

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN
13845996115102



senace

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL
PARA LAS INVERSIONES SOSTENIBLES

FIRMADO POR:

PLAN DE COMUNICACIONES 2024

SERVICIO NACIONAL DE CERTIFICACIÓN AMBIENTAL PARA LAS
INVERSIONES SOSTENIBLES - SENACE

**Comprometidos
contigo y el
ambiente**

CONTENIDO

I.	Introducción	3
II.	Marco normativo	3
III.	Contexto y expectativas	3
IV.	Marco estratégico	4
V.	Cronograma de actividades	12
VI.	Presupuesto	12
VII.	Financiamiento	12
VIII.	Seguimiento y evaluación	12
	Anexo	13

I. Introducción

El Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace) fue creado 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 (Minam), con el objeto de evaluar los instrumentos de gestión ambiental de los proyectos de inversión. El Senace forma parte del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental, cuya rectoría la ejerce el Minam.

Asimismo, el Senace tiene como misión “Coadyuvar a la prevención de los impactos ambientales a través de la emisión de la certificación ambiental a los proyectos de inversión pública, privada o de capital mixto, evaluados de manera transparente, predictiva, con calidad técnica, participativa y confiable, contribuyendo 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 su seguimiento y evaluación, orientado a coadyuvar al cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

El presente Plan es un documento que orienta y define las estrategias y acciones comunicacionales, en los componentes interno y externo, alineándolas con los objetivos institucionales de la entidad. Las estrategias descritas para el año 2024 promueven el conocimiento de las funciones y competencias del Senace, en cada vez mayores espacios y públicos en todo el país.

II. Marco normativo

Ley N° 29968, Ley de Creación del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace).

Decreto Legislativo N° 1394, que fortalece el funcionamiento de las autoridades competentes en el marco del Sistema Nacional de Evaluación de Impacto Ambiental.

Decreto Supremo N° 009-2017-MINAM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Senace.

Resolución de Consejo Directivo N° 0002-2022-SENACE/CD, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2026 del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace).

Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 00125-2023-SENACE/PE, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2024 consistente con el PIA del Senace.

Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 0041-2023-SENACE/PE, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) Multianual 2024-2026 del Senace.

III. Contexto y expectativas

En el año 2023, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional utilizó medios virtuales y presenciales para la realización de sus funciones. La cobertura de actividades a nivel nacional y la elaboración de productos de difusión más sofisticados, marcaron la pauta para fortalecer la difusión y promoción de los

objetivos de la entidad y la participación ciudadana en los procesos de certificación ambiental.

En el 2024, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional prevé cumplir estas metas y sumar nuevas estrategias sostenibles en el tiempo, en los componentes interno y externo. Así, la prioridad recae en el fortalecimiento de los canales internos y el canal digital Senace TV, la promoción de la aplicación SenaceMóvil y la elaboración de nuevos productos que sostengan una comunicación adecuada, oportuna e intercultural, con el propósito de asentar la marca Senace en todos los espacios y públicos posibles, en todo el territorio.

IV. Marco estratégico

Definimos el marco estratégico como la estructura global que guiará a la entidad hacia el cumplimiento de su misión y de sus objetivos. Para ello considera las directivas, lineamientos, la planificación, articulación de actividades y estrategias, y todas las herramientas asentadas en los valores y la cultura institucional del Senace.

Misión institucional

Coadyuvar a la prevención de los impactos ambientales a través de la emisión de la certificación ambiental a los proyectos de inversión pública, privada o de capital mixto, evaluados de manera transparente, predictiva, con calidad técnica, participativa y confiable, contribuyendo al desarrollo sostenible del país.

Lema

“Impulsamos el desarrollo sostenible del país”.

Lineamientos de política institucional ¹

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/las ciudadanos/as.
4. Fortalecer una gestión transparente con rendición de cuentas oportuna y participación informada.

¹ Los Lineamientos de la política institucional del Senace fueron aprobados en la décima segunda sesión del Consejo Directivo del 29 de enero de 2016, mediante Acta de sesión ordinaria del Consejo Directivo del Senace N°012-2016.

