



CÓDIGO DE VERIFICACIÓN  
14000330857466

FIRMADO POR:

# PLAN DE COMUNICACIONES 2025

## Contenido

<b>I.</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>3</b>
<b>II.</b>	<b>ANTECEDENTES</b> .....	<b>3</b>
<b>III.</b>	<b>MARCO NORMATIVO</b> .....	<b>4</b>
<b>IV.</b>	<b>ANÁLISIS DE CONTEXTO</b> .....	<b>4</b>
	4.1. Descripción de la entidad.....	4
	4.2. Diagnóstico .....	6
<b>V.</b>	<b>MARCO ESTRATÉGICO</b> .....	<b>7</b>
	5.1. Articulación de planes institucionales .....	8
	5.2. Herramientas comunicacionales .....	9
	5.3. Enfoque de comunicación.....	10
<b>VI.</b>	<b>OBJETIVOS</b> .....	<b>10</b>
	6.1. Objetivo general .....	10
	6.2. Objetivos específicos.....	10
<b>VII.</b>	<b>PÚBLICO OBJETIVO</b> .....	<b>11</b>
<b>VIII.</b>	<b>MENSAJES CLAVES</b> .....	<b>11</b>
<b>IX.</b>	<b>LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN</b> .....	<b>12</b>
	9.1. Comunicación interna .....	12
	9.2. Comunicación externa .....	14
<b>X.</b>	<b>CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</b> .....	<b>19</b>
<b>XI.</b>	<b>PRESUPUESTO</b> .....	<b>20</b>
<b>XII.</b>	<b>MONITOREO Y EVALUACIÓN</b> .....	<b>20</b>
	Anexo 1: Plan de comunicación interna (subsistema administrativo de recursos humanos) .....	21

## I. INTRODUCCIÓN

La Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional (COM) del Senace es la unidad orgánica que articula, integra y ejecuta las acciones vinculadas a comunicación, prensa, imagen, eventos, protocolo y relaciones públicas del Senace, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas.

La COM se encarga de elaborar, proponer y ejecutar el plan de comunicaciones de la entidad, así como efectuar el seguimiento y evaluación, con la finalidad de contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales.

El Plan de Comunicaciones 2025 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 promueven el conocimiento de las funciones y competencias del Senace, en diversos espacios y públicos en todo el país.

## II. ANTECEDENTES

- Resolución de Consejo Directivo n° 0002-2024-SENACE/CD, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2027 Ampliado del Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles (Senace).
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 00133-2024-SENACE/PE, que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2025 consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) del Senace.

### III. 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

### IV. ANÁLISIS DE CONTEXTO

#### 4.1. Descripción de la entidad

El Servicio Nacional de Certificación Ambiental para las Inversiones Sostenibles - Senace, es un organismo público técnico especializado, adscrito al Ministerio del Ambiente, que evalúa la viabilidad ambiental de los grandes proyectos de inversión del país, con solidez técnica y participación ciudadana efectiva, generando confianza de la población en el proceso de evaluación ambiental.

Fue creado en 2012 con el objetivo de implementar un sistema de evaluación ambiental de los grandes proyectos de inversión, de manera eficiente, transparente y confiable, que contribuya al desarrollo sostenible del país.

Desde el inicio de sus funciones en 2015, y en forma progresiva, el Senace asumió competencias en los sectores Minería, Electricidad, Hidrocarburos, Transportes, Agricultura, Residuos Sólidos, Vivienda y Construcción, y Saneamiento. La entidad se encarga de evaluar la viabilidad ambiental de los grandes proyectos de inversión en los sectores mencionados.

- **Misión institucional** <sup>1</sup>

Coadyuvar a la prevención de los impactos ambientales a través de la emisión de la certificación ambiental a los proyectos de inversión

---

<sup>1</sup> Plan Estratégico Institucional 2022-2027 ampliado del Senace, aprobado por resolución de Consejo Directivo n° 0002-2024-SENACE/CD del 14 de mayo de 2024.

pública, privada o de capital mixto, evaluados de manera transparente, predictiva, con calidad técnica, participativa y confiable, contribuyendo al desarrollo sostenible del país.

#### ▪ **Lineamientos de política institucional** <sup>2</sup>

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:

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

#### ▪ **Valores institucionales** <sup>3</sup>

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 y de los servidores.
- d. **Transparencia:** difundir los resultados de la gestión institucional y de las evaluaciones sin barreras administrativas.

