

REPÚBLICA DEL PERÚ



RESOLUCIÓN DE SECRETARÍA GENERAL N° 34 -2017/SENAMHI

Lima, 09 MAYO 2017

VISTO:

El Informe N° 031- Coordinador de Prensa y Difusión / UFC-2017, remite el Plan de Comunicaciones 2017, con reajustes propuestos por la Unidad Funcional Operativa de Atención a la Ciudadanía (UFA), la Oficina de Recursos Humanos (ORH) y otros.

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado, declara al Estado Peruano en Proceso de Modernización en sus diferentes instancias, dependencias, entidades, organizaciones y procedimientos, con la finalidad de mejorar la gestión pública y construir un estado democrático descentralizado y al servicio del ciudadano;

Que, en el artículo 13° incisos c) y e) del mencionado Reglamento de Organización y Funciones del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú, refiere entre otras, que son funciones del Secretario General conducir las acciones para la Modernización de la gestión del SENAMHI y expedir Resoluciones y directivas de Secretaría General, en materia de su competencia o en aquellas que le hayan sido delegadas;

Que, mediante Resolución Presidencial Ejecutiva N° 270-2016/SENAMHI se aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) del SENAMHI 2017-2019, que establece dentro de su Objetivo Estratégico Institucional la función de fortalecer la gestión institucional del SENAMHI;

Que, mediante Resolución Presidencial Ejecutiva N° 271-2016/SENAMHI se aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2017, que incluye las actividades de generación de información, el monitoreo de peligros hidrometeorológicos y climáticos y la gestión administrativa; y,



Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 24031, Ley del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI y su modificatoria la Ley N° 27188; su Reglamento de Organización y Funciones aprobado por Decreto Supremo N° 003-2016-MINAM; y con el visto de la Oficina de Asesoría Jurídica, con las facultades conferidas mediante Resolución Presidencial Ejecutiva N° 107-2016/SENAMHI-PREJ de fecha 26 de mayo de 2016.

SE RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar

Aprobar el Plan de Comunicaciones 2017 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú - SENAMHI, que forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2°.- Disponer

Disponer a la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones del SENAMHI, adopte las medidas necesarias para la implementación operativa del Plan de Comunicaciones 2017.

Artículo 3°.- Publicidad

Disponer a la Secretaría General, a través de la Unidad Funcional Operativa de Trámite Documentario y Administración de Archivos, publique y difunda la presente Resolución en el Portal Web institucional.

Regístrese y comuníquese



Abog. Alcides Chávarry Correa
Secretario General

Distribución:

A todo el personal
Archivo
09.05.17
ACC/SG1



PLAN DE COMUNICACIONES 2017

Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones

Secretaría General

1

ÍNDICE

I. MARCO LEGAL	02
II. ANTECEDENTES	02
III. JUSTIFICACIÓN	03
IV. LÍNEAS DE TRABAJO	03
V. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES	06
VI. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN	07
VII. PÚBLICO OBJETIVO	08
VIII. ESTRATEGIA COMUNICACIONALES	09
IX. MENSAJES CLAVE DE COMUNICACIÓN GENERAL	11
X. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	11
XI. MONITOREO Y EVALUACIÓN	13
XII. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DEL SENAMHI	14
XIII. PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN 2017	15
ANEXO 1: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA 2017	18
ANEXO 2: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2017	19
ANEXO 3: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN INTERNA 2017	21





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

I. MARCO LEGAL

La formulación del presente documento se fundamenta en los siguientes instrumentos legales:

- Ley N°24031 Ley Orgánica del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú.
- Decreto Supremo N°003-2016-MINAM sobre el Reglamento de Organización y Funciones (ROF).
- Resolución Presidencial Ejecutiva N°270-2016/SENAMHI sobre Plan Estratégico Institucional (PEI) del SENAMHI 2017-2019.
- Resolución Presidencial Ejecutiva N°271-2016/SENAMHI sobre Plan Operativo Institucional (POI) 2017.

