PERÚ Ministerio de la Producción

# PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2022 - PRODUCE

produce.gob.pe

**ÍNDICE**

1. Contexto actual y su influencia en la comunicación ..... 2
2. Marco normativo ..... 2
3. Marco estratégico institucional ..... 3
4. Diagnóstico FODA ..... 7
5. Nuestra línea base ..... 8
5.1. Plan de acción de cultura organizacional ..... 8
5.2. Encuesta de comunicación interna ..... 9
6. Objetivos ..... 10
6.1 Objetivo general ..... 10
6.2 Objetivos específicos ..... 10
7. Público objetivo ..... 10
8. Socios estratégicos ..... 11
9. Modalidades de trabajo ..... 11
10. Canal de comunicación interna ..... 12
10.1. Canales electrónicos ..... 12
10.2. Canales visuales ..... 13
10.3. Canales humanos ..... 14
11. Canales de comunicación por modalidad de trabajo ..... 14
11.1. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo remoto ..... 14
11.2. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo presencial ..... 14
11.3. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo mixto ..... 15
12. Consideraciones de la comunicación interna ..... 15
13. Implementación ..... 16
14. Seguimiento ..... 16
15. Fechas especiales y efemérides: calendarización ..... 16
16. Matriz del plan de comunicación interna ..... 17

## 1. Contexto actual y su influencia en la comunicación

Las condiciones laborales de los/as servidores/as, ha cambiado desde el 15 de marzo del 2020 con la declaratoria de la emergencia sanitaria a nivel nacional ante la aparición de la COVID-19.

En este contexto, el gobierno ejecutó diversas medidas de prevención y control sanitario, una de ellas, el aislamiento social obligatorio, que dispuso que todos los ciudadanos permanezcan en sus domicilios y se diese inicio a la aplicación de otras modalidades de trabajo.

Ante esta situación de crisis sanitaria mundial, en el Ministerio de la Producción (PRODUCE), se ha acatado las disposiciones y modalidades de trabajo presencial, mixto y remoto, establecidas por el gobierno nacional, con la finalidad de reducir el riesgo al contagio de los/as servidores/as de la institución.

Por lo anteriormente mencionado, el proceso de comunicación interna ha sido adecuando a los cambios que impone la coyuntura actual y su entorno, siendo fundamental dar soporte a todos los integrantes de la familia PRODUCE.

En ese sentido, como institución, estamos comprometidos con promover y fortalecer la comunicación interna entre los/as servidores/as a través del desarrollo de estrategias y actividades consideradas en el “Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE ” el mismo que esta articulado con las disposiciones que rigen al Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos planteado por la Autoridad Nacional del Servicio Civil (SERVIR), mediante los canales de comunicación electrónicos, visuales y humanos.

Teniendo en consideración la salud de los/as servidores/as, debido a la coyuntura local e internacional, la estabilidad de su entorno personal y familiar como una de las principales preocupaciones, más allá de las labores específicas que desempeñan, en el marco de la política nacional de la modernización del estado y del gobierno digital se está priorizando el uso de las herramientas digitales de socialización (correo institucional, WhatsApp, activaciones virtuales, espacios de comunicación en charlas virtuales o conversatorios, espacio de interacción mediante monitoreo de llamadas, fondos de pantalla y otros) que nos permitirá generar un buen clima laboral y fortalecer nuestra cultura institucional, elevando el estado de ánimo de los/as servidores/as comprometidos con la institución desde sus lugares de trabajo asignados.

Las buenas prácticas del proceso de comunicación interna deben redundar en un servicio eficiente y competitivo en beneficio del ciudadano, reto que debemos cumplir.

## 2. Marco normativo

- Constitución Política del Perú y sus modificatorias.
- Decreto Legislativo N° 1023, que crea la Autoridad Nacional del Servicio Civil, rectora del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos.

- Decreto Supremo N° 040-2014-PCM, que aprueba el Reglamento General de la Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil.
- Decreto Legislativo N° 1047, que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción y sus modificatorias.
- Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción y su modificatoria mediante Decreto Supremo N° 009-2017-PRODUCE (en adelante, ROF del Ministerio de la Producción).
- Ley Nº 30057, Ley del Servicio Civil y su Reglamento General aprobado por Decreto Supremo Nº 040-2014-PCM
- Directiva N° 002-2014-SERVIR/GDSRH, que aprueba las Normas para la Gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las entidades públicas, aprobada por Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238-2014-SERVIR/PE.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 151-2017-SERVIR/PE que aprueba la "Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna" del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos.
- Resolución Ministerial N° 457-2021-PRODUCE, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2022.
- Resolución Ministerial N° 178-2022-PRODUCE, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2020-2025.

## 3. Marco estratégico institucional

El marco estratégico institucional es un importante instrumento de gestión cuyo propósito fundamental es precisar el rumbo de la institución en el mediano plazo a través de la definición de los objetivos que se deben lograr en las acciones para cumplir con su visión y misión.

