



SIERRA Y SELVA EXPORTADORA
RESOLUCION DE GERENCIA GENERAL
N°006-2024-MIDAGRI-SSE/GG

Lince, 12 de abril de 2024

VISTOS

El Informe N°009-2024-MIDAGRI-SSE/GG-UCII, de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional, el Informe N°064-2024-MIDAGRI-SSE/OPPM, de la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, el Memorando N°163-2024-MIDAGRI-SSE/GG, de la Gerencia General, y el Informe N°056-2024- MIDAGRI-SSE-OAJ, de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N°28890 modificada con la Ley N°30495, se crea el organismo público denominado Sierra y Selva Exportadora, con personería jurídica de derecho público, con autonomía técnica, funcional, administrativa, económica y financiera; constituyendo un Pliego Presupuestal que tiene entre sus objetivos la creación de condiciones y mecanismos que permitan diversificar las actividades productivas de la economía de la zona rural andina y amazónica;

Que, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, depende jerárquicamente de la Gerencia General, y cuya función es la de atender las necesidades de las diferentes áreas de la entidad en temas de cobertura de actividades, desarrollo, procesamiento y difusión de contenido noticioso, fotográfico, audiovisual y diseño, así como la imagen institucional;

Que, en el literal b) del artículo 18 de la Directiva N°001-2018-PE/SSE "Estructura Organizacional y de Responsabilidades de SSE" aprobada con la Resolución de Presidencia Ejecutiva N°040-2018-PE/SSE, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, tiene como función la de proponer proyectos normativos, directivas, lineamientos, documentos de gestión interna o de carácter técnico en el marco de su competencia;

Que, el literal a) del numeral 1.1 de la Resolución de Presidencia Ejecutiva N°008-2024-MIDAGRI-SSE/PE, estipula entre otras funciones para la Gerencia General, en materia Administrativa, la de aprobar el Plan de Comunicaciones de la Entidad;

Que, con el documento de vistos, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, propone el Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024, cuyo objetivo es el fortalecer la presencia institucional a través de la difusión de los servicios y acciones que realiza la entidad mediante sus 20 Sedes Desconcentradas, en beneficio de los pequeños y medianos productores organizados,

Que, con el documento de vistos, la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, emite opinión técnica sobre el Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024, indicando que el mismo cuenta con un presupuesto de S/. 205,349.24, el mismo que es





SIERRA Y SELVA EXPORTADORA
RESOLUCION DE GERENCIA GENERAL
N°006-2024-MIDAGRI-SSE/GG

afectado a la meta 020 de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional, por lo que no demandara mayor asignación presupuestal;

Que, con los documentos de vistos, la Oficina de Asesoría Jurídica opina que es viable que se emita el acto resolutivo que apruebe el Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 de Sierra y Selva Exportadora;

Con el visado de la Gerencia General, de la Oficina de Asesoría Jurídica, la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización, la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional, y;

De conformidad con lo dispuesto por la Ley N°28890 modificada por la Ley N°30495, que creo el Organismo Público denominado Sierra y Selva Exportadora.

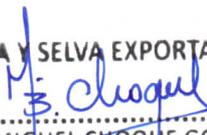
SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 de Sierra y Selva Exportadora, que como Anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer que la responsable de ejecutar el citado Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 de Sierra y Selva Exportadora, sea la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional

Artículo 3.- Disponer la publicación de la presente Resolución en el portal institucional de Sierra y Selva Exportadora (<https://www.gob.pe/sse>).

Regístrese y comuníquese

SIERRA Y SELVA EXPORTADORA

.....
Lic. MIGUEL CHOQUE GÓMEZ
Gerente General



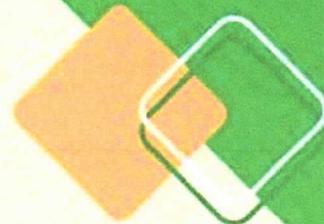


PERÚ

Ministerio
de Desarrollo Agrario
y Riego



sierra y selva
exportadora

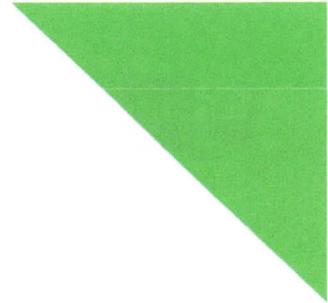
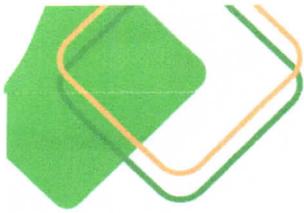


