:	Adjudicación Sin Proceso
Orden de Servicio:	N° 77-2024-BNP
Fecha de Emisión O.S.	18 / 01 / 2024
Objeto del contratado:	"Servicio de apoyo en protocolo y marketing digital para la Biblioteca Nacional del Perú."
Monto del contrato:	S/ 22,000.00 (Veintidós mil y 00/100 soles)
Monto ejecutado:	S/ 22,000.00 (Veintidós mil y 00/100 soles)
Plazo de ejecución:	165 días calendarios
Penalidades:	No se aplicó penalidad

Procedimiento de selección:	Adjudicación Sin Proceso
Orden de Servicio:	N° 473-2024-BNP
Fecha de Emisión O.S.	27 / 06 / 2024
Objeto del contratado:	"Servicio de apoyo en la organización y difusión de eventos institucionales a través de los canales de comunicación para la Biblioteca Nacional del Perú."
Monto del contrato:	S/ 24,000.00 (Veinticuatro mil y 00/100 soles)
Monto ejecutado:	S/ 24,000.00 (Veinticuatro mil y 00/100 soles)
Plazo de ejecución:	175 días calendarios
Penalidades:	No se aplicó penalidad

Se expide la presente constancia a solicitud del contratista, para los fines que estime pertinente.

San Borja, 29 de noviembre del 2024.



Firmado digitalmente por
YVANOR REVOLLEDO Raul Martin FIR
DNI: 80549514
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 2024/11/29 15:02:34-0500



Firmado digitalmente por
CARRANZA ALARCON Manuel Eduardo
RAU: 20131078853-001
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 2024/11/29 09:51:20-0500

CONSTANCIA DE PRESTACION N° 506 - 2024

Por medio de la presente, el que suscribe, **YVANOR REVOLLEDO RAUL MARTIN**, Jefe de la Oficina de Administración deja constancia **MEJIA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR**, con **RUC N° 10485394066** ha efectuado a favor de la Biblioteca Nacional del Perú la prestación según el siguiente detalle:

Procedimiento de selección:	Adjudicación Sin Proceso
Orden de Servicio:	N° 519-2023-BNP
Fecha de Emisión O.S.	08 / 05 / 2023
Objeto del contratado:	"Servicio de soporte en estrategias de comunicación digital y generación de contenidos."
Monto del contrato:	S/ 22,500.00 (Veintidós mil quinientos y 00/100 soles)
Monto ejecutado:	S/ 22,500.00 (Veintidós mil quinientos y 00/100 soles)
Plazo de ejecución:	150 días calendarios
Penalidades:	No se aplicó penalidad

Procedimiento de selección:	Adjudicación Sin Proceso
Orden de Servicio:	N° 982-2023-BNP
Fecha de Emisión O.S.	29 / 09 / 2023
Objeto del contratado:	"Servicio de apoyo en protocolo y marketing digital para la Biblioteca Nacional del Perú."
Monto del contrato:	S/ 13,500.00 (Trece mil quinientos y 00/100 soles)
Monto ejecutado:	S/ 13,500.00 (Trece mil quinientos y 00/100 soles)
Plazo de ejecución:	80 días calendarios
Penalidades:	No se aplicó penalidad

Se expide la presente constancia a solicitud del contratista, para los fines que estime pertinente.

San Borja, 29 de noviembre del 2024.

CONSTANCIA DE PRESTACIÓN DE SERVICIO N° 001 - 2023-MSB-GM-OAF-UL

Ref: CO-019013-2022

La Unidad de Logística de la **MUNICIPALIDAD DE SAN BORJA**, deja **CONSTANCIA** de los Servicios prestados, por **MEJIA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR**, con RUC N° 10485394066 y con domicilio en San Borja -Lima en el marco de la Adjudicación sin proceso, según detalle siguiente:

ORDEN DE SERVICIO	FECHA	OBJETO DE LA CONTRATACIÓN	NUMERO DE ENTREGABLES	PLAZO DE EJECUCIÓN
3294-2020	01/06/2020	CONTRATACION DE ENCARGADO DE REDES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	UNICO ENTREGABLE	30 días
3834-2020	09/07/2020	CONTRATACIÓN DE ENCARGADO DE REDES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	2 ENTREGABLES	60 días
4679-2020	01/09/2020	SERVICIO DE GESTOR DE INFORMACIONES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	2 ENTREGABLES	60 días
5578-2020	02/11/2020	SERVICIO DE GESTOR DE INFORMACIONES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	2 ENTREGABLES	60 días
0029-2021	14/01/2021	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	3 ENTREGABLES	90 Días
2232-2021	02/07/2021	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	3 ENTREGABLES	90 Días
3548-2021	01/10/2021	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	3 ENTREGABLES	90 Días
678-2021	21/01/2022	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	3 ENTREGABLES	80 días