- **Misión Institucional:** La Misión Institucional establecido en el PEI 2020-2025[1], se mantiene vigente al 2024:

  *"Promover el desarrollo de los agentes del sector producción, impulsando su competitividad, mediante la innovación, la calidad y la sostenibilidad".*

- **Visión Institucional:** La Ampliación del Plan Estratégico Sectorial Multianual 2017-2025[2] hasta el año 2025, establece la visión del Sector Producción:

  *"Empresas produciendo y accediendo a mercados de manera sostenible, competitiva y con altos niveles de productividad".*

- **Valores Institucionales:** El personal del PRODUCE, motiva su desempeño hacia el cumplimiento de la misión institucional, definidos en el Plan Estratégico Institucional 2020-2024, guiados por los siguientes valores:

  - Compromiso. - El personal actúa de manera proactiva y eficiente en el cumplimiento de sus funciones, actuando más allá de la función o

[1] Resolución Ministerial N° 178-2022-PRODUCE, que aprueba la ampliación del Plan Estratégico Institucional (PEI) del Ministerio de la Producción, hasta el año 2025; quedando denominado como "Plan Estratégico Institucional (PEI) 2020 - 2025 del Ministerio de la Producción".

[2] Resolución Ministerial N° 168-2022-PRODUCE, que aprueba la ampliación del Horizonte Temporal del Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2024 del Sector Producción, hasta el año 2025; quedando denominado como "Plan Estratégico Sectorial Multianual (PESEM) 2017-2025 del Sector Producción"

encargo, dando oportuna atención a los requerimientos y trabajos asignados.

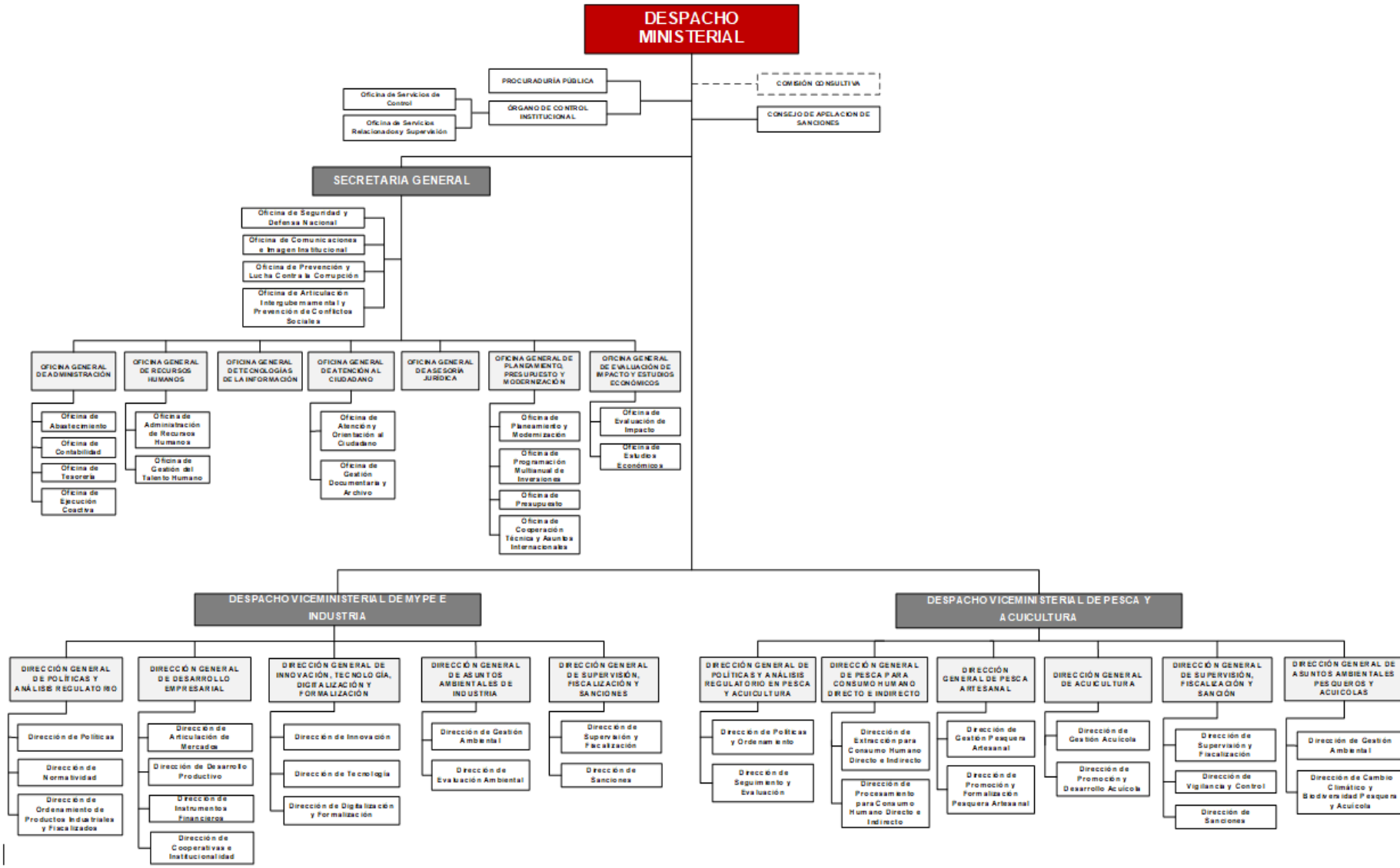
- Identidad Institucional. - El personal interioriza y se identifica con la misión y los objetivos institucionales y las metas de su dependencia.