PLAN DE COMUNICACIONES E IMAGEN INSTITUCIONAL

Sierra y Selva Exportadora



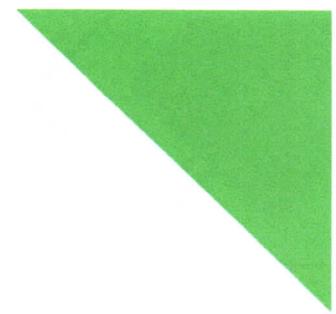
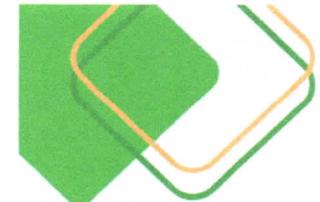
20
24



CONTENIDO

I.- Introducción	3
II.- Enfoques institucionales	4
III.- Marco normativo.....	4
IV.- Objetivos estratégicos institucionales	5
V.- Objetivos de comunicación	5
5.1.- Objetivo general	5
5.2.- Objetivos específicos	5
VI.- Alcance	5
VII.- Vigencia	6
VIII.- Público objetivo priorizado	6
8.1.- Público externo	6
8.2.- Público interno	6
IX.- Lineamientos de comunicación.....	6
X.- Vocería.....	7
XI.- Estrategias de comunicación.....	7
11.1.- Gestión de la información:	7
11.2.- Gestión de la comunicación digital:	8
XII.- Resultados esperados: indicadores y metas	8
XIII.- Cronograma de actividades.....	10
XIV.- Presupuesto	11
XV.- Seguimiento y evaluación	11
XVI.- Glosario de términos.....	11
Anexo 1: Propuesta de Difusión Comunicacional	12





I.- INTRODUCCIÓN

Sierra y Selva Exportadora es una institución adscrita al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego, creada mediante Ley N°28890 del 06 de octubre del año 2006. En sus inicios estaba adscrita a la Presidencia del Consejo de Ministros, pero el 06 de agosto de 2016, con Ley N°30495, se amplió el ámbito de ejecución de las actividades a las zonas de la selva con la finalidad de construir corredores andino-amazónicos.

Su objetivo es impulsar la actividad económica de las zonas rurales de la sierra y selva de nuestro país para lograr el acceso de las y los pequeños y medianos productores organizados a los mercados, de manera sostenible y competitiva, contribuyendo a la reducción de la pobreza.

La gestión efectiva de la comunicación se convierte en un pilar esencial para cualquier institución que busque proyectarse, consolidar su identidad y mantener una conexión sólida con sus públicos objetivos. En el caso de Sierra y Selva Exportadora, el diseño de un Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional responde a una necesidad operativa y representa una estrategia indispensable para enfrentar desafíos significativos que afiancen la presencia institucional.

El Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional orienta y define las estrategias de comunicación, generando el desarrollo de acciones que permitan establecer una comunicación eficaz, fluida y precisa que ayude a la identificación y posicionamiento en nuestros públicos objetivos priorizados.

Así, el presente Plan no sólo es un conjunto de estrategia y acciones, sino un pilar fundamental para mantener y fortalecer la presencia institucional, asegurando la efectividad y el impacto en un contexto de transformación y expansión institucional.



II.- ENFOQUES INSTITUCIONALES

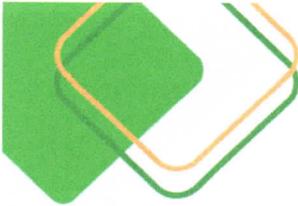
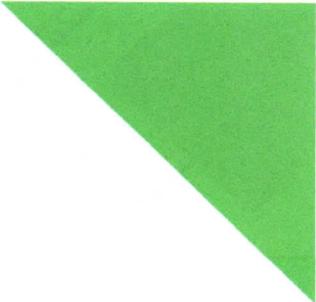
El Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional de Sierra y Selva Exportadora necesita contar con enfoques institucionales porque a través de ellos se transmitirán los mensajes institucionales con claridad y coherencia, maximizando el impacto de la comunicación y contribuyendo al logro de los objetivos institucionales propuestos.