2

II. ANTECEDENTES

El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (SENAMHI) tiene por finalidad planificar, organizar, coordinar, normar, dirigir, y supervisar actividades meteorológicas, hidrológicas y conexas, mediante la investigación científica, la realización de estudios y proyectos y la prestación de servicios en materias de su competencia, de acuerdo a Ley N°24031.

También, cuenta con una Secretaría General (SG), responsable de la gestión documentaria y archivo, las actividades de comunicación e imagen institucional y la atención al ciudadano, así como las acciones de seguridad y defensa nacional, incluyendo la Gestión del Riesgo de Desastres en la entidad, de acuerdo al Reglamento de Organización y Funciones (ROF) aprobado mediante Decreto Supremo N°003-2016-MINAM.

Así mismo, la Secretaría General establece la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones (UFC) en la SG del SENAMHI mediante Resolución Presidencial Ejecutiva N°220-2016/SENAMHI; y especifica las tareas de dicha unidad mediante Resolución de Secretaría General N°46-2016/SENAMHI.

Además, en concordancia al Objetivo Estratégico Institucional de fortalecer la gestión institucional del SENAMHI del Plan Estratégico Institucional (PEI) del SENAMHI 2017-2019, según Resolución Presidencial Ejecutiva N°270-2016/SENAMHI. Y de acuerdo a las actividades de generación de información y monitoreo de peligros hidrometeorológicos y climáticos; y, gestión administrativa del Plan Operativo Institucional (POI) 2017, según Resolución Presidencial Ejecutiva N°271-2016/SENAMHI.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

III. JUSTIFICACIÓN

La comunicación, aplicada como una herramienta estratégica de gestión, contribuye de una manera cada vez más creciente al fortalecimiento de las organizaciones y al logro de sus objetivos y metas. Este hecho, resultado del poder influyente de los medios, el desarrollo de la tecnología y el dinamismo de la vida social y política, demanda un trabajo cada vez más articulado, sistemático y sostenible por parte de las organizaciones y entidades.

En ese contexto, el presente documento de gestión establece las pautas, las estrategias y actividades comunicacionales del SENAMHI; así como las herramientas que faciliten la ejecución de sus actividades, alineadas a los productos y servicios que dicha institución brinda a su público -tanto externo como interno- con miras a contribuir a formar su imagen y fortalecer su reputación en el escenario nacional.

Para tal fin, este Plan de Comunicaciones 2017 constituye un documento que guía el trabajo de la UFC y sostiene sus planes operativos anuales. Sin embargo, a la manera de una hoja de ruta, se reajusta en función del monitoreo, seguimiento y evaluación del POI; así como a la incorporación de las recomendaciones y sugerencias para alcanzar las metas previstas.

Con tal finalidad, propone las definiciones conceptuales básicas, los objetivos generales, los objetivos específicos, las estrategias, los mensajes clave, la identificación de los grupos de público objetivo, los productos y actividades comunicacionales, así como las metas establecidas para cada cual.

Finalmente, este Plan de Comunicaciones puede servir de base para articular las tareas de la UFC, con las actividades planteadas por la Oficina de Recursos Humanos (ORH) y la Unidad Funcional de Atención al Ciudadano (UFA), además de involucrar en su ejecución a la Secretaria General (SG) de la institución.



IV. LÍNEAS DE TRABAJO

La comunicación de una organización se presenta en diferentes niveles de la interacción humana e institucional, por lo que hemos diferenciado la labor de la UFC en tres (03) líneas de intervención con objetivos, estrategias, públicos y mensajes específicos:

4.1. Comunicación corporativa

4.2. Comunicación externa



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

4.3. Comunicación interna

Pasemos a detallar cada una:

4.1. Comunicación corporativa

Es la actividad por la cual se emite un mensaje con el fin de transmitir al público lo que es la institución y a qué se dedica. En la comunicación corporativa coinciden elementos de la comunicación interna y la comunicación externa; y está vinculada estrechamente a la reputación institucional.