Propuesta de valor

“Trabajamos con un modelo de certificación ambiental que garantiza localización técnica, imparcialidad y transparencia en la evaluación ambiental y brinda confianza a la sociedad contribuyendo al desarrollo sostenible del país”.

Valores institucionales²

Los valores institucionales actúan como eslabones que vinculan el perfil del/de la servidor/a 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/las servidores/as del Senace. Estos valores son:

- Ética profesional:** Actuar con veracidad en el desarrollo del ejercicio profesional y de acuerdo con el Código de ética de la función pública.
- Productividad y resultados:** Todo/a servidor/a debe ser capaz de identificar la contribución de sus acciones en los objetivos, metas y resultados.
- Respeto:** Acatar con responsabilidad las opiniones técnicas de las entidades y de los/las servidores/as internos/as.
- Transparencia:** Difundir los resultados de la gestión institucional y de las evaluaciones sin barreras administrativas.
- Compromiso:** Actuar de manera proactiva en el marco del cumplimiento de la visión institucional.
- Oportunidad:** Actuar con celeridad, respondiendo a la ciudadanía dentro de los plazos establecidos normativamente.

Articulación de los planes institucionales

El Plan Estratégico Institucional (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.

En el 2022 y 2023 se alcanzaron los siguientes resultados:

PEI 2022-2026 del Senace ³						
OEI / AEI		Indicador	Método de cálculo	Logros alcanzados en el periodo del plan		
Código	Descripción			2022	2023	Órgano
AEI.03.03	Gestión de la comunicación y difusión implementada en el Senace.	Porcentaje de acciones de comunicación y difusión implementadas.	Σ acciones ejecutadas del Plan de Comunicaciones / Σ acciones planificadas en el Plan de Comunicaciones 100%	100	100	COM

Fuente PEI.

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

Para el 2024, se espera alcanzar los siguientes resultados:

² Los valores institucionales se recogieron del PEI 2022-2026.

³ Aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 00002-2022-SENACE/CD.

PEI 2022-2026 del Senace ⁴							
OEI / AEI		Indicador	Método de cálculo	Logros esperados en el periodo del plan			
Código	Descripción			2024	2025	2026	Órgano
AEI.03.03	Gestión de la comunicación y difusión implementada en el Senace.	Porcentaje de acciones de comunicación y difusión implementadas.	Σ acciones ejecutadas del Plan de Comunicaciones / Σ acciones planificadas en el Plan de Comunicaciones 100%	98	100	100	COM

Fuente: PEI.

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional tiene programadas dos (02) actividades operativas en el Plan operativo institucional 2024, a fin de contribuir con los objetivos institucionales de la entidad.

Asimismo, la ejecución de las actividades operativas se realizará mediante una permanente coordinación con la Alta Dirección, las direcciones de línea, y los órganos y unidades orgánicas del Senace.

Actividad operativa	Unidad de medida	Meta esperada
Elaboración de estrategias de comunicación y difusión de actividades en medios masivos.	Documento	5
Elaboración de estrategias, eventos y campañas internas y externas para fortalecer la imagen institucional.	Campaña ejecutada	46

Fuente: POI.

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

AO 01. Elaboración de estrategias de comunicación y difusión de actividades en medios masivos

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 producción de materiales y actividades para la difusión de información en plataformas y medios de comunicación.

AO 02. Elaboración de estrategias, eventos y campañas internas y externas para fortalecer la imagen institucional

Actividad operativa que consiste en realizar campañas, eventos o acciones puntuales dirigidas al público externo e interno, con lo cual se espera alcanzar una percepción positiva respecto del Senace de los grupos de interés; coadyuvando al posicionamiento institucional.

⁴ Aprobado mediante Resolución de Consejo Directivo N° 00002-2022-SENACE/CD.