- Integridad. - El personal actúa con rectitud, honradez y honestidad en cada uno de los procedimientos a su cargo, buscando el interés general mediante el logro de los objetivos institucionales, desechando todo provecho o ventaja personal.

- Trabajo en Equipo. - El personal cumple sus funciones colaborando con sus compañeros, aunando aptitudes y potenciando sus esfuerzos, en procura del logro de un objetivo institucional común.

- Transparencia. - Se debe mostrar los resultados de la gestión institucional, estando al alcance de todos los administrados, de conformidad con lo establecido en la normativa de transparencia y acceso a la información pública.

- **Estructura orgánica**: Organigrama de PRODUCE


DESPACHO MINISTERIAL
PROCURADURÍA PÚBLICA
Oficina de Servicios de Control
Oficina de Servicios Relacionados y Supervisión
ÓRGANO DE CONTROL INSTITUCIONAL
COMISIÓN CONSULTIVA
CONSEJO DE APELACIÓN DE SANCIONES
SECRETARIA GENERAL
Oficina de Seguridad y Defensa Nacional
Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional
Oficina de Prevención y Lucha Contra la Corrupción
Oficina de Articulación Intergubernamental y Prevención de Conflictos Sociales
OFICINA GENERAL DE ADMINISTRACIÓN
Oficina de Abastecimiento
Oficina de Contabilidad
Oficina de Tesorería
Oficina de Ejecución Coactiva
OFICINA GENERAL DE RECURSOS HUMANOS
Oficina de Administración de Recursos Humanos
Oficina de Gestión del Talento Humano
OFICINA GENERAL DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
OFICINA GENERAL DE ATENCIÓN AL CIUDADANO
Oficina de Atención y Orientación al Ciudadano
Oficina de Gestión Documentaria y Archivo
OFICINA GENERAL DE ASESORÍA JURÍDICA
OFICINA GENERAL DE PLANEAMIENTO, PRESUPUESTO Y MODERNIZACIÓN
Oficina de Planeamiento y Modernización
Oficina de Programación Multianual de Inversiones
Oficina de Presupuesto
Oficina de Cooperación Técnica y Asuntos Internacionales
OFICINA GENERAL DE EVALUACIÓN DE IMPACTO Y ESTUDIOS ECONÓMICOS
Oficina de Evaluación de Impacto
Oficina de Estudios Económicos
DESPACHO VICEMINISTERIAL DE MYPE E INDUSTRIA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS Y ANÁLISIS REGULATORIO
Dirección de Políticas
Dirección de Normatividad
Dirección de Ordenamiento de Productos Industriales y Fiscalizados
DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO EMPRESARIAL
Dirección de Articulación de Mercados
Dirección de Desarrollo Productivo
Dirección de Instrumentos Financieros
Dirección de Cooperativas e Institucionalidad
DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN, TECNOLOGÍA, DIGITALIZACIÓN Y FORMALIZACIÓN
Dirección de Innovación
Dirección de Tecnología
Dirección de Digitalización y Formalización
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS AMBIENTALES DE INDUSTRIA
Dirección de Gestión Ambiental
Dirección de Evaluación Ambiental
DIRECCIÓN GENERAL DE SUPERVISIÓN, FISCALIZACIÓN Y SANCIONES
Dirección de Supervisión y Fiscalización
Dirección de Sanciones
DESPACHO VICEMINISTERIAL DE PESCA Y ACUICULTURA
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS Y ANÁLISIS REGULATORIO EN PESCA Y ACUICULTURA
Dirección de Políticas y Ordenamiento
Dirección de Seguimiento y Evaluación
DIRECCIÓN GENERAL DE PESCA PARA CONSUMO HUMANO DIRECTO E INDIRECTO
Dirección de Extracción para Consumo Humano Directo e Indirecto
Dirección de Procesamiento para Consumo Humano Directo e Indirecto
DIRECCIÓN GENERAL DE PESCA ARTESANAL
Dirección de Gestión Pesquera Artesanal
Dirección de Promoción y Formalización Pesquera Artesanal
DIRECCIÓN GENERAL DE ACUICULTURA
Dirección de Gestión Acuícola
Dirección de Promoción y Desarrollo Acuícola
DIRECCIÓN GENERAL DE SUPERVISIÓN, FISCALIZACIÓN Y SANCIÓN
Dirección de Supervisión y Fiscalización
Dirección de Vigilancia y Control
Dirección de Sanciones
DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS AMBIENTALES PESQUEROS Y ACUÍCOLAS
Dirección de Gestión Ambiental
Dirección de Cambio Climático y Biodiversidad Pesquera y Acuícola

- **Vinculación de la Actividad Operativa (POI 2022) con el Objetivo Estratégico Institucional y Acción Estratégica Institucional (PEI 2020-2025), del Ministerio de la Producción:**

  - Actividad Operativa del Plan Operativo Institucional (POI 2022): Meta 48

    AO: AOI00108600031 "GESTIÓN DEL PLAN DE BIENESTAR SOCIAL".