En el caso del SENAMHI, la comunicación corporativa se expresa en actividades y productos comunicacionales que refuercen su identidad visual -constituida aquella por todo el soporte gráfico, el cual abarca desde el logotipo, tipografía y códigos cromáticos, hasta el diseño del uniforme y señalética para las oficinas. Para ello, se considera el Manual de Imagen Corporativa institucional y su ejecución, así como en la supervisión de su correcto uso en la Sede Central y sus Direcciones Zonales.

Actividades generales

- Gestión de material corporativo: dípticos, trípticos, folletos, presentaciones, material gráfico, audiovisual y web.
- Seguimiento del cumplimiento del Manual de Identidad Corporativa.
- Diseño y distribución de materiales promocionales y de merchandising.
- Diseño y ejecución de ferias y talleres informativos.
- Participación en procesos de inducción a usuarios y actores.

4.2. Comunicación externa

Se proponen un conjunto de actividades de prensa y difusión con el objetivo de poner a disposición de la ciudadanía los productos hidrometeorológicos, investigaciones y conocimiento que genera el SENAMHI. De igual manera, comunicar e informar a los ciudadanos sobre los logros, experiencias, gestiones y tareas de la institución, con miras a influir positivamente en el público.

Actividades generales:





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

- Elaboración de material informativo y productos comunicacionales en distintos formatos.
- Difusión y distribución de los mismos a través de diferentes canales (escrito, multimedia y digital).
- Desarrollo de campañas de información.
- Relacionamiento y atención a editores y periodistas de medios de comunicación.
- Cobertura periodística de actividades, proyectos y sus resultados.
- Gestión de redes sociales.
- Gestión de medios para entrevistas con los voceros principales y alternos.
- Supervisión de la actualización del portal de transparencia institucional.

5

4.3. Comunicación interna

Su objetivo es promover la participación activa de la Alta Dirección, los directores de línea y servidores de todos los niveles en actividades y procesos para generar un clima de trabajo cordial y de confianza que acreciente el compromiso con la misión, visión, objetivos y valores institucionales.

Optimizar los procesos de comunicación interna es de suma importancia para el SENAMHI, pues redundará en la mejora de la productividad, eficiencia y eficacia de la institución; y por lo tanto, contribuirá a alcanzar sus objetivos estratégicos y específicos.

Para tal fin, el presente Plan de Comunicaciones propondrá procesos que se orienten a contribuir a la mejora continua, tanto en la comunicación entre los niveles jerárquicos como en la coordinación entre las unidades orgánicas, que posibilite el mejoramiento del desempeño y clima laboral, así como al fortalecimiento de la cultura organizacional en general.

Actividades generales

- Difusión de informaciones internas (comunicados, resoluciones, avisos internos) mediante canales institucionales vigentes (correo electrónico, vitrinas).
- Generación de canales eficaces que difundan las actividades de la Oficina de Recursos Humanos.
- Desarrollo de comunicaciones internas (boletines, vitrinas e Intranet) que contribuyan al refuerzo del sistema de información y gestión del conocimiento, al igual que a la transparencia de gestión.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

V. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES

5.1. Comunicación corporativa

Objetivo general:

Reforzar la identidad, imagen y buena reputación del SENAMHI como una institución estatal eficiente y eficaz, referente en la generación de productos meteorológicos, hidrológicos y climáticos confiables y oportunos en beneficio de la población.

Objetivos específicos:

- Validar los productos realizados por las direcciones de línea del SENAMHI orientados al ciudadano.
- Comunicar y difundir los impactos de las actividades del SENAMHI y sus proyectos.
- Promover y comunicar los mensajes claves institucionales entre el público externo e interno, fortaleciendo la identidad e imagen del SENAMHI.
- Contribuir a la percepción positiva de la institución entre los usuarios, aliados estratégicos y ciudadanos con productos, actividades y tareas comunicacionales.

5.2. Comunicación externa

Objetivo general:

Fortalecer y mejorar el posicionamiento de los productos y servicios del SENAMHI entre los ciudadanos, medios de comunicación, actores sociales, económicos y políticos, así como a la sociedad civil, mediante los canales de comunicación institucionales a nivel nacional.