Público objetivo

Como una entidad altamente especializada, el Senace cuenta con un público específico. Sin embargo, sus acciones involucran a toda la ciudadanía en diferentes segmentos:

Tipo de público	Primario	Secundario
Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Servidores/as civiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de terceros • Nómina de especialistas⁵ • Practicantes
Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Titulares, gremios, consultoras ambientales • Ciudadanos/as de áreas de influencia • Medios de comunicación • Organizaciones de la sociedad civil • Gobiernos regionales y locales • Academia: colegios profesionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Otras entidades del Estado • Academia: universidades • Instituciones educativas • Ciudadanía en general

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

Estrategia comunicacional

Las líneas estratégicas de comunicación se articulan a los lineamientos de política institucional definidos en el PEI 2022-2026 del Senace.

A partir de estos lineamientos institucionales se han definido los objetivos de comunicación y mensajes claves, la priorización de públicos objetivos y las campañas de comunicación a través de medios masivos.

Para la implementación de la estrategia comunicacional se realizará una permanente coordinación con la Alta Dirección, las direcciones de línea, y los órganos y unidades orgánicas del Senace.

Enfoque de la comunicación

Se desarrollará un trabajo de comunicación efectiva y proactiva, identificando y evaluando aquellas oportunidades que nos permitan difundir de manera óptima los mensajes institucionales, destacando los conceptos de calidad y confianza. Asimismo, se fortalecerá el posicionamiento como entidad comprometida con la integridad y lucha contra la corrupción.

Las campañas de comunicación sobre integridad y lucha contra la corrupción del Senace buscarán difundir las acciones y avances con el objetivo de dar a conocer al público interno y externo sobre las directivas, normas, estrategias y aplicativos que promueven una cultura de integridad, así como los avances y acciones realizados para la prevención de la corrupción en la entidad.

⁵ Los profesionales contratados de la nómina de especialistas también son considerados debido a las actividades que realizan.

También, de manera coordinada, se realizará la difusión de proyectos tecnológicos digitales más relevantes para informar sobre los alcances y beneficios de su implementación a favor de los administrados y la ciudadanía.

Asimismo, consolidaremos las estrategias comunicacionales para difundir las actividades desarrolladas por la entidad, tales como:

- **Senace en regiones**
Estrategia comunicacional que refuerza la labor descentralizada en las regiones, para difundir en diferentes públicos diversos conocimientos sobre el trabajo, fines y logros de la entidad. Comprende actividades como la “Ruta Regional” y las presentaciones de "Aprendiendo con Senace". Además, reuniones para reforzar el vínculo con comunicadores y periodistas regionales, y la promoción de productos insignia como Senace TV, Senace Móvil y ABC del Senace. Cada actividad adquirirá el nombre de la región en donde se realice, por ejemplo: “Senace en Cusco”.
- **Aprendiendo con Senace**
Estrategia comunicacional dirigida al público en general con mensajes amigables y cercanos, a fin de informar, difundir y fortalecer el conocimiento sobre el Senace. La misma se desarrollará, preferentemente, a través de medios virtuales en coordinación y a solicitud de la Presidencia Ejecutiva y/o los órganos de línea.

Objetivos de comunicación

Tipo	Principales	Específicos
Interno	Propiciar un mayor nivel de conocimiento e identificación con los lineamientos y prioridades que establezca la Alta Dirección; favoreciendo el diálogo interno, sentido de pertenencia, compromiso, participación y un mejor clima laboral entre los/las servidores/as del Senace.	Alcanzar a todos/as los/las servidores/as a través de los canales digitales de comunicación interna. Promover la identificación de los/las servidores/as con la propuesta de valor institucional. Promover iniciativas de comunicación que contribuyan a fortalecer el clima laboral, con la participación de los/las servidores/as. Mantener el índice de satisfacción sobre la gestión de la comunicación interna por encima del 80%.
Externo	Fortalecer el conocimiento sobre las competencias y funciones del Senace en el público objetivo, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas.	Difundir la labor que realiza el Senace. Implementar materiales de comunicación pertinentes sobre temas vinculados a la entidad. Desarrollar productos audiovisuales amigables, interactivos y que generen interés del público. Impulsar el relacionamiento con actores claves.

Tipo	Principales	Específicos
	Favorecer y fortalecer la difusión de actividades institucionales realizadas por las Direcciones de Línea; en coordinación con las mismas.	Difundir el desarrollo de las herramientas de gestión social ⁶ así como a las audiencias públicas y talleres participativos.