---

<sup>2</sup> 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.

<sup>3</sup> Plan Estratégico Institucional 2022-2027 ampliado del Senace, aprobado por resolución de Consejo Directivo n° 0002-2024-SENACE/CD del 14 de mayo de 2024.

- e. **Compromiso:** actuar de manera proactiva en el marco del cumplimiento de la visión institucional <sup>4</sup> y misión institucional.
- f. **Oportunidad:** actuar con celeridad, respondiendo a la ciudadanía dentro de los plazos establecidos normativamente.

## 4.2. Diagnóstico

- **Análisis FODA con perspectiva comunicacional**

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directivos del Senace con amplio conocimiento en los temas técnicos de la entidad.</li> <li>• Buena reputación.</li> <li>• Profesionales con solidez técnica y experiencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interés de otros sectores en los temas ambientales.</li> <li>• Alianzas con cooperantes para el fortalecimiento de capacidades.</li> <li>• Ampliación del público externo.</li> <li>• Presencia a nivel regional latinoamericano.</li> </ul>
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto limitado que afecta la implementación de estrategias de comunicación.</li> <li>• Ausencia de unidades desconcentradas en regiones.</li> <li>• Falta de información respecto a la entidad en sectores específicos de la ciudadanía.</li> <li>• Uso excesivo del lenguaje técnico que afecta la comprensión de los mensajes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Coyuntura política y/o cambios normativos.</li> <li>• Cambios externos que podrían afectar la continuidad de estrategias.</li> <li>• Actividades que impacten en la evaluación de los estudios ambientales.</li> </ul>

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

La gestión de la comunicación no es ajena a la gestión institucional. En los últimos dos años, el Senace tuvo presidencias ejecutivas encargadas, lo que generó inestabilidad institucional y reducción en su identificación con la misión institucional, motivado principalmente por cuestionamientos al trabajo de la entidad, rumores sobre fusiones y/o cierre, demora en la designación de la actual presidenta ejecutiva,

<sup>4</sup> Referido a la visión sectorial.

limitadas oportunidades para integración y falta de una cultura de reconocimiento.

El inicio de una nueva gestión en 2024 y la proyección de una nueva sede institucional es una oportunidad para afianzar mensajes de motivación y sentido de pertenencia, para alcanzar un clima laboral y cultura organizacional óptimos.

Junto a ello, la solidez de los equipos de comunicación y la apertura hacia el diálogo sostenido con la presidencia ejecutiva apuntan a trabajar de manera sostenida, con la finalidad de cumplir y superar los objetivos institucionales.

Asimismo, como herramienta adicional, la aplicación de encuestas semestrales sobre la gestión de la comunicación interna durante el 2024 encontró los siguientes hallazgos:

- La calificación promedio para las actividades de comunicación interna, de 4/5 (de una escala del 1 al 5).
- La gestión de la comunicación interna tiene un índice de satisfacción aproximado al 80% (3.94 estrellas de una escala de 5 estrellas).
- La valoración interna de la gestión de la comunicación interna es bastante positiva.
- Se identificaron recomendaciones como:
  - Motivar el mayor conocimiento del trabajo de las diferentes áreas.
  - Realizar más charlas académicas, especialmente con temas de evaluación ambiental.
  - Dar más impulso a la red social interna Viva Engage.
  - Seguir integrando al personal en los materiales comunicacionales (fotos /videos).

## V. 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, planificación, articulación de actividades y estrategias, y todas las herramientas asentadas en los valores y la cultura institucional del Senace.

## 5.1. Articulación de 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.

Las líneas estratégicas de comunicación se articulan a los lineamientos de la política institucional definidos en el PEI 2022-2027 del Senace.

En ese sentido, se busca contribuir con el Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 03 del PEI referido a “Fortalecer la gestión institucional”, con la Acción Estratégica Institucional (AEI) 03 que comprende la “Gestión de la comunicación y difusión implementada en el Senace”.

