

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN
12841227829623



senace

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
PARA LAS INVERSIONES SOSTENIBLES

FIRMADO POR:

PLAN DE COMUNICACIONES 2020

Comprometidos
contigo y el
ambiente



CONTENIDO

| | |
|--------------------------------------|----|
| I. INTRODUCCIÓN | 3 |
| II. MARCO NORMATIVO..... | 3 |
| III. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL | 3 |
| IV. MARCO ESTRATÉGICO | 4 |
| V. ESTRATÉGIAS COMUNICACIONALES..... | 6 |
| VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES | 9 |
| VII. PRESUPUESTO | 14 |
| VIII. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN..... | 14 |

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

I. Introducción

El Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles – Senace fue creado el 19 de diciembre de 2012, mediante Ley N° 29968, como organismo técnico público especializado, con autonomía técnica y personería jurídica de derecho público interno adscrito al Ministerio del Ambiente, con el objeto de revisar y aprobar los Estudios de Impacto Ambiental detallados (EIA-d). El Senace forma parte del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental, cuya rectoría la ejerce el MINAM.

Asimismo, el Senace tiene como misión *“Brindar un servicio de certificación de estudios de impacto ambiental de los proyectos de inversión a las instituciones públicas y privadas de manera oportuna, transparente, con calidad técnica y confiable que impulse al desarrollo sostenible del país”*

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional se encarga de elaborar, proponer y ejecutar el Plan de Comunicaciones de la entidad, así como efectuar el seguimiento y evaluación, orientado a coadyuvar el cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

El Plan de Comunicaciones es un documento que orienta y define las estrategias de comunicaciones, acciones, y metas en coherencia con los planes institucionales de la entidad.

II. Marco Normativo

- Ley N° 29968, Ley de Creación del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace).
- Decreto Supremo N° 009-2017-MINAM que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Senace.
- Resolución del Consejo Directivo N° 00002-2019-SENACE/CD del 29 de marzo de 2019, que aprueba el Plan Estratégico Institucional del Senace 2018-2022–Modificado.
- Acta de sesión extraordinaria no presencial N° 027-2020 del Consejo Directivo del Senace, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2018-2022 del Senace, ampliado al 2023.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 0137-2019-SENACE/PE de 30 de diciembre de 2019, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2020 del Senace.

III. Diagnóstico situacional

En diciembre de 2019 la empresa SOOM presentó el estudio de percepción elaborado para el Senace. Entre los datos más relevantes podemos destacar:

- 64% señala que la evaluación del Senace es muy buena o buena.
- 69% considera rigurosa la evaluación ambiental que realiza el Senace.
- 51% considera que la evaluación que realiza el Senace es imparcial.
- 61% señala que la evaluación que realiza el Senace es transparente.
- 63% señala tener una opinión buena o muy buena sobre la entidad.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: ["https://www.senace.gob.pe/verificacion"](https://www.senace.gob.pe/verificacion) ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

Dicho estudio señala además que los atributos que son asociados al Senace son modernidad (57%), transparencia (57%), innovación (38%) y experiencia (31%).

La opinión favorable de los Stakeholders del Senace se ha incrementado en dos puntos porcentuales con relación al estudio realizado en el año 2017 en el que la cifra de aprobación de la entidad alcanzó el 61%. De otro lado, es importante señalar que durante el 2019 se implementó una encuesta a cargo de Ipsos en todo el país, en la que se evidencia el poco conocimiento de la población sobre las funciones y responsabilidades del Senace.

El 2020, además, se presenta como un año electoral atípico, considerando que en enero se realizó elecciones para elegir un nuevo Congreso y que a partir del segundo semestre del año se inicia un nuevo periodo electoral, situaciones que limitan las acciones de difusión debido a las restricciones dispuestas por el Jurado Nacional de Elecciones.

Adicionalmente, se mantienen en agenda algunos temas que pueden generar cambios en la estrategia comunicacional una vez sean definidos:

- La transferencia de funciones de nuevos sectores.
- Publicación del Procedimiento Único de Evaluación Ambiental.
- La evaluación de proyectos de inversión de mayor complejidad o con antecedentes de conflictividad social.
- Nuevo Congreso que podría generar nuevas demandas informativas.