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

Claves estratégicas

Transmitir mensaje de calidad y confianza en atención al público objetivo.

La estrategia a nivel interno:

- a. Potenciar las herramientas y canales internos de comunicación de manera creativa y utilitaria, logrando impactar en el/la servidor/a civil y su forma de hacer las cosas.
- b. Generar contenidos relevantes que propicien fluidez en la interacción del personal.
- c. Fomentar actividades que propicien el diálogo interno y el trabajo en equipo.
- d. Apoyar en la realización efectiva de los mecanismos para la comunicación en cascada.

La estrategia a nivel externo:

- a. Proponer, en coordinación con las direcciones de línea, los contenidos y materiales comunicacionales adecuados al contexto social y cultural de la población ubicada en el área de estudio de los proyectos de inversión que se encuentran en proceso de certificación ambiental y/o área de influencia de los proyectos de inversión aprobados.
- b. Consolidar las herramientas de comunicación implementadas a través de Senace TV.
- c. Desarrollar acciones comunicacionales conjuntas con diversas entidades, mediante mecanismos de colaboración, de acuerdo con las prioridades institucionales.

Para el adecuado cumplimiento de las estrategias internas y externas descritas, se prevé desarrollar un conjunto de acciones, que se encuentran articuladas a las actividades operativas del POI 2024, a fin de contribuir al cumplimiento de los objetivos institucionales. Dichas acciones se describen a continuación:

⁶ Conforme los Lineamientos de gestión social para el fortalecimiento de la certificación ambiental del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles – Senace, aprobados mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 026-2023-SENACE/PE, las herramientas de gestión social son: avanzada social, visita técnica, articulación regional, acciones de prevención de conflictos y aula intercultural.

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.

1. Elaboración del Plan de comunicaciones

El Plan de comunicaciones es un documento que orienta y define las estrategias y acciones comunicacionales, alineándolas con los objetivos institucionales de la entidad.

La elaboración de este documento es fundamental para definir una guía matriz en el trabajo comunicacional, planificando y estructurando las actividades a realizar. El plan otorga las claves para fortalecer y mejorar la comunicación en general, favoreciendo así el posicionamiento positivo del Senace como una entidad eficiente, moderna, transparente y con altos estándares de integridad.

2. Creación y difusión de contenidos sobre participación ciudadana y certificación ambiental

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional coordinará con los órganos de línea el desarrollo y/o actualización de diversos productos que destaquen la labor de nuestra institución, con la finalidad de diseñar y difundir materiales de comunicación relacionados a la participación ciudadana y a la certificación ambiental adecuados a cada sector y realidad, así como con pertinencia cultural. De esta manera, se brindará información de manera clara y transparente sobre las acciones que realiza el Senace, fomentando una participación ciudadana efectiva.

3. Implementación de acciones de comunicación externa

Ampliaremos la difusión de las acciones que realiza el Senace a nivel nacional mediante medios de comunicación, fortaleciendo las plataformas digitales como Senace TV y Senace Móvil; así como la difusión del boletín externo institucional y de las actividades que se realicen a nivel regional, en coordinación con los órganos de línea y demás órganos y unidades orgánicas.

4. Implementación de campañas de comunicación interna

Se ejecutarán dentro de la entidad para difundir mensajes a los/las servidores/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 diversos canales de comunicación.

Para el 2024, se han programado 10 campañas internas relacionadas a temas institucionales como: integridad y lucha contra la corrupción (documentos normativos y actividades relacionadas al modelo de integridad), seguridad y salud en el trabajo, gestión del rendimiento, ecoeficiencia, enfoque de género, tecnologías de la información, control interno, entre otros, en coordinación con las unidades de organización correspondientes.

Asimismo, se realiza un acompañamiento comunicacional a las actividades de la Unidad de Recursos Humanos, principalmente a las de bienestar social y salud ocupacional. En el Anexo: Plan de comunicación interna del subsistema administrativo de recursos humanos, se recogen dichas actividades para seguimiento.

5. Implementación de campañas en redes sociales

Se ha programado 36 campañas en redes sociales para el público externo con el fin de informar a la ciudadanía sobre la labor de la entidad, los eventos, noticias y otros temas relacionados, en coordinación con las unidades de organización correspondientes.