En el 2023 y 2024 se alcanzaron los siguientes resultados:

PEI 2022-2027 DEL SENACE						
OEI / AEI		Indicador	Método de cálculo	Logros alcanzados en el periodo del plan		
Código	Descripción			2023	2024	Órgano
AEI.03.03	Gestión de la comunicación y difusión implementada en el Senace.	Porcentaje de acciones de comunicación y difusión implementadas	$\Sigma$ acciones ejecutadas del Plan de Comunicaciones / $\Sigma$ acciones planificadas en el Plan de Comunicaciones 100%	100	100	COM

Fuente PEI. Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

Para el 2025, se espera alcanzar los siguientes resultados:

PEI 2022-2027 DEL SENACE							
OEI / AEI		Indicador	Método de cálculo	Logros esperados en el periodo del plan			
Código	Descripción			2025	2026	2027	Órgano
AEI.03.03	Gestión de la comunicación y difusión implementada en el Senace.	Porcentaje de acciones de comunicación y difusión implementadas.	$\Sigma$ acciones ejecutadas del Plan de Comunicaciones / $\Sigma$ acciones planificadas en el Plan de Comunicaciones 100%	100	100	100	COM

Fuente: PEI. Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

Por otro lado, la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional tiene programadas dos (02) actividades operativas en el Plan

Operativo Institucional (POI) 2025, a fin de contribuir con los objetivos institucionales de la entidad.

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

- **Elaboración de estrategias de comunicación y difusión de actividades en medios masivos:**  
 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 materiales y actividades para la difusión de información en plataformas y medios de comunicación.
- **Elaboración de estrategias, eventos y campañas internas y externas para fortalecer la imagen institucional:**  
 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.

## 5.2. Herramientas comunicacionales

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

Interna	Externa
Viva Engage	Prensa
Microsoft Teams	Relaciones públicas
Ambientación	Social media
Espacios de comunicación internos	Senace TV
	Senace Móvil
Materiales audiovisuales	
Eventos	
Correo electrónico / e-mailings	
Encuestas	Estudio de percepción
Plataforma de información ciudadana	
Boletines informativos	

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

### 5.3. Enfoque de comunicación

A partir de los lineamientos institucionales se han definido los objetivos de comunicación y mensajes claves, alineados a la misión de la entidad, la priorización de públicos objetivos, las estrategias y las campañas de comunicación a través de las diversas plataformas internas y externas, y por medios de comunicación masivos.

Se desarrollará una comunicación efectiva y proactiva, que nos permita difundir de manera óptima los mensajes, destacando los conceptos de solidez técnica, calidad, imparcialidad, transparencia y participación ciudadana efectiva. Asimismo, se fortalecerá el posicionamiento como entidad comprometida con la modernización y la integridad.

## VI. OBJETIVOS

### 6.1. Objetivo general

Posicionar al Senace de forma institucional y mediática en una coyuntura de crecimiento sostenible del país.

### 6.2. Objetivos específicos

- Difundir la labor del Senace y la certificación ambiental.
- Consolidar al Senace como una entidad con calidad técnica, eficiente, moderna, transparente, imparcial, confiable e íntegra.
- Generar una percepción positiva sobre las evaluaciones que realiza el Senace y la importancia de la certificación ambiental.
- Visibilizar un liderazgo sólido en la entidad.

## VII. PÚBLICO OBJETIVO

Como entidad altamente especializada, el Senace cuenta con público objetivo en diferentes segmentos:

Tipo de público	Primario	Secundario
Interno	<ul style="list-style-type: none"><li>• Funcionarios y servidores civiles.</li></ul>	

Externo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciudadanía.</li> <li>• Titulares de proyectos.</li> <li>• Consultoras ambientales.</li> <li>• Gobiernos regionales y locales.</li> <li>• Medios de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizaciones de la sociedad civil.</li> <li>• Gremios empresariales y profesionales.</li> <li>• Entidades descentralizadas</li> <li>• Sector Ambiente.</li> <li>• Universidades.</li> </ul>
---------	--	--

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

## VIII. MENSAJES CLAVES

A nivel interno, los mensajes se centrarán en fortalecer nuestra cultura organizacional con un mayor conocimiento de las actividades del Senace, fomentar la integración y asegurar una comunicación adecuada.

A nivel externo, el enfoque principal de los mensajes será la promoción de la solidez técnica, calidad, imparcialidad, transparencia, la participación ciudadana efectiva y la confianza en la evaluación ambiental realizada por el Senace.