- ✓ **Innovador:** Brindamos asistencia comercial a las organizaciones de productores de la agricultura familiar, buscando que comercialicen sus productos con valor agregado.
- ✓ **Igualdad de género:** A través del presente Plan se reforzarán los mensajes e imágenes a difundir evidenciando el trabajo y reconociendo el papel que cumplen las mujeres en el campo.
- ✓ **Intercultural:** Fomenta la convivencia entre personas de diferentes culturas y religiones, buscando las relaciones interculturales y la no discriminación, teniendo como eje central al productor agropecuario.
- ✓ **Interinstitucional:** La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional trabaja de manera coordinada con el MIDAGRI, teniendo en cuenta la línea gráfica institucional, así como los mensajes comunicacionales de acuerdo a lo establecido por el sector, siguiendo los lineamientos que se determinen en la Presidencia del Consejo de Ministros.

III.- MARCO NORMATIVO

- Constitución Política del Perú, a través de los incisos 4 y 5 del artículo N°2 que consagran los derechos fundamentales de la persona de informar y de ser informado, respectivamente.
- Ley N°28890 que crea Sierra Exportadora, modificada con Ley N°30495 que crea Sierra y Selva Exportadora.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N°040-2018-PE/SSE, que aprueba la Directiva N°001-2018-PE/SSE, denominada “Estructura Organizacional y de Responsabilidades de Sierra y Selva Exportadora”, modificada con Resolución de Presidencia Ejecutiva N°035-2019-MINAGRI-PE/SSE.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N°014-2020-MINAGRI-SSE/PE que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2020-2024.
- Resolución Ministerial N°0450-2022-MIDAGRI que aprueba el “Manual de Identidad Gráfica Institucional del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego”.



- 
- 
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N°071-2023-MIDAGRI-SSE/PE que aprueba el Plan Operativo Institucional 2024.

IV.- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES (PEI)

- ✓ Mejorar la articulación al mercado nacional e internacional de los pequeños y medianos productores agropecuarios organizados.
- ✓ Fortalecer la gestión institucional con enfoque a resultados.
- ✓ Implementar la gestión de riesgo ante desastres en la entidad.

V.- OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

5.1.- Objetivo General

- Fortalecer la presencia institucional a través de la difusión de los servicios y acciones que realiza, mediante sus 20 sedes desconcentradas, en beneficio de los pequeños y medianos productores organizados de la agricultura familiar.

5.2.- Objetivos Específicos

- a) Difundir las acciones y los logros institucionales a través de los canales de difusión tradicional y no tradicional.
- b) Optimizar los canales de comunicación institucional para que la población acceda a información o contenidos utilitarios y conozca los servicios e intervenciones que se realizan.
- c) Implementar nuevas herramientas de comunicación para difusión directa al público objetivo priorizado.
- d) Dar a conocer experiencias exitosas de organizaciones de productores que recibieron asistencia técnica y/o comercial con enfoque social.

VI.- ALCANCE

El presente Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 tiene alcance nacional, a través de la sede central, sedes desconcentradas y oficinas de enlace; y es aplicable para todas y todos los colaboradores de Sierra y Selva Exportadora.



VII.- VIGENCIA

El Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional se implementará durante el presente año 2024.

VIII.- PÚBLICO OBJETIVO PRIORIZADO

8.1.- Público Externo

- a) Primario
 - ✓ Pequeños y medianos productores organizados de la agricultura familiar de todo el país.
 - ✓ Funcionarios (as) y profesionales de los tres niveles de gobierno (nacional, regional y local).
 - ✓ Aliados estratégicos (universidades, organismos internacionales, empresas vinculadas al sector agropecuario).
- b) Secundario
 - ✓ Medios de comunicación (tradicional y no tradicional).
 - ✓ Líderes de opinión.
 - ✓ Ciudadanía en general.

8.2.- Público Interno

- Funcionarios (as) y colaboradores (as) de la sede central, sedes desconcentradas y oficinas de enlace de Sierra y Selva Exportadora.

IX.- LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

Para el cumplimiento del Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional 2024 es necesario establecer lineamientos que faciliten el desarrollo y la implementación de cada una de las actividades programadas. Se tendrá en cuenta lo siguiente:

- a) Coordinación institucional a nivel de la Alta Dirección para el logro de los objetivos propuestos.
- b) Articulación con los órganos de línea, sedes desconcentradas y oficinas de enlace para mayor cobertura de las acciones de comunicación, respecto de la identificación de contenidos informativos a difundir.
- c) Los órganos de línea y sedes desconcentradas deberán proveer oportunamente la información técnica para procesar y difundir.