  - Objetivo Estratégico Institucional y Acción Estratégico Institucional (PEI 2020-2025):

    OEI 12 : Mejorar la gestión institucional del Ministerio de la Producción.

    AEI.12.01 : Procesos internos mejorados de PRODUCE.

## 4. Diagnóstico de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

El diagnóstico FODA de la comunicación interna de PRODUCE, es una herramienta de gestión, que se sustenta en el análisis interno (fortalezas y debilidades) y externo (oportunidades y amenazas), que nos ha permitido definir estrategias comunicacionales para el desarrollo del presente Plan de Comunicación Interna de la institución.

En el análisis interno se han reconocido las siguientes fortalezas: el compromiso de la Alta Dirección y Recursos Humanos en el proceso de comunicación interna; además de contar con el marco normativo de SERVIR y PRODUCE; teniendo un capital humano capacitado para la gestión del proceso de Capacitación Interna y el diagnóstico de clima y cultura organizacional 2021.

Dentro de las debilidades que han sido identificadas en PRODUCE se destacan: (i) que no existe como antecedente un Plan de Comunicación Interna, (ii) que no se cuenta con un presupuesto para la realización de actividades en el periodo 2022, (iii) la dificultad para adaptarse a la tecnología en un segmento de los/as servidores/as, (iv) que los órganos y unidades orgánicas no identifican adecuadamente los insumos para el Plan de Comunicación Interna y, además, (v) que se tiene preferencia por otros canales internos no oficiales.

Destacan en las oportunidades encontradas que estamos inmersos en un entorno digital avanzado, lo que incluye una normativa de Gobierno Digital y otras que han ido acelerando en razón de la pandemia del COVID-19, que nos ayuda a enlazar con las propuestas de las acciones comunicacionales.

Respecto a las amenazas, la situación de emergencia nacional y el retorno a la nueva normalidad ha afectado física y mentalmente el estado de nuestros /as servidores/as; por otro lado, en muchos de los hogares de nuestros servidores/as la conexión a internet es inestable y débil, en algunos casos, deben compartir sus herramientas de trabajo con la familia, además a ello, se suman los continuos cambios de gestión.

De acuerdo al diagnóstico FODA expuesto en los párrafos anteriores, nos ha permitido definir las siguientes estrategias comunicacionales a ser aplicadas en PRODUCE:

1. Generar acciones comunicacionales digitales que fortalezcan el proceso de innovación, sostenibilidad, inclusión y la mejora continua de la cultura organizacional.
2. Formular el Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE como herramienta de gestión.
3. Promover y difundir el proceso de digitalización mediante una articulación inter e intrainstitucional.
4. Diseñar e implementar procesos de comunicación interna para minimizar los impactos de la pandemia del coronavirus en los servidores/as y su entorno familiar.
5. Fortalecer y sistematizar el proceso de comunicación interna inclusiva e innovadora.

Estas estrategias comunicacionales nos permitirán gestionar y ejecutar el Plan de Comunicación Interna PRODUCE 2022, enmarcadas en el capital humano de nuestra institución y su entorno familiar.

## 5. Nuestra línea base

### 5.1. Plan de acción de cultura organizacional

El Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE se constituye como una herramienta de gestión fundamental, puesto que, es aquí donde se plasman las estrategias comunicacionales de la institución permitiendo sensibilizar, informar, comunicar a los/as servidores/as aspectos que contribuyan en el desarrollo de una cultura organizacional deseada.

Bajo ese contexto, se procura difundir una cultura organizacional en base a principios, valores, creencias, conductas, normas, símbolos, entre otros, que adoptan y comparten los miembros de la entidad.

PRODUCE, actualmente cuenta con un Plan de Cultura Organizacional, el cual fue aprobado mediante Resolución Secretarial N° 040-2022-PRODUCE, donde se establecen las acciones a ser ejecutadas para fortalecer los cinco (5) elementos culturales evaluados (valores, normas, prácticas compartidas, comunicación y líderes); de tal manera que se promueva el logro de los objetivos institucionales así como el desarrollo de un ambiente de trabajo agradable que permita desarrollar el potencial de los/as servidores/as de la institución.