MUNICIPALIDAD
DE SAN BORJA

ORDEN DE SERVICIO	FECHA	OBJETO DE LA CONTRATACIÓN	NUMERO DE ENTREGABLES	PLAZO DE EJECUCIÓN
2211-2022	01/04/2022	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	3 ENTREGABLES	90 días
3749-2022	01/07/2022	SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL	UNICO ENTREGABLE	30 días
5031-2022	08/08/2022	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	UNICO ENTREGABLE	25 días
6399-2022	06/09/2022	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	UNICO ENTREGABLE	30 días
7313-2022	04/10/2022	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	UNICO ENTREGABLE	25 días
8658-2022	08/11/2022	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	UNICO ENTREGABLE	20 días
9842-2022	02/12/2022	CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ANALISTA DE CONTENIDOS DIGITALES DE LA OFICINA DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL.	UNICO ENTREGABLE	20 días

Este servicio ha sido brindado dentro de los plazos establecidos, expidiéndose la presente **Constancia de Prestación**, indicando que el Contratista **no incurrió en penalidad**.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado(a), para los fines que estime conveniente.

Atentamente,

DOCUMENTO FIRMADO


MUNICIPALIDAD DE SAN BORJA
UNIDAD DE LOGÍSTICA
.....
Lic. Mery Gue Mrocho
Jefe de la Unidad de Logística

Av. Joaquín Madrid N° 200 – San Borja
Unidad de Logística - Fono: 612-5555 (226)



MUNICIPALIDAD
DE CHACLACAYO

RESOLUCION DE ALCALDIA N° 247-2019-A/MDCH

Chaclacayo, 05 de noviembre de 2019.

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

VISTO: El Expediente N° 8077-2019, de fecha 04 de noviembre de 2019 presentada por el Sr. Juan Carlos Junior Mejía Acosta, Subgerente de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo;

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 194° de la Constitución Política del Estado, en concordancia con el artículo II del Título Preliminar de la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972, las municipalidades provinciales y distritales tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia;

Que, según el artículo 20°, numeral 17), de la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972, es atribución del Alcalde Designar y Cesar al Gerente Municipal y a propuesta de este, a los demás Funcionarios de confianza;

Que, mediante Resolución de Alcaldía N° 116-2019-A/MDCH debidamente notificado en fecha 22 de marzo del 2019, se designó al Sr. Juan Carlos Junior Mejía Acosta en el Cargo de Subgerente de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo, bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057;

Que, con Expediente N° 8077-2019, de fecha 04 de noviembre de 2019 el citado servidor de confianza, presentó su renuncia al cargo de Subgerente de Cooperación Técnica Nacional e Internacional, por lo que es preciso adoptar las acciones administrativas correspondientes a fin de cubrir los diferentes cargos de confianza

Que, estando a lo expuesto resulta pertinente adoptar las acciones administrativas correspondientes a fin de cubrir los diferentes cargos de confianza, y en uso de las atribuciones conferidas por la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972;


SE RESUELVE:

Artículo Primero.- ACEPTAR LA RENUNCIA, a partir de la fecha al Sr. Juan Carlos Junior Mejía Acosta al Cargo de Subgerente de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo, conforme los fundamentos expuestos, a quién se le da las gracias por los servicios prestados.

Artículo Segundo.- DESIGNAR, a partir del día siguiente de notificada la presente resolución, al Sr. Cristian Saúl Chuquitucto Sánchez, en el cargo de Subgerente de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo, bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057, conforme a los fundamentos expuestos.