X.- VOCERÍA

La vocería ante los medios de comunicación recae en la presidencia ejecutiva de Sierra y Selva Exportadora. Las y los directores de línea podrán tener dicha representación institucional, previa coordinación. En casos excepcionales y para temas específicos la vocería estará a cargo de los especialistas.

Las y los jefes de las sedes desconcentradas podrán ser voceros (as) de la institución ante los medios de comunicación (tradicionales y no tradicionales) para abordar temas regionales vinculados a sus sedes siempre que tengan la autorización, a través de correo electrónico, de la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional.

En cualquiera de los casos, todo tipo de declaración ante medios de comunicación, que sea gestionada por la institución o pedido de parte, deberá ser previamente informada a la Oficina de Comunicaciones e Imagen Institucional del MIDAGRI por la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional de Sierra y Selva Exportadora.

Las vocerías de carácter técnico (por ejemplo: participación en eventos académicos) donde no exista presencia de medios de comunicación deberán ser coordinadas y aprobadas por su jefe inmediato superior y/o la gerencia general de la institución.

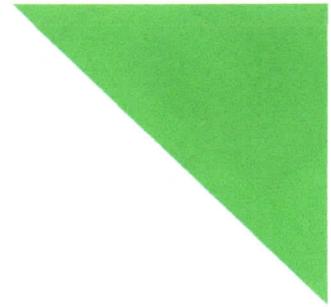
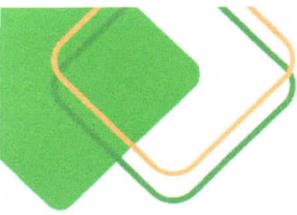
XI.- ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias comunicacionales del Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional consideran la participación de las diferentes áreas de Sierra y Selva Exportadora para generar contenido comunicacional de interés público a ser difundido por los canales institucionales.

Incluyen actividades y productos comunicacionales esenciales para alcanzar los objetivos planteados. Para ello, se empleará un enfoque integral de la comunicación, considerando ese proceso como transversal a toda la organización, con acciones destinadas a resaltar la gestión mediante el uso de herramientas de comunicación.

11.1.- Gestión de la información: Se difundirá información sobre los objetivos estratégicos priorizados, el desempeño de la institución y los logros obtenidos, a partir de nuestra intervención con las organizaciones de productores organizados a las que brindamos servicios de asistencia técnica y comercial. El manejo oportuno y adecuado fortalecerá la imagen y generará opinión favorable de la institución.





Este componente incluye la planificación, producción/elaboración y difusión de materiales comunicativos, como notas de prensa, comunicados, videos y piezas gráficas destinados a llegar a mayor número de personas, a través de los medios de comunicación tradicionales y no tradicionales a nivel nacional.

11.2.- Gestión de la comunicación digital: Se generarán contenidos informativos utilitarios y de interés para los ciudadanos, los cuales serán difundidos de forma orgánica y en entornos interactivos. Se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ **Branding:** Consiste en la revisión, actualización y/o ajuste de la línea gráfica, teniendo como base el Manual de Identidad Gráfica institucional y del MIDAGRI.
- ✓ **Diseño de contenido:** Define el contenido a difundir a través de los diferentes tipos de piezas gráficas, las cuales pueden tener corte informativo, utilitario o educativo. Los formatos se trabajarán de acuerdo a la plataforma en que serán publicados.
- ✓ **Cobertura en vivo:** Se harán transmisiones “en vivo” de temas de relevancia social y de actividades que generen interés de los públicos objetivos priorizados y que siguen las redes sociales institucionales.