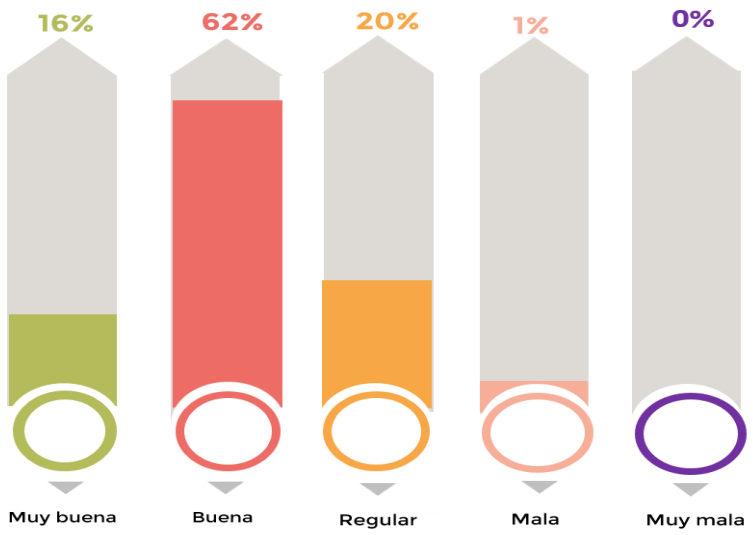
En ese sentido, queda claro que la comunicación es un elemento imprescindible para lograr un cambio cultural en la organización. De hecho, sin el acompañamiento de una estrategia de comunicación, el cambio interno es inviable; por ello, las estrategias de comunicación estarán referidas a incidir en los elementos y/o características culturales, establecidas en el plan de acción, en cumplimiento de las acciones es planteadas, así

como la periodicidad de las mismas, para ayudar en el tránsito de la cultura actual hacía una deseada.

### 5.2. Encuesta de comunicación interna

En abril del 2022 se realizó la primera encuesta de Comunicación Interna dentro de PRODUCE con el objetivo de conocer el estado de la comunicación interna de la institución, su posicionamiento e identificar oportunidades de mejora para desarrollar una comunicación exitosa.

La encuesta a manera de sondeo, se realizó de forma virtual y abarcó la totalidad de colaboradores de PRODUCE, teniendo un marco total de doscientos noventa (290) participantes, obteniéndose como índice de satisfacción general el 78% en el proceso de comunicación interna:




Como se muestra en el gráfico el 16% de los encuestados considera que la comunicación interna en PRODUCE es muy buena, **el 62% afirma que es buena**, el 20% manifiesta que es regular, el 1% cree que es mala y el o% muy mala.

A continuación, se muestran los resultados de seis ítems relevantes para el análisis.

Como se aprecia, tres de los cinco ítems estuvieron por encima de la media de setenta y ocho por ciento (78%) de satisfacción general, lo que denotaría una satisfacción por

la gestión de los canales internos existentes para difundir información, para la comunicación institucional y de actividades, así como por la claridad y oportunidad de los mensajes emitidos.

Otro dato relevante que ha sido confirmado en la realizada es que el setenta y nueve por ciento (79%) de los/as servidores/as reconoce a la Oficina General de Recursos Humanos como aquella que se encarga de gestionar la Comunicación Interna de PRODUCE.

## 6. Objetivos

### 6.1 Objetivo general

El objetivo principal de establecer el "Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE" es el de fortalecer el mecanismo de comunicación interna y, de esa manera, contribuir a la mejora continua de la cultura organizacional.

Estas acciones permitirán mejorar la satisfacción de los/as servidores/as en la institución, implementando los cambios que la institución requiere, de forma que la comunicación se convierta en el pilar básico para el logro de los objetivos, que se enmarcan en los ejes estratégicos de innovación, sostenibilidad, inclusión, integridad pública y gestión institucional.

### 6.2 Objetivos específicos:

Los principales objetivos específicos que se buscan alcanzar con la aprobación e implementación del "Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE", se resumen en:

6.2.1 Contribuir en el compromiso de identificación con la institución de los/as servidores/as para impulsar una producción innovadora con ciencia y tecnología.
6.2.2 Impulsar la sostenibilidad a través de la ecoeficiencia, en el uso de menores recursos para reducir los impactos negativos para el ambiente y ello también como reflejo de nuestro compromiso
6.2.3 Promover la inclusión e igualdad de oportunidades para todos/as los/as servidores/as en el bienestar social y profesional.
6.2.4 Promover una cultura de integridad pública y de transparencia; fortaleciendo el comportamiento ético de los/as servidores/as y lucha contra la corrupción en el ministerio.
6.2.5 Fortalecer la gestión institucional mediante la comunicación digital sobre las acciones que realizan los órganos y unidades orgánicas hacia el logro de los objetivos y metas institucionales.

## 7. Público objetivo

El público objetivo del presente "Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE" son todos los/as servidores/as de PRODUCE, indistintamente de los regímenes laborales

que les sean aplicables y los niveles jerárquicos con los que cuenten. Para dicho fin, los/as servidores del ministerio se han clasificado en los siguientes grupos:

- Grupo 1: Alta dirección
- Grupo 2: Directores generales y directores de línea.
- Grupo 3: Personal CAS y nombrados.
- Grupo 4: Locadores de servicio y practicantes.