IV. Marco estratégico

- **Visión sectorial al 2021**
“Un país moderno que aproveche sosteniblemente sus recursos naturales y que se preocupe por conservar el ambiente, conciliando el desarrollo económico con la sostenibilidad en beneficio de sus ciudadanos”.
- **Articulación de planes**
El PEI vigente del Senace define la estrategia de la entidad para el logro de sus objetivos institucionales, los cuales se encuentran articulados a los objetivos del Sector.

| OEI / AEI | PEI 2018-2022 del Senace ampliado al 2023 | | | | | | | | |
|---|--|---|---|------|------|------|------|--------------|--|
| | OEI / AEI | Indicador | Logros esperados en el periodo del Plan | | | | | Órgano Resp. | |
| | | | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | | |
| OES.05. Fortalecer la conciencia, cultura y gobernanza ambiental | OEI.03: Fortalecer la Gestión Institucional. | | | | | | | | |
| AES 05.03. Fortalecer la institucionalidad y gestión ambiental con enfoque en el logro de resultados, descentralización y satisfacción del ciudadano. | AEI 03.05: Gobierno Abierto implementado en el Senace (Transparencia, Ética y Anticorrupción). | Porcentaje de percepción respecto del Senace. | Nd | 65% | Nd | 65% | Nd | COM | |

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

| PESEM 2017-2019 ampliado al 2024 ¹ | PEI 2018-2022 del Senace ampliado al 2023 | | | | | Órgano Resp. | | | |
|--|---|-----------|-----------|--|------|-----------------|------|------|------|
| | OEI / AEI | OEI / AEI | Indicador | Logros esperados en el periodo del Plan | | | | | |
| | | | | 2018 | 2019 | | 2020 | 2021 | 2022 |

Fuente. Resolución del Consejo Directivo N° 00002-2019-SENACE/CD, y ampliado al 2023 mediante sesión extraordinaria no presencial N° 027-2020 del Consejo Directivo del Senace.

- **Misión institucional**

La Misión del Senace considera las competencias y funciones establecidas en la Ley N° 29968, Ley de creación del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace), así como la Visión Sectorial referida.

“Brindar un servicio de certificación de estudios de impacto ambiental de los proyectos de inversión a las instituciones públicas y privadas de manera oportuna, transparente, con calidad técnica y confiable que impulse al desarrollo sostenible del país”.

- **Lema**

“Impulsamos el desarrollo sostenible del país”

- **Lineamientos de política institucional**

Los Lineamientos de Política Institucional del Senace orientan el planeamiento de acciones y toma de decisiones a nivel de la Alta Dirección, sobre la base de principios sólidos y valores que devienen de la normativa ambiental nacional, así como de estándares ambientales y sociales internacionalmente reconocidos:

1. Brindar un servicio eficiente, oportuno y predecible de Certificación Ambiental de proyectos de inversión, que genere confianza y credibilidad en la ciudadanía.
2. Fortalecer la institucionalidad ambiental y la articulación con los diferentes niveles de gobierno, para contribuir al desarrollo sostenible del país.
3. Fortalecer la cultura institucional, capacidades y competencias del personal para una mejor atención a los ciudadanos.
4. Fortalecer una gestión transparente con rendición de cuentas oportuna y participación informada.

- **Valores institucionales**

Los valores institucionales actúan como eslabones que vinculan el perfil del servidor del Senace y la Misión institucional, de esta manera se definen las características de una cultura institucional. Los valores permiten direccionar el buen actuar de la práctica laboral de los servidores del Senace, estos valores son:

¹ Aprobado mediante Resolución Ministerial N° 090-2020-MINAM.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

- a. **Ética profesional:** Todo servidor debe actuar con veracidad en el desarrollo del ejercicio profesional y de acuerdo con el código de ética de la función pública.
- b. **Productividad y resultados:** Todo servidor debe ser capaz de identificar la contribución de sus acciones en los objetivos, metas y resultados.
- c. **Respeto:** Todo servidor debe respetar las opiniones técnicas de las entidades y de los servidores internos.
- d. **Transparencia:** Para difundir los resultados de la gestión institucional y de las evaluaciones sin barreras administrativas.
- e. **Compromiso:** Actuar de manera proactiva en el marco del cumplimiento de la Visión Institucional y Misión Institucional.
- f. **Oportunidad:** Actuar con celeridad, respondiendo a la ciudadanía dentro de los plazos establecidos normativamente.