Artículo Tercero.- ENCARGAR el cumplimiento de la presente Resolución a la Gerencia de Administración y Finanzas, Subgerencia de Recursos Humanos y a la Subgerencia de Tecnologías de la Información, su publicación en el Portal Institucional.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

Sr. Manuel Javier Campos Sologuren
ALCALDE

www.munichaclacayo.gob.pe
Central Telefónica: (01) 358-2422



@Munichacla

Av. Nicolás Ayllón 856 - Carretera Central Km.24



RESOLUCION DE ALCALDIA N° 116-2019-A/MDCH

Chacacayo, 22 de marzo de 2019

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 194° de la Constitución Política del Estado, en concordancia con el artículo II del Título Preliminar de la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972, las municipalidades provinciales y distritales tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia;

Que, el artículo 20° Numeral 17, de la citada Ley Orgánica de Municipalidades, establece que: “es atribución del alcalde designar y cesar al gerente municipal y a propuesta de este, a los demás funcionarios de confianza”;

Que, mediante Resolución de Alcaldía N° 109-2019-A/MDCH se cesó al Señor Jose Carlo Gartner Rey en el cargo de Subgerente de Subgerencia de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chacacayo;

Que, estando a lo expuesto resulta pertinente adoptar las acciones administrativas correspondientes a fin de cubrir los diferentes cargos de confianza;

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas por la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972.

RESUELVE:

Artículo Primero.- DESIGNAR, a partir de la fecha al Sr. *Juan Carlos Junior Mejía Acosta*, las funciones de la *Subgerencia de Cooperación Técnica Nacional e Internacional de la Municipalidad Distrital de Chacacayo*, bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057, conforme los fundamentos expuestos.


Artículo Segundo.- Encargar el cumplimiento de la presente Resolución a la Gerencia de Administración y Finanzas, Subgerencia de Recursos Humanos y a la Subgerencia de Tecnologías de la Información, su publicación en el Portal Institucional.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

Sr. Manuel Javier Campos Sologuren
ALCALDE

Av. Nicolás Ayllón 856 - Carretera Central Km. 24
Central telefónica: 358 - 2422

www.munchaclacayo.gob.pe  www.facebook.com/chacacayomuni



RESOLUCION DE ALCALDIA N° 043-2019-A/MDCH

Chaclacayo, 11 de febrero de 2019.

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución de Alcaldía N° 043-2019-MDCH de fecha 11 de enero de 2019 se designó al Sr. Juan Carlos Junior Mejía Acosta en el cargo de Subgerente de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo, bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057;

Que, según el artículo 20°, numeral 17), de la Ley Orgánica de Municipalidades, Ley N° 27972, es atribución del Alcalde designar y cesar al gerente municipal y a propuesta de este, a los demás funcionarios de confianza;

Que, de conformidad con lo establecido por el artículo 20° inciso 6) concordante con el artículo 43° de la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972;

RESUELVE:

Artículo Primero.- DAR POR CONCLUIDA, a partir de la fecha, la designación del *Sr. Juan Carlos Junior Mejía Acosta* como funcionario de confianza bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057 en el cargo de Subgerente de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo.

Artículo Segundo.- DISPONER que el citado efectúe la entrega formal del cargo correspondiente.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE.



MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

Sr. Manuel Javier Campos Sologuren
ALCALDE

Av. Nicolás Ayllón 856 - Carretera Central Km. 24
Central telefónica: 358 - 2422

www.munchaclacayo.gob.pe  www.facebook.com/chaclacayomuni



RESOLUCION DE ALCALDIA N° 043-2019-A/MDCH

Chaclacayo, 11 de enero de 2019

EL ALCALDE DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHACLACAYO

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo a lo dispuesto por el artículo 194° de la Constitución Política del Estado, en concordancia con el artículo II del Título Preliminar de la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972, las municipalidades provinciales y distritales tienen autonomía política, económica y administrativa en los asuntos de su competencia;

Que, el Num. 17 del artículo 9° de la citada Ley Orgánica de Municipalidades, establece que es atribución del alcalde designar y cesar al gerente municipal y a propuesta de este, a los demás funcionarios de confianza;

Que, estando a lo expuesto y habiéndose producido la proclamación y juramentación del Titular para la gestión municipal 2019-2022, resulta pertinente proceder a la designación de los funcionarios y personal de confianza de esta Corporación Edil;

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas por la Ley Orgánica de Municipalidades – Ley N° 27972.

RESUELVE:

Artículo Primero.- DESIGNAR a partir de la fecha, al Sr. *Juan Carlos Junior Mejía Acosta*, en el cargo de *Subgerente de Comunicaciones e Imagen Institucional de la Municipalidad Distrital de Chaclacayo*, bajo el régimen laboral del Decreto Legislativo N° 1057, conforme los fundamentos expuestos.