## 8. Socios estratégicos

Los socios estratégicos tienen un rol importante en el desarrollo del Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE, dado que su participación genera un valor agregado y multiplicador en las acciones de comunicación interna, contribuyendo así al cumplimiento de las estrategias y objetivos. Se han identificado los siguientes aliados en nuestra entidad:

- **Alta Dirección (SM- VM- SG)**: Su apoyo a las iniciativas es esencial para fortalecer el compromiso de las unidades orgánicas.

- **Directores Generales y directores de línea**: Brindarán soporte, traslado y fortalecimiento de la comunicación y acciones desde RRHH, con sus respectivos equipos de trabajo.

- **Representantes sindicales:** Son aquellos encargados de replicar la información institucional con sus agremiados.

- **Red de líderes de la comunicación:** estrategia de comunicación que será aplicada en relaciones multidireccionales y multiplicadora, estará conformada por servidores/as, con carisma y con facilidad de comunicación.

## 9. Modalidades de trabajo

Debido a la coyuntura actual del Estado de Emergencia Sanitaria a nivel nacional y las disposiciones del gobierno, se establecieron tres modalidades de trabajo: presencial, mixto y remoto con la finalidad de reducir el riesgo de contagio. A continuación, damos a conocer los conceptos de las modalidades de trabajo en PRODUCE:

- **Trabajo remoto.** - Es la prestación de servicios sujeto a subordinación, con presencia física de los servidores en su domicilio o lugar de aislamiento domiciliario, utilizando cualquier medio o mecanismo que posibilite realizar las labores fuera del centro de trabajo, siempre que la naturaleza de las labores lo permita. De acuerdo a lo informado por la Oficina de Administración de Recursos Humanos al 31 mayo del 2022 el veintiséis por ciento (26%) de los/as servidores/as se encuentra bajo esta modalidad de trabajo.

- **Trabajo presencial.** - Implica la concurrencia física del/la servidor/a durante la jornada de trabajo a las instalaciones de PRODUCE. Según la estadística de la

Oficina de Administración de Recursos Humanos al 31 de mayo del 2022 la mitad del personal del ministerio realiza trabajo presencial.

- **Trabajo mixto. -** Implica la combinación de trabajo presencial y el trabajo remoto, alternando las modalidades en atención a las necesidades de la entidad. De acuerdo a lo informado por la Oficina de Administración de Recursos Humanos al 31 de mayo de 2022 el veintiuno por ciento (21%) del personal labora bajo esta modalidad.

Cabe precisar finalmente, que el personal restante, el cual asciende aproximadamente al cuatro por ciento (4%) se encuentra con licencia con goce compensable.

## 10. Canal de comunicación interna

La coyuntura nos ha llevado a establecer el proceso de comunicación interna en un entorno presencial y digital. Para cumplir con este desafío durante el 2022, se han clasificado los canales de comunicación interna entre: canal electrónico, visual y humano.

### 10.1. Canales electrónicos

Es aquella comunicación que implica el intercambio de mensajes en entornos íntegramente digitales o virtuales los cuales están en constante evolución. Dicho lo anterior, para el desarrollo del “Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE”, se han seleccionado los siguientes canales electrónicos:

- Correo institucional: El medio de comunicación digital más utilizado para difundir información.

- Servicio de mensajería WhatsApp: Es la aplicación para celulares de contacto personal y grupal más utilizada en la actualidad, lo que nos permite considerar que el grueso de servidores/as se encuentran familiarizados con su uso. Actualmente se considera una las herramientas de comunicación más relevantes dada la rapidez y efectividad de esta aplicación en tiempo real. Actualmente este no es un canal oficial en PRODUCE, sin embargo, su uso se encuentra ampliamente arraigado por órganos y unidades orgánicas de la institución para el desarrollo de sus funciones.

- Mensajes de texto: Son aquellos mensajes electrónicos que se envían entre dos o más usuarios de dispositivos móviles, portátiles, u otro tipo de ordenador compatible. Típicamente constan de caracteres alfabéticos y numéricos.

- Memorandos Múltiples: Se usa para la comunicación formal simultánea entre órganos y unidades orgánicas de una misma institución. Logrando un efecto multiplicador entre los directores y los servidores a su cargo.

- Videoconferencias (Charlas y/o conversatorios virtuales): A nivel comunicativo, este canal electrónico permite tener una mejor interacción con

los servidores/as. Para su uso se realizan charlas y/o conversatorios mediante la plataforma del *Microsoft Teams* todos los jueves a las 3:00 p. m. y, ocasionalmente, los martes en razón a los requerimientos por otras dependencias. La agenda de las reuniones están alineados a la coyuntura actual, priorizando temas de salud física, y bienestar emocional, entre otros.

- Monitoreo telefónico: En este contexto de pandemia, las llamadas telefónicas retoman su relevancia, debido a la interacción que se presenta al escuchar al emisor de un mensaje al otro lado de la línea (fijo o celular) ya que ofrece una sensación de cercanía con nuestro público objetivo, por ello, el equipo de Recursos Humanos semanalmente se comunica con los servidores/as, para conocer su estado de salud y mantener una retroalimentación en escucha activa.

