

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN
12996616464090



senace

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
PARA LAS INVERSIONES SOSTENIBLES

PLAN DE COMUNICACIONES 2021

Comprometidos
contigo y el
ambiente

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	3
II. MARCO NORMATIVO.....	3
III. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	3
IV. MARCO ESTRATÉGICO	4
V. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES.....	6
VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	10
VII. PRESUPUESTO	12
VIII. FINANCIAMIENTO	12
IX. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	12

I. Introducción

El Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace) se creó el 20 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 de efectuar el seguimiento y evaluación, orientado a coadyuvar al cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

El Plan de Comunicaciones es un documento que orienta y define las estrategias comunicacionales, 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 de Consejo Directivo N° 0001-2020-SENACE/CD que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2018-2022, ampliado al 2023.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 0041-2020-SENACE/PE, del 30 de junio de 2020, mediante la cual se aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) Multianual 2021-2023 del Senace.

III. Diagnóstico situacional

En marzo de 2020 se originó una pandemia a causa del COVID-19 que nos obligó a adaptarnos, como institución y como sociedad, a una nueva normalidad caracterizada por el distanciamiento social, la prohibición de reuniones de cualquier tipo, entre otros aspectos.

En el caso del Senace, desde el inicio de la pandemia se priorizó la salud y la integridad de los colaboradores y los ciudadanos que acuden al Senace, razón por la cual se instauró el trabajo remoto, se fortaleció la atención al ciudadano a través de medios telefónicos y virtuales, se implementaron mecanismos de participación ciudadana no presencial y se formularon nuevos canales digitales de comunicación como la plataforma Senace TV.

De igual manera, a nivel interno, la comunicación se enfocó en los canales digitales para mantener al equipo informado y en constante interacción con la Alta Dirección.

El 2020 y 2021 se presentan, además, como años electorales atípicos considerando que en enero de 2020 se cumplieron elecciones para elegir un nuevo Congreso y que a partir del segundo semestre de dicho año se inició un nuevo periodo electoral, situaciones que limitan las acciones de difusión debido a las restricciones del Jurado Nacional de Elecciones.

Además, en el 2021 se conmemora el Bicentenario de la Proclamación de la Independencia del Perú, lo que implicará el desarrollo de las actividades específicas en el marco de la celebración de la fecha.

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

- La transferencia de funciones de nuevos sectores.
- La aprobación del procedimiento único de evaluación ambiental.
- La evaluación de proyectos de inversión de mayor complejidad o con antecedentes de conflictividad social.
- Nuevo gobierno.

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 con los planes institucionales

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.

PESEM 2017-2019 ampliado al 2024 ¹	PEI 2018-2022 del Senace ampliado al 2023 ²							
OEI / AEI	OEI / AEI	Indicador	Logros esperados en el periodo del Plan					Órgano
			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

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

² Aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 00001-2020-SENACE/CD.

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.

- **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:

- a. **Ética profesional:** 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:** acatar con responsabilidad las opiniones técnicas de las entidades de los servidores internos.
- d. **Transparencia:** 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**

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional tiene programadas dos (02) actividades operativas para el período 2021 del Plan Operativo Institucional Multianual, a fin de contribuir con los objetivos institucionales de la entidad.

Actividad operativa	Unidad de medida	Meta esperada
Gestión de la comunicación e imagen institucional	Documento	5
Implementación de campañas y eventos institucionales	Campaña ejecutada	46

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 (audiovisuales, digitales, etc.) y la producción de eventos y actividades online para la difusión de información sobre el quehacer institucional y la sensibilización de sus públicos objetivos.

AO 02. Implementación de campañas y eventos institucionales

Actividad operativa que consiste en realizar campañas, eventos o acciones online puntuales, dirigidas al público externo e interno, con lo cual se espera alcanzar una percepción positiva respecto del Senace de los grupos de interés y con ello legitimar 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 a través de medios masivos.

- **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 en dos frentes:

- Comunicación interna: toda comunicación dirigida a los colaboradores 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 en diferentes instancias.