Artículo Segundo.- Encargar el cumplimiento de la presente Resolución a la Gerencia de Administración y Finanzas y a la Subgerencia de Recursos Humanos y a la Subgerencia de Tecnologías de la Información, su publicación en el Portal Institucional.

REGISTRESE, COMUNIQUESE Y CUMPLASE.


Sr. Manuel Javier Campos Sologuren
ALCALDE

Av. Nicolás Ayllón 856 - Carretera Central Km. 24
Central telefónica: 358 - 2422

www.munichaclacayo.gob.pe  www.facebook.com/chaclacayomuni



CONSTANCIA LABORAL

El Director General de la Asociación Civil de Promoción y Formación Humana – PROFORHUM, quien suscribe hace constar que:

JUAN CARLOS JUNIOR MEJÍA ACOSTA

Ha laborado en esta organización desempeñándose como ***Jefe de Proyectos de Comunicación***, en condición de contratado desde el 23 de octubre del 2017, hasta el 21 de diciembre del 2018, demostrando puntualidad, compromiso, aptitud y eficiencia en las labores desempeñadas.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Santiago de Surco, 7 de enero del 2019.



Josué Carrión
Director General



CONSTANCIA DE SERVICIOS

Por medio de la presente, quien suscribe deja en constancia que el Sr. **JUAN CARLOS JUNIOR MEJÍA ACOSTA**, con DNI N° 48539406, ha prestado servicios como “Coordinador de Medios” en Moby Dick Comunicaciones, en el periodo comprendido del 1 de junio al 14 de octubre del 2017, bajo el contrato de locación de servicios.

El trabajador demostró compromiso, responsabilidad, eficiencia, puntualidad y capacidad de liderazgo en el tiempo laborado en la empresa.

Se expide la presente a solicitud del interesado para los fines que considere pertinentes.

Miraflores, 27 de octubre del 2017

Julio Cabrejos Arévalo
Director de Medios
Moby Dick Comunicaciones



CONSTANCIA DE TRABAJO

Por medio del presente, certificamos que el señor:

JUAN CARLOS JUNIOR MEJÍA ACOSTA

Identificado con DNI N° 48539406, ha laborado en la empresa INVERSIONES MRS E.I.R.L. a través de su plataforma editorial, Revista Cocktail, bajo el cargo de Redactor, desde el 1 de marzo del 2016 hasta el 26 de mayo del presente año.

La Victoria, 5 de junio del 2017

Gabriel Rimachi Sialer
Editor General Revista Cocktail

Anexo 2 - Copia de la dictaminación favorable del informe

RESOLUCIÓN N° 249-2025/UPeU/FACIHED-CF

Lima, Ñaña, 21 de marzo de 2025

VISTO:

El expediente del bachiller **MEJÍA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR** identificado con código universitario N° 201122817 de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Educación y Ciencias Humanas de la Universidad Peruana Unión;

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la declaratoria de expedito para la sustentación del Trabajo de Suficiencia Profesional;

Que el Comité Dictaminador ha emitido su dictamen aprobando el Informe de Trabajo de Suficiencia Profesional, titulado: **"Vamos a la biblioteca", estrategia comunicacional de la Biblioteca Nacional del Perú para acercar el libro y la lectura a más peruanos**", presentado por el bachiller **MEJÍA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR** reuniendo de esta manera las condiciones previas para la sustentación;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Humanas y Educación de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 21 de marzo de 2025, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

SE RESUELVE:

1. Declarar expedito al bachiller, **MEJÍA ACOSTA JUAN CARLOS JUNIOR** que aprobó el Informe de Trabajo de Suficiencia Profesional, titulada: **"Vamos a la biblioteca", estrategia comunicacional de la Biblioteca Nacional del Perú para acercar el libro y la lectura a más peruanos**", conducente al Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación el 03 de abril de 2025, a las 20:00 horas en la modalidad Virtual Sala Zoom.
2. Designar el Jurado de Sustentación, encargado de gestionar la sustentación respectiva, el mismo que queda constituido por los siguientes miembros:

Presidente:	Mg. Marco Antonio Pascual Rivera
Secretario:	Mg. Romeen Fortunato Aguirre Zambrano
Vocal	Dra. Nidia Areli Montalvo Cárdenas
Asesor:	Mg. José Víctor Cabrera Aquino

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dr. Jorge Platón Maquera Sosa
DECANO
ACADÉMICO



Mg. Néstor Roger Apaza
SECRETARIO