- Fondo de pantalla o wallpaper en ordenadores de la institución: es la imagen sobre la cual se sitúan los iconos del escritorio. La cual se visualiza continuamente cuando trabajamos con el ordenador, por eso debe de ser una imagen agradable con mensajes cortos y precisos. Además, es la primera interacción cuando el servidor se conecta a su monitor. Este canal es administrado por la Oficina General de Tecnologías de la Información de PRODUCE.

- PRODUCE Virtual: es una plataforma de aplicaciones y de servicios, a la cual se puede acceder de forma rápida y sencilla, a través del portal institucional de PRODUCE. Este canal es administrado por OGTI y nos permite difundir las actividades del Plan de Comunicación Interna 2022 – PRODUCE mediante ventanas emergentes (también conocido como sistema *Pop up*).

- Intranet PRODUCE: es un sistema de red privado de PRODUCE que permite compartir recursos entre el público interno y acceder la información necesaria para el desarrollo de sus actividades. Este canal al igual que el anterior, es administrado por Oficina General de Tecnologías de la Información del ministerio y se ha visto desplazado por el *PRODUCE Virtual*.

### 10.2. Canales visuales

Es toda comunicación que se pueden percibir con la vista, se presenta en elementos bidimensionales y transmiten ideas de una forma sencilla. PRODUCE cuenta con los siguientes canales visuales:

- Mural interno: es un efectivo medio de comunicación de fácil acceso visual, permite motivar un mejor clima laboral y mejorar la imagen institucional.

- Circuito cerrado: es la instalación de equipos conectados que generan un circuito audiovisual para los/as servidores/as de PRODUCE, a través de los monitores o televisores ubicados en la sala de espera de cada piso de la institución. Este canal es administrado por la Oficina de Comunicación e Imagen Institucional del ministerio.

- Publicidad BTL (*Below the Line*): esta estrategia creativa de marketing, se viene utilizando en el brandeo o viniles en los espejos de los servicios higiénicos y paredes de la institución.

### 10.3. Canales humanos

Es la comunicación directa con nuestro público objetivo, es decir cara a cara, o a través de la red de referentes, mediante reuniones consecutivas o activaciones BTL:

- Red de referentes: es una red conformada por servidores/as con vocación y habilidad comunicativa, y dotes de liderazgo que ayudan a potenciar la comunicación interna y contribuir con el fortalecimiento institucional.

- Activación BTL: se caracteriza por ser empleada en forma no masiva de comunicación y por su gran dosis de sorpresa, creatividad, estrategia e impacto social que produce al tener contacto con las personas.

## 11. Canales de comunicación por modalidad de trabajo

En el presente Plan de Comunicación Interna 2022 – PRODUCE se ha considerado los canales de comunicación (visual, electrónico y humano) de acuerdo en las modalidades de trabajo (remoto, presencial y mixto) que realizan los/as servidores/as de la institución, con la finalidad de brindar una comunicación eficaz, oportuna y veraz.

### 11.1. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo remoto

Para los/as servidores/as que realizan trabajo remoto se busca mantener una comunicación fluida para motivarlos y mantenerlos integrados, como si estuvieran en las oficinas.

En ese sentido, en la búsqueda continua de mejoras en la gestión de comunicación interna, se ha implementado un entorno digital de canales electrónicos, utilizando la plataforma de Microsoft Teams, correo institucional, WhatsApp, charlas virtuales, fondos de pantalla y PRODUCE virtual.

### 11.2. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo presencial

En los servidores que realizan trabajo presencial se puede lograr un mejor posicionamiento debido a que interactúan con todos los canales, principalmente con los canales humanos que generan mayor impacto emocional y participativo, fortaleciendo así una comunicación bidireccional.

Asimismo, los canales visuales ubicados en zonas estratégicas de la institución, refuerzan los mensajes claves a transmitir, esto se ve complementado por los canales electrónicos.

### 11.3. Canal de comunicación para la modalidad de trabajo mixto

En los servidores que realizan trabajo mixto, tienen la posibilidad de manejar todos los canales anteriormente mencionados.

## 12. Consideraciones de la comunicación interna

Una vez elegidos los canales de comunicación interna en el presente Plan, se tendrá en consideración para la elaboración de los mensajes los siguientes criterios:

- **Uso de lenguaje inclusivo**: La implementación del proceso de Comunicación Interna debe adoptar el lenguaje inclusivo en la emisión de los mensajes (eligiendo el uso de nombres colectivos para hacer referencia tanto a las mujeres como a los hombres, además del uso de los respectivos artículos al referirse individualmente a cada uno de ellos), tomando como referencia la "Guía para el uso del lenguaje inclusivo", aprobada mediante Resolución Ministerial N° 015-2015-MIMP del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables.

- **Enfoque Intercultural: Lenguas originarias**: De conformidad con establecido en la Ley 29735, Ley que regula el uso, preservación, desarrollo, recuperación, fomento y difusión de las lenguas originarias del Perú, las entidades públicas que se ubiquen o cuenten con sede en un distrito, una provincia o una región con una lengua originaria oficial, además del castellano, pueden implementar el proceso de Comunicación Interna con sus servidores civiles también en las respectivas lenguas originarias oficiales. El enfoque de interculturalidad debe ser tomado en cuenta no solo para la redacción de la comunicación, sino también para la conceptualización de cada acción del plan, a fin de que se respete la diversidad cultural en la entidad.