Para este año 2021 se priorizarán las acciones de comunicación a los siguientes públicos:

Tipo de público	Primario	Secundario
Interno	• Servidor Civil.	• Practicantes. • Servicio de terceros. • Nómina de Especialistas³
Externo	• Titulares, gremios, consultoras ambientales. • Pobladores de zonas de influencia. • Medios de comunicación. • Organizaciones de la sociedad civil. • Gobiernos regionales y locales. • Academia: universidades, colegios profesionales.	• Otras entidades del Estado. • Público en general.

• Objetivos de comunicación

Tipo	Principales	Específicos
Interno	• Propiciar un mayor nivel de conocimiento e identificación con la estrategia institucional; favoreciendo el diálogo interno, sentido de pertenencia, compromiso, participación y un	• Alcanzar al 100% de los trabajadores con los canales de comunicación interna digitales. • Promover la identificación del 100% de los trabajadores con las bases culturales del Senace. • Promover iniciativas de comunicación que contribuyan a fortalecer el clima laboral, con la participación de los colaboradores como co-creadores.

³Si bien los miembros de la Nómina de Especialistas son proveedores de servicios, en tanto realizan su labor en las instalaciones del Senace son considerados en las campañas de comunicación interna.

Tipo	Principales	Específicos
	mejor clima laboral entre los servidores del Senace.	Mantener el índice de satisfacción sobre la gestión de la comunicación interna por encima del 80%.
Externo	Fortalecer el conocimiento sobre las funciones del Senace en los públicos priorizados.	- Implementar nuevos materiales de difusión sobre temas vinculados a la entidad. - Desarrollar nuevas herramientas audiovisuales. - Impulsar relacionamiento con actores clave. - Propiciar acciones con universidades.

- Claves estratégicas**

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

La estrategia a nivel interno:

- Potenciar las herramientas y canales internos de comunicación digital de manera creativa y utilitaria, logrando impactar en el servidor civil y su forma de hacer las cosas.
- Generar contenidos relevantes que propicien fluidez en la interacción del personal.
- Fomentar actividades que propicien el diálogo interno y el trabajo en equipo.
- Asesorar a los líderes institucionales para realizar una comunicación en cascada de manera efectiva.

La estrategia a nivel externo:

- Identificar nuevas necesidades de comunicación hacia la población de las áreas de influencia de los proyectos.
- Consolidar las herramientas de comunicación audiovisual implementadas a través de Senace TV.
- Desarrollar acciones conjuntas entre la entidad y actores claves.

- Acciones programadas**

Las acciones programadas en el presente plan, se encuentran articuladas a las actividades operativas del POI, a fin de contribuir con los objetivos institucionales:

1. Elaboración del Plan de Comunicaciones.

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

2. Diseño y difusión de materiales sobre participación ciudadana y certificación ambiental.

En el marco del diseño y difusión de materiales digitales sobre participación ciudadana y certificación ambiental, se desarrollan diversos materiales vinculados a los proyectos de mayor envergadura del país. De este modo, queremos informar a la población de manera clara y transparente las acciones que realiza el Senace y promover una participación ciudadana efectiva.

3. Implementación de acciones de comunicación externa.

Consiste en la difusión de las acciones de la institución en medios de comunicación nacionales y regionales, la ejecución de talleres virtuales de capacitación a periodistas, fortalecimiento de la plataforma de contenido digital Senace TV, elaboración y difusión del boletín externo digital de la institución.

4. Implementación de campañas de comunicación interna.

Se refiere a las actividades que se realizan dentro de la entidad para difundir mensajes a los/las colaboradores/as, con el propósito de contribuir al fortalecimiento del clima laboral en la institución; generando confianza con un estilo de comunicación claro, transparente, cercano y oportuno, que se soporta en un mix de canales de comunicación. Para el 2021, se han programado 10 campañas internas relacionadas a temas institucionales, de recursos humanos, procedimientos internos, entre otros.

5. Implementación de campañas en redes sociales.

Implica la elaboración de mensajes para el público externo de la entidad en las cuentas oficiales de las redes sociales del Senace, los cuales buscan informar a la ciudadanía sobre las diversas labores de la entidad, así como también de los eventos, noticias y otros temas relacionados. Para el 2021, se ha programado 36 campañas en redes sociales, entre las cuales están: Tablero de Control, Participación ciudadana, Canal de Integridad, Plataforma Informática EVA, Aportes ciudadanos, Grandes proyectos, EIA-d, Senace TV, IntegrAmbiente, Resumen Ejecutivo, Integridad – GeoSenace, y otras campañas.