A continuación, los siguientes mensajes:

- En el Senace realizamos evaluaciones sólidas y transparentes, con participación ciudadana en el proceso de certificación ambiental.
- El Senace fue creado en 2012 para impulsar el cambio en el proceso de certificación ambiental y en la gestión ambiental en el Perú.
- La participación ciudadana impulsa el diálogo entre el Estado, los titulares de proyectos y la ciudadanía, involucrando a todos en la certificación ambiental.
- Evaluamos la viabilidad ambiental de los proyectos de inversión más complejos del país, con solidez técnica y participación ciudadana efectiva, generando confianza de la población en el proceso de evaluación ambiental.

- El Senace garantiza solidez técnica, calidad, imparcialidad, transparencia y participación ciudadana efectiva en cada etapa del proceso de evaluación, fortaleciendo la confianza de la sociedad en sus decisiones.
- Tenemos un rol fundamental en la reactivación económica del Perú, al evaluar la viabilidad ambiental de las inversiones, clave para el desarrollo del país, y garantizar que estos proyectos se ejecuten con los más altos estándares ambientales.
- Con confianza y compromiso transformamos los desafíos ambientales en oportunidades para todos.

## **IX. LÍNEAS ESTRATÉGICAS Y ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

Se reforzará la difusión de información sobre certificación ambiental y la labor del Senace para generar noticias positivas, considerando espacios masivos y especializados. Asimismo, se buscará el acercamiento con públicos de interés para convertirlos en aliados estratégicos.

Es importante mencionar que las estrategias internas y externas consideran acciones articuladas a las actividades operativas programadas en el POI de 2025.

### **9.1. Comunicación interna**

A nivel interno se reforzará el conocimiento de las actividades del Senace, a través de la generación de contenido relevante que propicie fluidez en la interacción del personal. Asimismo, se fomentará que los colaboradores se sientan más identificados con la entidad, desde la motivación, el reconocimiento y la integración.

Se potenciará las herramientas y canales internos de comunicación de manera creativa y utilitaria, para lograr el impacto en los servidores civiles. Asimismo, se buscará la realización efectiva de los mecanismos para una comunicación en cascada.

Además, se les mantendrá informados sobre los simulacros de sismos, la seguridad y salud en el trabajo, integridad, entre otras temáticas.

### 9.1.1. Campañas de comunicación interna

Se ejecutarán dentro de la entidad para difundir mensajes a los servidores, 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.

Se han programado 10 campañas internas relacionadas a temas institucionales como:

- 1) **Integridad y lucha contra la corrupción** (documentos normativos y actividades relacionadas al modelo de integridad): tiene el objetivo de informar a todos los servidores del Senace sobre el Sistema de Gestión Antisoborno y el Modelo de Integridad.
- 2) **Seguridad y salud en el trabajo:** resalta mensajes sobre recomendaciones de salud, cuidados para realizar un trabajo seguro, prevención y pausas activas en la oficina.
- 3) **Desarrollo de personas:** resalta las alternativas de fortalecimiento de capacidades para el personal del Senace.
- 4) **Por ti Perú:** muestra cómo el trabajo diario de los servidores del Senace contribuye al cumplimiento de la misión institucional y al desarrollo sostenible del país, generando orgullo.
- 5) **Ecoeficiencia:** contribuimos en la difusión de la gestión de la ecoeficiencia en el Senace, con medidas viables que permitan optimizar el consumo de recursos naturales y reducir la generación de residuos sólidos.
- 6) **Enfoque de género:** busca concientizar a los colaboradores del Senace sobre la relevancia de la igualdad de género, clarificando algunos conceptos clave y resaltando los avances de la entidad en el tema.
- 7) **Transformación digital - tecnologías de la información:** se dará a conocer conceptos y se brindará recomendaciones relacionadas a la optimización de la tecnología. Asimismo, se realiza en atención a una campaña sectorial que lidera PCM.

- 8) **Sistema de control interno:** se busca informar sobre la importancia de su implementación, la gestión de riesgos de los productos y servicios, y el impacto que produce su seguimiento en los procesos y procedimientos de la entidad, con la finalidad de mantener un estándar de cumplimiento en el marco de la normativa vigente y los valores institucionales.
- 9) **Innovación tecnológica y modernización:** busca difundir los ejes institucionales, el proceso de certificación ambiental y la innovación tecnológica.
- 10) Tema priorizado por la presidenta ejecutiva.

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 1<sup>5</sup>: Plan de comunicación interna del subsistema administrativo de recursos humanos**, se recogen dichas actividades para seguimiento.