• **Plan Operativo Institucional 2020**

En el marco de las actividades del POI 2020, se han programado la ejecución de dos (2) actividades operativas a fin de contribuir con los objetivos propuestos por la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

| Actividad operativa | Unidad de medida | Meta esperada | Productos |
|--|-------------------|---------------|---|
| Gestión de la comunicación e imagen institucional | Documento | 3 | <ul style="list-style-type: none"> • Plan de Comunicaciones. • Elaboración de microprogramas radiales sobre certificación ambiental. • Realización de audiolibros en español y aymara. |
| Implementación de campañas y eventos institucionales | Campaña ejecutada | 44 | <ul style="list-style-type: none"> • Implementación de acciones de comunicación externa por parte del equipo de COM. • Implementación de campañas de comunicación interna • Implementación de campañas en redes sociales • Organización de eventos virtuales. |

AO 01. Gestión de la comunicación e imagen institucional

Actividad operativa que consiste en diseñar y ejecutar estrategias de comunicación, lo cual involucra la producción y difusión de herramientas diversas de comunicación (impresas, audiovisuales, digitales, etc.) y la implementación de actividades de comunicación y relaciones públicas que contribuyan a generar una corriente de opinión favorable sobre el Senace entre sus grupos de interés.

AO 02. Implementación de campañas y eventos institucionales virtuales

Actividad operativa que consiste en realizar campañas, eventos o acciones virtuales de comunicación dirigidas tanto a público externo como interno, con lo cual se espera mejorar el nivel de conocimiento sobre el quehacer institucional y contribuir

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

a generar una percepción positiva sobre su accionar como la institución encargada de aprobar los EIA-d de los proyectos de inversión.

V. Estrategias comunicacionales

Las líneas estratégicas de comunicación se articulan a los lineamientos de política institucional definidos en el PEI 2018-2022 ampliado al 2023.

A partir de estos lineamientos institucionales se han definido los objetivos de comunicación y mensajes clave, la priorización de públicos objetivos y las campañas de comunicación.

• Enfoque de la comunicación

Desarrollaremos un trabajo de comunicación proactivo, identificando y evaluando todas aquellas oportunidades que nos permitan difundir de manera óptima los mensajes institucionales, entre los que destacarán los conceptos de calidad y confianza.

Así también, para cubrir los aspectos básicos de comunicación de la entidad, las actividades se desarrollarán pensando en dos frentes:

- Comunicación interna: toda comunicación dirigida a los trabajadores del Senace.
- Comunicación externa: toda comunicación dirigida al público externo del Senace.

• Público objetivo

Al ser Senace una entidad altamente especializada, cuenta con un público principal específico. Sin embargo, las implicancias de sus acciones involucran a toda la población.

Para este año 2020 se priorizarán las acciones de comunicación a los siguientes públicos:

| Tipo de público | Primario | Secundario |
|-----------------|---|--|
| Interno | <ul style="list-style-type: none"> • Servidor Civil | <ul style="list-style-type: none"> • Practicantes • Nómina de especialistas |
| Externo | <ul style="list-style-type: none"> • Titulares, gremios, consultoras ambientales • Pobladores de zonas de influencia • Medios de comunicación • Organizaciones de la sociedad civil • Academia: universidades, colegios profesionales. | <ul style="list-style-type: none"> • Otras entidades del Estado • Autoridades nacionales y subnacionales • Público en general |

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

• **Objetivos de comunicación**

| Tipo | Principales | Específicos |
|----------------|--|--|
| Interno | <ul style="list-style-type: none"> • Propiciar un mayor nivel de conocimiento e identificación con la estrategia institucional, favoreciendo el diálogo interno, sentido de pertenencia, compromiso y un mejor clima laboral entre los servidores del Senace. | <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar que el 100% de los líderes y mandos medios estén entrenados y sensibilizados en habilidades de comunicación. • Promover la identificación del valor institucional transparencia en el 100% de los trabajadores del Senace. • Promover iniciativas de comunicación que contribuyan a fortalecer el clima laboral, con la participación de los colaboradores como co creadores. • Mantener el índice de satisfacción sobre la gestión de la comunicación interna por encima del 80%. |
| Externo | <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer el conocimiento sobre las funciones del Senace en los públicos priorizados. | <ul style="list-style-type: none"> • Implementar nuevos materiales de difusión sobre temas vinculados a la entidad. • Desarrollar nuevas herramientas audiovisuales. • Impulsar relacionamiento con actores clave. • Propiciar acciones virtuales con universidades. |

• **Claves estratégicas**

Transmitir mensaje de calidad y confianza como parte de la misma moneda.