6. Organización de eventos y protocolo online.

La estrategia de eventos desde la COM considera 1) la realización de eventos online propios del Senace, 2) coordinación para la participación virtual de nuestros voceros en eventos de terceros, y 3) apoyo en la implementación de eventos online organizados por las direcciones de línea.

En ese contexto y con la finalidad de rendir cuentas de lo que hace el Senace, mostrar transparentemente los procesos, retos y resultados, y que los ciudadanos conozcan y conversen con los evaluadores del Senace, para el 2021 el Senace realizará el evento institucional online denominado *Abre Puertas*.

- **Definición de mensajes**

A nivel interno, los contenidos girarán en torno al mensaje: modernización de la comunicación.

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 planteada en este plan:

Interna	Externa
	Prensa
	Relaciones públicas
	Social media
	Senace TV
	Audiovisual
	Eventos
	Material POP
Correo electrónico	
Workplace Minam-Senace	
WhatsApp	
	Boletines

VI. Cronograma de actividades

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

Anexo 01

Cronograma de actividades programadas para el 2021

PEI	POI	Acciones	Indicadores	UM	Metas 2021												Meta anual	Órgano responsable
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
OEI.03 / AEI03.05	AO.01. Gestión de la comunicación e imagen institucional	Elaboración del Plan de Comunicaciones	Plan de comunicaciones elaborado	Documento		1											1	COM
		Diseño y difusión de materiales sobre participación ciudadana y certificación ambiental	Número de documentos que informan sobre las acciones de diseño y difusión de los materiales de participación ciudadana y certificación ambiental.	Documento			1			1			1			1	4	COM/DGE
	AO.02. Implementación de campañas y eventos institucionales	Implementación de acciones de comunicación externa	Número acciones realizadas para la implementación de la comunicación externa.	Acción			1			1			1			1	4	COM
		Implementación de campañas de comunicación interna	Número de campañas de comunicación interna realizadas de manera oportuna.	Campaña	3	2	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	10	COM
		Implementación de campañas en redes sociales.	Número de campañas en redes sociales realizadas	Campaña	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	COM
		Organización y ejecución de eventos y protocolo (online)	Número de eventos y protocolo ejecutados (online)	Evento												1	1	COM

Fuente. Acciones programadas vinculadas al POI Multianual 2021-2023, así como a los AEI y OEI del PEI 2018-2022 del Senace, ampliado al 2023.

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 tentativo

Las actividades del Plan de Comunicaciones del Senace 2021, se encuentran programadas en el marco del presupuesto asignado para la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

PEI	POI	Acciones	UM	Meta anual	Meta 2021				Monto mensual	Participantes
					I	II	III	IV		
OEI.03 / AEI03.05	AO.01.	Elaboración de Plan de Comunicaciones	Documento	1				1	13,500	Personal CAS
	Gestión de la comunicación e imagen institucional	Diseño y difusión de materiales sobre Participación Ciudadana y Certificación Ambiental	Documento	4	1	1	1	1	8,000	Personal CAS
		Implementación de acciones de comunicación externa	Documento	4	1	1	1	1	13,000	Personal CAS
	AO.02. Implementación de campañas y eventos institucionales	Implementación de campañas de comunicación interna ⁴	Campaña	10	6	2	1	1	9,000	Personal CAS
		Implementación de campañas en redes sociales. ⁵	Campaña	36	9	9	9	9	4,500	Personal CAS
		Organización y ejecución de eventos y protocolo ⁶ (online).	Reporte	1				1	9,000	Personal CAS

VIII. Financiamiento:

Las acciones serán ejecutadas por el personal CAS con cargo a los recursos presupuestales de la planilla mensual correspondiente al año 2021, 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.

⁴La implementación de estas campañas puede variar según temas y prioridades.

⁵La implementación de estas campañas puede variar según temas y prioridades.

⁶La 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.