## 9.2. Comunicación externa

A nivel externo, se elaborarán 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.

### 9.2.1. Gestión de la comunicación social e imagen institucional

- **Creación y difusión de contenidos sobre participación ciudadana y certificación ambiental**  
Se elaborarán nuevos contenidos sobre conceptos relacionados a la certificación ambiental, utilizando lenguaje sencillo con enfoque de diversidad cultural y lingüístico.  
Asimismo, se elaborarán materiales comunicacionales audiovisuales e infográficos sobre los grandes proyectos evaluados y el proceso de certificación ambiental.

---

<sup>5</sup> Según Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 151-2017-SERVIR-PE- Aprueban "Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna" del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos

Se creará contenido visibilizando la labor en campo de los evaluadores y especialistas, incidiendo en la participación ciudadana y gestión social.

- **Organización de protocolo para eventos y participación de voceros**

Se organizará el protocolo en los eventos que realice la entidad. Asimismo, se coordinará la participación de voceros en eventos de terceros con la finalidad de difundir los avances, logros y retos de la entidad a la ciudadanía.

### 9.2.2. Gestión de prensa

- **Implementación de acciones de comunicación externa**

Se realizará la difusión de las acciones que realiza el Senace a nivel nacional, mediante notas de prensa y entrevistas en medios de comunicación, fortaleciendo las plataformas digitales externas como Senace TV y Senace Móvil; así como la difusión del boletín externo institucional y de las actividades a nivel regional.

Se realizará la gestión de prensa con los voceros autorizados y entrenados.

Se identificará los medios de comunicación interesados en desarrollar temas especializados.

Se visibilizará las reuniones de relacionamiento a nivel de gobiernos regionales.

### 9.2.3. Gestión de comunicación digital

- **Implementación de campañas en redes sociales**

Se han 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.

Temáticas:

- Ejes de gestión 2025 (Inversión sostenible y desarrollo, innovación tecnológica).
- Geosenace
- Registro Nacional de Consultoras Ambientales (RNCA)
- Registro Administrativo de Certificaciones Ambientales (RCA).

- Nómina de especialistas del Senace
- Senace en Cifras
- Senace Móvil
- Integridad y lucha contra la corrupción
- Carta de servicios del Senace
- Visibilizar las campañas del año
- Herramientas y conceptos del proceso de certificación ambiental.

#### 9.2.4. Productos comunicacionales

##### ❖ **“Senace al Día”**

Micronoticiero que difunde información sobre las actividades de la entidad en Lima y en regiones.

##### ❖ **“Senace en un minuto”**

Especialistas explican de manera amigable un concepto básico sobre el Senace y la certificación ambiental. Expuesta de manera didáctica, con ejemplos cotidianos, de fácil comprensión para estudiantes y personas ajenas a la evaluación ambiental.

##### ❖ **“ABC del Senace”**

Mediante animaciones explica de manera didáctica y simple sobre los conceptos de certificación ambiental.

##### ❖ **“Nota del día”**

Invita a través de historias a leer la nota informativa del Senace difundida durante el día.

##### ❖ **“Trivia Senace”**

A través de animaciones se invita a responder preguntas lúdicas y trivias sobre el Senace y la certificación ambiental.

##### ❖ **“Preguntas y respuestas Senace”**

Explica de manera corta, precisa y sencilla, las preguntas más frecuentes sobre los conceptos del Senace y la certificación ambiental.

### 9.2.5. Campañas de comunicación externa

- **“Senace Móvil”**

Tiene el objetivo de promover la participación ciudadana en los procesos de evaluación de los estudios de impacto ambiental.

En 2025 se realizará el relanzamiento de “Senace Móvil” para informar a la ciudadanía sobre los proyectos de inversión en evaluación, el calendario de talleres y audiencias públicas de participación ciudadana, aportes ciudadanos en línea, acceso a “Senace TV”; y ubicar proyectos a través de Geosenace. Así, el aplicativo refuerza el derecho ciudadano de acceder a información pública y contribuye a mejorar los estudios ambientales.

- **Innovación tecnológica y modernización**

El objetivo es difundir los ejes institucionales, el proceso de certificación ambiental y la innovación tecnológica.

A través de elaboración de información y mensajes específicos multiformato, e inducción a medios de comunicación, que promuevan el conocimiento de los ejes y el alcance de sus resultados. Además de la innovación tecnológica y modernización de la entidad.