La estrategia a nivel interno:

- Potenciar las herramientas y canales internos de comunicación de manera creativa, logrando impactar en el servidor civil y su forma de hacer las cosas.
- Generar contenidos relevantes que promuevan cambios conductuales y mejoren la relación entre la entidad y el servidor civil.
- Fomentar actividades virtuales que propicien el diálogo interno y el trabajo en equipo.
- Asesorar de manera virtual a los líderes institucionales para realizar una comunicación en cascada de manera efectiva.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

La estrategia a nivel externo:

- a) Identificar nuevas necesidades de comunicación hacia la población de las áreas de influencia de los proyectos.
- b) Generar nuevas herramientas de comunicación audiovisual.
- c) Desarrollar acciones conjuntas virtuales entre la entidad y actores claves.

- **Definición de mensajes**

A nivel interno, los contenidos girarán en torno al valor: Transparencia.

A nivel externo, los contenidos girarán en torno al mensaje: Calidad y Confianza.

- **Herramientas**

Las herramientas que se utilizarán son transversales al enfoque de la comunicación planteado en este plan:

| Interna | Externa |
|--------------------|---------------------|
| | Prensa |
| | Relaciones Públicas |
| | Social Media |
| | Blog |
| Audiovisual | |
| Eventos virtuales | |
| Mailing | |
| Fondos de pantalla | |
| Carteles virtuales | |
| Boletín virtual | |

VI. Cronograma de actividades

En el marco de las estrategias comunicacionales, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, ha programado de manera mensual acciones que se encuentran articuladas a las actividades operativas del Plan Operativo Institucional 2020, para el logro de los objetivos y acciones estratégicas del PEI 2018-2022 ampliado al 2023.

Plan de Comunicaciones 2020

| PEI 2018-2022 ampliado al 2023 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|------------------------------|--|-------------|-----|-----|--------------|-----|-----|---------------|-----|-----|--------------|--------|--------------------|---------|
| OEI 03. Fortalecer la Gestión Institucional | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| AEI 03.05: Gobierno Abierto implementado en el Senace (Transparencia, Ética y Anticorrupción) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| OEI/AEI | POI | | Acciones | Indicadores | Unidad de medida | Metas 2020 | | | | | | | | | | | Órgano responsable | |
| | AO | Tarea | | | | I Trimestre | | | II Trimestre | | | III Trimestre | | | IV Trimestre | | | |
| | | | | | | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SET | OCT | NOV | | DIC |
| OEI.03 / AEI03.05 | Gestión de la comunicación e imagen institucional | Diseño de plan general de comunicaciones | Elaborar plan de comunicaciones 2020 | Plan elaborado | Documento aprobado | | 1 | | | | | | | | | COM/GG | | |
| | Implementación de campañas y eventos institucionales virtuales | Implementación de acciones de comunicación externa | Migración de portal institucional a Gob.pe | Portal implementado | Migración al 100% | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | | | COM/OTI | |
| | | | Implementación de Red de comunicadores indígenas | # comunicadores agrupados | Informe de actividad | | | | 1 | 1 | | 1 | | 1 | | | | COM/DGE |
| | | | Actualización y difusión de Grandes proyectos en el Senace | # visitas | Informe de actividad en reporte trimestral | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | 1 | | COM |
| | | | Implementación de proyecto virtual "Senace en tu universidad" | # de intervenciones | Informe de actividad | | | | 1 | | | | 1 | | | 1 | | COM |
| | | | Relacionamiento con sectores empresariales | # dirigentes contactados | Informe de actividad | | | 1 | | 1 | | | 1 | | | | | COM/PE |
| | | | Capacitación virtual a periodistas de Lima y Provincias | # de reuniones implementadas | Informe de actividad | | 1 | | | 1 | | | 1 | | 1 | | | COM |
| | | | Senace TV | Producto | # videos difundidos | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | COM |
| | | | Blog institucional | Producto | # artículos publicados | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | COM |