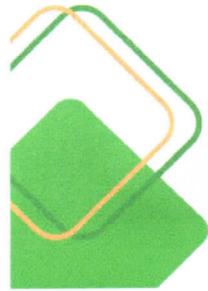
XII.- RESULTADOS ESPERADOS: INDICADORES Y METAS

Objetivos de comunicación	Herramienta de comunicación	Indicadores de proceso	Meta	Fuente de verificación
Difundir las acciones y los logros institucionales a través de los canales de difusión tradicional y no tradicional.	Nota de prensa	N° de notas de prensa publicadas en medios masivos de comunicación a nivel nacional en el año.	20	Clipping de prensa
	Vocería institucional	N° de entrevistas o declaraciones brindadas por los voceros de la institución en medios de comunicación nacional, regional o local en el año.	06	Correos electrónicos con el link de la entrevista
Optimizar los canales de	los de Capacitación	N° de capacitaciones		



comunicación institucional para que la población acceda a información o contenidos utilitarios y conozca los servicios e intervenciones que se realizan.	virtual a personal de las sedes desconcentradas.	sobre formas de tomar fotos y grabar videos con el celular.	01	Video de la capacitación virtual.
	Capacitación virtual a jefes de las sedes desconcentradas.	N° de capacitaciones de formas de afrontar entrevistas en medios de comunicación.	01	Video de media training.
Implementar nuevas herramientas de comunicación para difusión directa con el público objetivo priorizado.	Creación de grupos de whatsapp de organizaciones de productores.	N° de material comunicacional (post, gif, infografías y videos) informativo, educativo y utilitario.	30	Mensajes enviados.
	Creación de base de correo electrónico de organizaciones de productores.			Correos electrónicos enviados.
Dar a conocer experiencias exitosas de organizaciones de productores que recibieron asistencia técnica y/o comercial con enfoque social.	Casos exitosos de organizaciones de productores	N° de videos de organizaciones de productores	06	Youtube de Sierra y Selva Exportadora

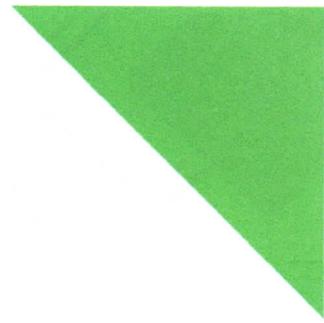
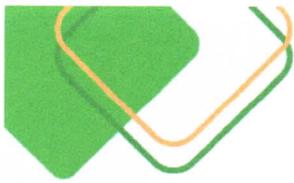




XIII.- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACCIÓN	ABR				MAY				JUN				JUL				AGO				SET				OCT				NOV				DIC															
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2								
Objetivo Específico 1: Difundir las acciones y los logros institucionales a través de los canales de difusión tradicional y no tradicional																																																
Elaboración y difusión de notas de prensa (20)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Gestión de entrevistas en medios de comunicación a nivel nacional (06)																																																
Objetivo Específico 2: Optimizar los canales de comunicación institucional para que la población acceda a información o contenidos utilitarios y conozca los servicios e intervenciones que se realizan																																																
Capacitación virtual a personal de las sedes desconcentradas (01)																																																
Capacitación virtual a jefes de sedes desconcentradas (02)																																																
Objetivo Específico 3: Implementar nuevas herramientas de comunicación para difusión directa al público objetivo priorizado																																																
Creación de 01 grupo de WhatsApp de organizaciones de productores con 35 envíos de información al año																																																
Creación de 01 base de correo electrónico de organizaciones de productores																																																
Objetivo Específico 4: Dar a conocer experiencias exitosas de organizaciones de productores que recibieron asistencia técnica y/o comercial con enfoque social																																																
Casos exitosos de organizaciones de productores (06)																																																





XIV.- PRESUPUESTO

Para atender las necesidades básicas y dar cumplimiento a lo propuesto en el presente Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional esta Unidad cuenta con un Presupuesto de **205,349.24 soles.**

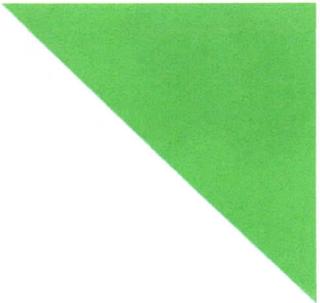
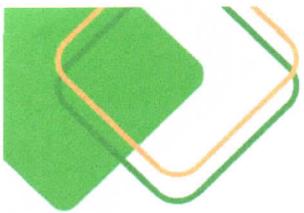
XV.- SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La Unidad de Comunicación e Imagen Institucional realizará el seguimiento permanente de las acciones planteadas en el presente Plan de Comunicaciones e Imagen Institucional e informará trimestralmente los resultados obtenidos a la Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización como parte del Plan Operativo Institucional 2024.