- **“Senace en las aulas”**

Consiste en potenciar la difusión, a través de los especialistas, de las funciones y competencias del Senace de manera didáctica y lúdica en estudiantes de universidades públicas y privadas.

- **“Senace Warmi”**

En 2025 la campaña buscará visibilizar la importancia de la participación de la mujer en la certificación ambiental, considerando las cifras en crecimiento y figuras femeninas en los eventos de participación ciudadana. La intervención de la presidenta ejecutiva es crucial.

- **Garra Senace**

Se aprovecharán las cualidades de la mascota emblema del Senace, el puma antropomorfo, para sostener el reconocimiento de logros mensuales y la presencia en actividades sectoriales. El puma, en el adecuado contexto, puede vender de manera lúdica ideas y cifras de gestión, y promover

retos como la trivía y concursos. Asimismo, se crearán historietas.

- **“Abre Puertas Senace”**

Estrategia para acercar la labor del Senace a la ciudadanía, de manera abierta, didáctica, interactiva y transparente, bajo el concepto de innovación tecnológica y modernización.

Consiste en un evento donde la entidad abrirá las puertas de la sede institucional para recibir la visita de sus invitados y conozcan el trabajo, las temáticas y plataformas informativas del Senace.

- **“Consultoras ambientales: aliados de la sostenibilidad”**

Consiste en la difusión de conceptos, actividades y cifras referidas a las consultoras ambientales.

- **“Tu participación sí importa”**

Promover y fortalecer la participación ciudadana en los procesos de evaluación ambiental de grandes proyectos de inversión, resaltando el rol activo del Senace en garantizar sostenibilidad ambiental, transparencia y altos estándares técnicos, con un enfoque intercultural que valore la diversidad cultural del Perú.

## X. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

### 10.1. Cronograma de campañas de comunicación interna

Campaña	1er Trimestre	2do Trimestre	3er Trimestre	4to Trimestre
1. Integridad y lucha contra la corrupción				
2. Seguridad y salud en el trabajo				
3. Desarrollo de personas				
4. Por ti Perú				
5. Ecoeficiencia				
6. Enfoque de género				
7. Transformación digital - tecnologías de la información				
8. Sistema de control interno				
9. Innovación tecnológica y modernización				
10. Tema priorizado por la presidenta ejecutiva.				

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

### 10.2. Cronograma de acciones de comunicación externa

Acciones POI	Actividades	Indicadores	Mes													
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
AO.01. Elaboración de estrategias de comunicación y difusión de actividades en medios masivos	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.														
AO.02. Elaboración de Estrategias, Eventos y Campañas Internas y Externas para Fortalecer la Imagen Institucional	Implementación de acciones de comunicación externa.	Número acciones realizadas para la implementación de la comunicación externa.														
	Implementación de campañas y/o acciones de comunicación interna	Número de campañas de comunicación interna realizadas de manera oportuna.														

Implementación de campañas en redes sociales.	Número de campañas en redes sociales realizadas																			
Organización y ejecución de eventos y protocolo.	Número de evento y protocolo ejecutado.																			

Elaboración: Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional.

## **XI. PRESUPUESTO**

Las actividades del Plan de Comunicaciones 2025 serán desarrolladas por el personal de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional (COM), sin demandar recursos adicionales al presupuesto asignado en el Presupuesto Institucional de Apertura (PIA) 2025 del Senace.

## **XII. MONITOREO Y EVALUACIÓN**

Para el cumplimiento de las actividades programadas en el Plan de Comunicaciones 2025 se realizará un monitoreo permanente, a través de informes de seguimiento trimestral que se consolida a partir de los reportes de cada especialista de la COM a cargo de las acciones comunicacionales, incluyendo las evidencias respectivas.

## Anexo 1: 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	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno/porta l institucional	Según cada oportunidad
<b>Gestión del empleo</b>							
Ss3	Gestión de la incorporación	Socializar la información para saludo de personal nuevo y procesos de inducción	RH	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	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno/porta l institucional	Según cada oportunidad
Ss4	Gestión de rendimiento	Realizar campaña de difusión de información sobre el proceso de GDR	RH	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	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	RH Senace	Implementación de directivas, procedimientos y otros relacionados con RH	Correo electrónico interno	Según cada oportunidad
Ss7	<b>Gestión de las relaciones humanas y sociales</b>						