6. Organización de eventos y protocolo

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional organizará el protocolo en los eventos que realice la entidad, en coordinación con la Presidencia Ejecutiva y/o los órganos de línea. También coordinará la participación de voceros/as en eventos de terceros con la finalidad de difundir los avances, logros y retos de la entidad a la ciudadanía.

Definición de mensajes

A nivel interno, los mensajes se centrarán en fortalecer nuestra cultura organizacional, fomentar la integración y asegurar una comunicación adecuada.

A nivel externo, el enfoque principal de los mensajes será la promoción de la calidad, la rigurosidad técnica y la confianza en la evaluación ambiental realizada por el Senace.

Herramientas

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

Interna	Externa
	Prensa
	Relaciones públicas
	Social media
	Senace TV
	Senace Móvil
Materiales audiovisuales	
Eventos	
Correo electrónico / e-mailings	
Viva Engage	
Microsoft Teams	
Fondos de pantalla	
Ambientación	
Boletines	

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

V. Cronograma de actividades

En el marco del presente Plan, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucionalha programado acciones, de manera mensual, que se encuentran articuladas a lasactividades operativas del Plan operativo institucional para el logro de los objetivosy acciones estratégicas del PEI 2022-2026 del Senace.

VI. Presupuesto

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

VII. Financiamiento

Las acciones serán ejecutadas por el personal CAS con los recursos presupuestales de la planilla mensual correspondiente al año 2024, asignados a la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

VIII. Seguimiento y evaluación

El jefe de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional realizará el seguimiento constante para el cumplimiento del presente plan, que será evaluado por la Gerencia General al término de cada trimestre.

**Anexo: Plan de comunicación interna
(subsistema administrativo de recursos humanos)**

Ss	Subsistema administrativo de RH	Objetivos	Emisor	Audiencia	Mensajes claves	Canal (herramienta)	Frecuencia
Ss2	Organización del trabajo y su distribución	Difundir las normas internas relacionadas con RH	RH/COM	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno/portal institucional	Según cada oportunidad
Gestión del empleo							
Ss3	Gestión de la incorporación	Socializar la información para saludo de bienvenida de personal nuevo y procesos de inducción	RH/COM	Personal de reciente incorporación	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno	Según cada oportunidad
	Administración de personas	Difundir información relevante sobre compensaciones - control de personal	RH/COM	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno/portal institucional	Según cada oportunidad
Ss4	Gestión de rendimiento	Realizar campaña de difusión de información sobre el proceso de GDR	RH/COM	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno	Según cada oportunidad
Ss5	Gestión de la compensación	Difundir información relevante relacionada con RH	RH/COM	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno	Según cada oportunidad
Ss6	Gestión del desarrollo y capacitación	Realizar campaña de difusión de información sobre el proceso de GDC	RH/COM	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno	Según cada oportunidad
Ss7	Gestión de las relaciones humanas y sociales						

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.

Seguridad y salud en el trabajo: salud ocupacional	Difundir las actividades para la participación del recurso humano en las actividades de SST y medicina ocupacional	URH	RH Senace	Mensajes variados de acuerdo a las actividades a ejecutar	Correo electrónico interno/web de bienestar y salud	Según programación del Plan de seguridad y salud en el trabajo 2024
Bienestar social	Difundir las actividades para la participación del recurso humano: programas de vacaciones útiles, Día de la amistad, Día de la mujer, Día de la secretaria, Día de la Madre, Día del Padre, actividad por fiestas patrias, Día de la familia, Día de la canción criolla, campeonato deportivo, entre otras.	URH	RH Senace	Mensajes variados de acuerdo a las actividades a ejecutar	Correo electrónico interno/web de bienestar y salud	Según programación de Plan de BS y DH 2024
Cultura y clima organizacional	Difundir los resultados sobre clima laboral	URH	RH Senace	Mensajes variados de acuerdo a las actividades a ejecutar	Correo electrónico interno/portal institucional	Según programación

Elaboración: Unidad de Recursos Humanos.