- **Enfoque de Género:** De conformidad con la Ley 28983, “Ley de Igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres, y el Plan Nacional de Igualdad de Género 2012-2017” aprobado por Decreto Supremo N° 004-2012-MIMP, las entidades públicas deben promover y garantizar la igualdad de género en las políticas, planes y prácticas del Estado.

  Este enfoque permite formular planteamientos para modificar las relaciones de desigualdad, erradicar toda forma de violencia basada en género, asegurar a las mujeres el acceso a recursos y servicios de salud y educación, fortalecer su participación política y ciudadana, entre otros aspectos, esto contribuye a generar una mayor eficacia en cualquiera de los momentos del proceso de comunicación, y permite erradicar roles tradicionales y estereotipos de género y mensajes sexistas.

- **Emocional** Los mensajes serán dirigidos a los/as servidor/a no solo en el ámbito profesional, sino también se enfocará en ayudarlo a sobrellevar la

coyuntura, teniendo como prioridad su bienestar físico, mental y espiritual, así como el de su entorno familiar.

- **Participativo** La comunicación impulsará el involucramiento y opinión de los/as servidores/as mediante los distintos canales a los que hace referencia el presente Plan, fortaleciendo así la comunicación bidireccional, oportuna y en tiempo real, además nos permite identificar las necesidades y oportunidades de mejora continua, gracias a las quejas, sugerencias y opiniones de nuestro público objetivo.

- **Uso de fuentes oficiales:** Para la elaboración de las comunicaciones se considerarán fuentes oficiales nacionales e internacionales, especialmente para el tratamiento de temas de salud en el marco de la epidemia de la COVID-19.

- **Mensaje claro y directo:** Para lograr una buena comunicación y obtener el impacto deseado, el mensaje debe ser de lenguaje sencillo, directo y de fácil comprensión para nuestro público objetivo.

- **Mensaje oportuno**: Para una comunicación eficaz, esta deberá realizarse en el momento que sea necesario y útil para nuestros/as servidores/as, de tal manera que se evite la desinformación.

## 13. Implementación

La Oficina General de Recursos Humanos es la responsable de implementar el presente plan de trabajo. Para ello se valida con las áreas emisoras (que previamente enviaron los insumos necesarios para elaborar la comunicación), el contenido final de los mensajes para su difusión, los mismos que deben ser acordes con los lineamientos, manuales o guías de comunicación institucional o de identidad gráfica; verificando que todos los aspectos guarden relación con lo propuesto en este plan de trabajo.

Asimismo, al ser la comunicación interna un proceso dinámico, sujeto a variaciones según las necesidades de la entidad, por ello se podrán incluir nuevas acciones dentro del Cronograma de Actividades del Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE.

## 14. Seguimiento

La Oficina General de Recursos Humanos efectúa el seguimiento del presente plan, por lo que realizará un proceso de revisión constante del cumplimiento de las actividades contenidas en el Cronograma de Actividades del “Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE”. En caso de haber una variación en el cumplimiento de los plazos establecidos, los motivos deberán ser expuestos y sustentados en un informe de seguimiento, utilizándose este documento como evidencia para la implementación de mejoras en el proceso de comunicación interna.

## 15. Fechas especiales y efemérides: calendarización

A continuación, se presentan las actividades programadas y las fechas que se han priorizado en base al Plan de Cultura Organizacional 2022. Las actividades se realizarán de acuerdo a los ejes estratégicos del Plan, utilizando los canales y consideraciones de comunicación presentados, los cuales dependerán de cada propuesta.

Asimismo, la lista de actividades oficiales queda abierta para actualizar o incluir propuestas que puedan realizarse a lo largo del año.

| ACTIVIDADES | MES |
|---|---|
| DÍA DEL PADRE | JUNIO |
| ANIVERSARIO PRODUCE | JULIO |
| FIESTAS PATRIAS | JULIO |
| DIA DE LA CANCIÓN CRIOLLA | OCTUBRE |
| NAVIDAD | DICIEMBRE |
| NAVIDAD DEL NIÑO PRODUCE | DICIEMBRE |

## 16. Matriz del plan de comunicación interna

Para la matriz del Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE, se utilizó como insumo la información remitida por los órganos y unidades orgánicas de la entidad, de acuerdo a las necesidades de cada dependencia, las mismas que están consignadas en el Anexo 01 del presente Plan.

Finalmente se debe tener en cuenta que la gestión de las actividades planteadas en el “Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE” dependerá de la información y/ejecución del área usuaria solicitante.

## Anexo 1

## Matriz del Plan de Comunicación Interna 2022 - PRODUCE

Visado por CHACON GOMEZ Ericson
FAU 20504794637 hard
Fecha: 2022/07/04 14:50:22-0500