
PLAN DE TRABAJO - 2026

ÁREA DE EVENTOS Y RELACIONES INSTITUCIONALES

Enero 2, 2026

Del Castillo, Daniela^{*} / Yika, Joalhé[†] / Guzmán, Carolina[‡]

El presente documento detalla el Plan de trabajo de ... organizacion ... corresponde al periodo 2026-0 El objetivo central de esta gestión será la transformación estratégica del área en un núcleo dinámico, integrador e influyente, orientado a operar con eficacia y profesionalismo. Para ello, nos proponemos constituir un nexo central que fomente una comunidad académica cohesionada y comprometida, fortaleciendo tanto los vínculos internos como las alianzas institucionales externas.

A través de la ejecución de un programa estructurado de actividades, se buscará proyectar una imagen renovada de la organización, caracterizada por su relevancia académica, vitalidad institucional y rigor profesional. El plan se articula en torno a los siguientes ejes : la reconstrucción del capital social y la confianza e integración interna, la gestión estratégica de relaciones con miembros y socios institucionales, y la gestión proactiva de la imagen y reputación organizacional.

En consecuencia, este plan busca relegitimar el área como un pilar indispensable para la unidad interna y la proyección externa, reafirmando así su valor tangible y contribución estratégica a los objetivos generales de la organización.

Palabras clave: finanzas ; riesgo ; LyX ; GitHub

Tabla de contenidos

| | | |
|-----------|--|----------|
| 1 | Justificación del Proyecto | 3 |
| 2 | Objetivos del Proyecto | 3 |
| 2.1 | Objetivo General del proyecto | 3 |
| 2.2 | Objetivos Específicos alineados al plan de trabajo | 3 |
| 3 | Enfoque de Gestión y Orientación a Resultados | 3 |
| 4 | Partes Implicadas y Roles | 3 |
| 5 | Plan de Acciones del Proyecto | 3 |
| 6 | Lugar y Fecha Tentativa | 4 |
| 7 | Recursos del Proyecto | 4 |
| 7.1 | Recursos Humanos | 4 |
| 7.2 | Recursos Materiales | 4 |
| 8 | Indicadores de Desempeño | 4 |
| 9 | Duración del Proyecto | 5 |
| 10 | Presupuesto del Proyecto | 5 |
| 11 | Riesgos y Medidas de Mitigación | 5 |
| 12 | Conclusiones | 5 |

1 Justificación del Proyecto

La realización de una foto institucional de directores responde a la necesidad de proyectar una imagen coherente, profesional y representativa del liderazgo de Económica. Contar con material visual institucional actualizado fortalece la identidad organizacional, mejora la percepción externa y refuerza el sentido de pertenencia interna.

Asimismo, este proyecto constituye una acción estratégica de alto impacto y bajo costo, alineada con los objetivos del Área de Eventos y Relaciones Institucionales en materia de imagen, comunicación y posicionamiento institucional.

2 Objetivos del Proyecto

2.1 Objetivo General del proyecto

Fortalecer la imagen institucional y el posicionamiento organizacional de Económica mediante la realización de una sesión fotográfica profesional de sus directores.

2.2 Objetivos Específicos alineados al plan de trabajo

3 Enfoque de Gestión y Orientación a Resultados

El proyecto se ejecutará bajo un enfoque de gestión orientado a resultados, priorizando la obtención de productos verificables (fotografías institucionales editadas) y resultados organizacionales (mejora de la imagen institucional y mayor visibilidad externa).

Las acciones estarán alineadas a objetivos claros, con responsables definidos, tiempos establecidos e indicadores de seguimiento.

4 Partes Implicadas y Roles

- **Dirección de Eventos y RR.II** : Coordinación general del proyecto y supervisión.
 - **Subdirección de Eventos y RR.II** : Apoyo logístico y coordinación operativa.
 - **Coordinación de Eventos y RR.II** : Seguimiento del cronograma y comunicación con los participantes.
 - **Directores de Económica** : Participación en la sesión fotográfica.
 - **Proveedor externo** : Servicio de fotografía profesional y edición.possible
-

5 Plan de Acciones del Proyecto

| Acción | Descripción | Responsable | Tiempo |
|----------------|--|-----------------------|------------------|
| Planificación | Definición del concepto visual, fecha y locación | Dirección RR.II | Febrero |
| Coordinación | Confirmación de directores y proveedor | Subdirección RR.II | Febrero |
| Logística | Preparación del espacio y lineamientos de vestimenta | Coordinación RR.II | Febrero |
| Ejecución | Sesión fotográfica institucional | Dirección / Proveedor | 28 feb. o 7 mar. |
| Postproducción | Edición y entrega del material fotográfico | Proveedor | 1 semana |
| Difusión | Uso y publicación del material institucional | RR.II | Marzo |

TABLE 1 – Plan de acciones del proyecto

6 Lugar y Fecha Tentativa

- **Lugar :** Campus PUCP o locación institucional previamente acordada.
- **Fecha tentativa :**
 - Opción 1 : 28 de febrero
 - Opción 2 : 7 de marzo

—

7 Recursos del Proyecto

7.1 Recursos Humanos

- Equipo del Área de Eventos y Relaciones Institucionales
- Directores de Económica
- Fotógrafo profesional

7.2 Recursos Materiales

- Equipos fotográficos profesionales
- Espacio físico para la sesión
- Coffee break básico

—

8 Indicadores de Desempeño

- Número de directores participantes en la sesión.
- Número de fotografías finales entregadas.
- Uso del material en canales institucionales.
- Alcance e interacción en redes sociales posteriores a la publicación.

—

9 Duración del Proyecto

La duración total del proyecto será de aproximadamente tres semanas, considerando las etapas de planificación, ejecución, postproducción y difusión del material.

—

10 Presupuesto del Proyecto

| Concepto | Monto estimado |
|------------------------------------|----------------|
| Servicio de fotografía profesional | S/. |
| Coffee break | S/. no |
| Total estimado | S/. |

TABLE 2 – Presupuesto estimado del proyecto

—

11 Riesgos y Medidas de Mitigación

- **Inasistencia de directores :** Confirmación anticipada y definición de fecha alternativa.
 - **Problemas técnicos :** Coordinación previa y prueba del equipo fotográfico.
-

12 Conclusiones

El proyecto de Foto Institucional de Directores constituye una acción estratégica de alto impacto institucional, alineada con los objetivos de imagen, comunicación y posicionamiento de Económica, contribuyendo a consolidar una identidad organizacional sólida y profesional.