XVI.- GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ✓ Canales de comunicación institucionales: Se refiere a las plataformas digitales que cuenta la institución: redes sociales, canal de youtube y portal institucional.
- ✓ Herramienta de difusión: Está conformada por todos aquellos elementos que permitan difundir una idea, mensaje o lema de la entidad.
- ✓ Materiales comunicacionales: Son productos de comunicación que facilitan el logro de los objetivos propuestos, como: imágenes, gráficos y videos.
- ✓ Medio de comunicación tradicional: Es aquel que maneja un proceso de comunicación exclusivo para transmitir el mensaje deseado, como: prensa escrita, televisiva y radial.
- ✓ Medio de comunicación no tradicional, alternativo o digital: Se refiere a los medios que hacen uso de la internet, donde es posible transmitir el mensaje deseado y obtener una respuesta inmediata del usuario, como: redes sociales, youtube y aplicaciones de mensajería móvil.
- ✓ Nota de prensa: Es una comunicación escrita dirigida a los medios de comunicación (tradicionales y no tradicionales) con el propósito de anunciar información de interés periodístico buscando su publicación.



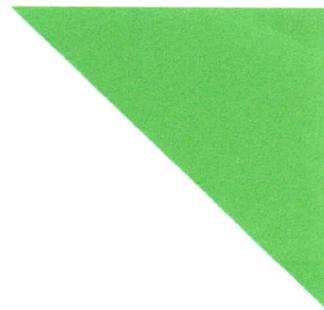
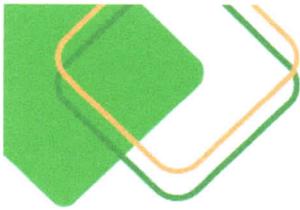


Anexo 1

PROPUESTA DE DIFUSIÓN COMUNICACIONAL

- Fecha de la actividad.
- Lugar (comunidad campesina – distrito – provincia – región). De ser el caso, mencionar el nombre de la organización.
- **Tipo de actividad:** Nombre o actividad en la que se participa, mencionar si es la primera vez que se interviene. Ejemplo: Firma de convenio interinstitucional entre SSE y SIPPO.
- **Objetivo de la información:** Debe incluirse el motivo por el que se considera que dicha información es importante y/o novedosa. Ejemplo: Mediante este acuerdo, por primera vez, SIPPO financiará la implementación de un centro de acopio para productores de café, el cual demandará una inversión de 120 mil soles y que concentrará la asistencia técnica de profesionales de diferentes oficinas del MIDAGRI.
- **Participación de SSE:** Se debe explicar de manera sencilla las labores y/o aporte que realizó SSE. Ejemplo: SSE realizó la propuesta y coordinación entre las instituciones y presentó el plan de trabajo para realizar el convenio. Además, brindará asistencia técnica y realizará la articulación con el mercado para la comercialización de sus productos.
- **Instituciones involucradas:** Debe mencionarse si el trabajo es en alianza con otras entidades públicas o privadas y cuáles son sus niveles de participación. Ejemplo: SENASA tendrá mesa de atención sobre temas de inocuidad. Agroideas co-financiará la contratación de un administrador por un año. Agrorural capacitará sobre abonamiento.
- **Beneficiarios:** Debe informarse el número de participantes o de personas a las que se beneficia, así como los nombres de las asociaciones y un contacto para testimonio.
- **Aporte adicional:** También debe colocarse un dato o antecedente que pueda generar valor. Ejemplo: Durante el 2022, el distrito de Padre Abad se ha





convertido en el segundo productor de plátano Harton en el Perú y dos organizaciones beneficiarias lograron certificación orgánica con miras a exportar.

- **Material de foto y video**

Para el envío de las fotos y/o videos debe tenerse en cuenta las siguientes recomendaciones:

- ✓ De realizarse el registro con un celular, es importante que sea de manera HORIZONTAL.
- ✓ Grabar en un lugar sin mucho ruido y donde no transiten personas.
- ✓ No caminar mientras se graba y tener el celular estable para evitar movimientos bruscos.
- ✓ Grabar desde cinco segundos antes de iniciar el testimonio y hasta cinco segundos después de terminarlo.
- ✓ Procurar realizar la grabación de día o en una zona iluminada. En caso sea un día soleado, ubicarse de forma contraria al sol.
- ✓ Verificar que el mensaje sea claro y entendible.
- ✓ No enviar el material por WhatsApp.
- ✓ Enviar el material por enlace en Smash, WeTransfer, Drive o DropBox.