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

Plan de Comunicaciones 2020

| OEI/AEI | POI | | Acciones | Indicadores | Unidad de medida | Metas 2020 | | | | | | | | | | | Órgano responsable | |
|---------|-----|---|---|----------------------|---------------------------|-------------|-----|-----|--------------|-----|-----|---------------|-----|-----|--------------|-----|--------------------|-----|
| | AO | Tarea | | | | I Trimestre | | | II Trimestre | | | III Trimestre | | | IV Trimestre | | | |
| | | | | | | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SET | OCT | NOV | | DIC |
| | | | Boletín externo | Producto | # de boletines difundidos | | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | COM | |
| | | Implementación de campañas de comunicación interna ² | Campaña 01: valor Transparencia | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | COM | |
| | | | Campaña 02: Sistema de Gestión Antisoborno | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | COM | |
| | | | Campaña 03: Gestión del Rendimiento | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | COM | |
| | | | Campaña 04: Seguridad y salud en el Trabajo | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | COM | |
| | | | Campaña 05: Igualdad de género | Campaña implementada | Reporte de campaña | | | 1 | | | | | 1 | | | | | COM |
| | | | Campaña 06: Seguridad de la información | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | COM | |
| | | | Campaña 07: Ecoeficiencia | Campaña implementada | Reporte de campaña | | | | | | 1 | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 08: Valores institucionales | Campaña implementada | Reporte de campaña | | | | | | | 1 | | | | | | COM |
| | | | Campaña 09: Control Interno | Campaña implementada | Reporte de campaña | | | | | | | | | | | 1 | | COM |
| | | | Campaña 10: Gestión del cambio - Modernización del Estado | Campaña implementada | Reporte de campaña | | | | | | | | | | | 1 | | COM |

² La implementación de estas campañas puede variar según temas y prioridades.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

Plan de Comunicaciones 2020

| OEI/AEI | POI | | Acciones | Indicadores | Unidad de medida | Metas 2020 | | | | | | | | | | | | Órgano responsable |
|---------|-----|---|---|----------------------|----------------------|-------------|-----|-----|--------------|-----|-----|---------------|-----|------|--------------|-----|-----|--------------------|
| | AO | Tarea | | | | I Trimestre | | | II Trimestre | | | III Trimestre | | | IV Trimestre | | | |
| | | | | | | ENE | FEB | MAR | ABR | MAY | JUN | JUL | AGO | SEPT | OCT | NOV | DIC | |
| | | Implementación de campañas en redes sociales ³ | Campaña 01: Tablero de Control | Campaña implementada | Reporte de campaña | 1 | | | | | | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 02: Participación ciudadana | Campaña implementada | Reporte de campaña | | 1 | | | | | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 03: Canal de Integridad | | | | | | 1 | | | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 04: Plataforma Informática EVA | | | | | | | 1 | | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 05: Aportes ciudadanos | | | | | | | | 1 | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 06: Grandes proyectos | | | | | | | | | 1 | | | | | | COM |
| | | | Campaña 07: Difusión gob.pe | | | | | | | | | | 1 | | | | | COM |
| | | | Campaña 08: Senace TV | | | | | | | | | | | | | | | COM |
| | | | Campaña 09: IntegrAmbiente | | | | | | | | | | | 1 | | | | COM |
| | | | Campaña 10: Guía de resumen ejecutivo del EIA-d | | | | | | | | | | | | 1 | | | COM |
| | | | Campaña 11: Integridad - No regalos | | | | | | | | | | | | | | 1 | COM |
| | | Organización de eventos y protocolo ⁴ | Evento Senace abre sus puertas | Evento realizado | Informe de actividad | | | | | | | | | | 1 | | COM | |

Fuente. Acciones programadas vinculadas al POI 2020, así como a los OEI y AEI del PEI del Senace.

³ La implementación de estas campañas puede variar según temas y prioridades.

⁴ La realización de eventos puede variar.

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado en el Senace, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: "<https://www.senace.gob.pe/verificacion>" ingresando el código de verificación que aparece en la parte superior izquierda de este documento.

VII. Presupuesto

Las actividades del Plan de Comunicaciones 2020 se encuentran programadas en el marco del presupuesto asignado a la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional en su Plan Operativo Institucional 2020, que asciende a S/ 718 675.00, por lo que no se requerirá mayores recursos para el año 2020.

VIII. Financiamiento

Cada una de las acciones serán ejecutadas por el personal CAS con cargo a los recursos presupuestales de la planilla mensual correspondiente al año 2020, asignados a la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

IX. Seguimiento y evaluación

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional realizará el seguimiento constante para el cumplimiento de las actividades programadas en el Plan de Comunicaciones, las cuales serán evaluadas al término de cada semestre, a través de un informe, para la toma de decisiones de manera oportuna.