Objetivos específicos:

- Generar, producir y difundir mensaje clave, así como contenidos comunicacionales en base a los productos realizados por las direcciones de línea del SENAMHI orientados al ciudadano.
- Brindar información oportuna a las autoridades comunales, locales, gubernamentales; líderes, actores institucionales y ciudadanos; medios de comunicación y ciudadanos de a pie.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

- Recoger las necesidades de información meteorológica, hidrológica y climática de parte de las autoridades comunales, locales, gubernamentales; líderes, actores institucionales y ciudadanos; medios de comunicación y ciudadanos de a pie.

5.3. Comunicación interna

Objetivo general:

Promover la identificación y compromiso del personal con la visión, misión y objetivos del SENAMHI, al igual que con sus valores institucionales.

Objetivos específicos:

- Propiciar la identidad institucional dirigida a integrar al conjunto de servidores del SENAMHI en un clima de confianza y motivación, fomentando su participación en actividades orientadas a mejorar la cohesión interna.
- Compartir entre los servidores de la institución los logros e impactos de las actividades, intervenciones y proyectos desarrollados por el SENAMHI.



VI. ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN

6.1. Comunicación corporativa

- Revisar, actualizar y validar el Manual de Identidad Corporativa institucional, de cumplimiento obligatorio para la Sede Central y Direcciones Zonales.
- Proponer un Manual de Manejo de Crisis Comunicacional para mejorar la prevención, mitigación y restauración de daños a la imagen y reputación institucional en casos críticos.
- Proponer un Protocolo de Comunicación y Manejo de Medios para Voceros del SENAMHI, tanto para la Sede Central como para las Direcciones Zonales, socializando su contenido y supervisando su uso.
- Comunicar mediante los canales de comunicación institucional del SENAMHI sus logros, experiencias exitosas y cambios positivos como resultado de las actividades de sus direcciones de línea y la ejecución de sus proyectos.



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

6.2. Comunicación externa

- Difundir en forma oportuna aquellos productos informativos del SENAMHI que sirvan para satisfacer la demanda de información de los ciudadanos, líderes, autoridades nacionales, regionales y locales, y medios de comunicación; sacando ventaja de las diferentes plataformas tecnológicas disponibles.
- Consolidar la relación del SENAMHI con los medios y periodistas en base a principios de transparencia, responsabilidad e independencia, con respeto a la libertad de prensa y de opinión, y cumpliendo las normas del Código de Ética de la Función Pública.
- Identificar y establecer voceros a nivel de Sede Central y Direcciones Zonales; así como priorizar su intervención externa en medios y/o espacios televisivos y radiales.
- Fomentar la participación e involucramiento de los ciudadanos en los canales de comunicación del SENAMHI, mediante la publicación de sus aportes (en forma de fotos y/o videos de eventos hidrometeorológicos) a través de redes sociales institucionales.

8

6.3. Comunicación interna

- Implementar canales de comunicación de decisiones de trascendencia institucional, para facilitar el acercamiento entre la Alta Dirección y los servidores.
- Apoyar la implementación de canales de participación que permitan promover la cohesión interna e incentiven, a su vez, el espíritu colaborativo entre el personal de la institución.
- Elaborar y difundir contenidos comunicacionales en base a los productos y actividades conmemorativas oficiales, eventos de capacitación y similares de matiz institucional, organizadas por la Alta Dirección y/o las Direcciones de Línea en la sede central.
- Contribuir con la difusión de los productos comunicacionales y actividades de la Oficina de Recursos Humanos orientados a los servidores de la institución; así como aquellas convocadas por las Direcciones Zonales.

VII. PÚBLICO OBJETIVO

El presente Plan de Comunicaciones considera diversos grupos de público objetivo, identificados y diferenciados por su relación con la institución:





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

7.1. Público objetivo externo

Grupo 1: Usuarios de los productos y servicios del SENAMHI

Ciudadanos en general; agentes económicos (productores agrícolas, exportadores, transportistas, turistas, etc.); especialistas de los sectores salud y educación (docentes, médicos); estudiantes e investigadores; y especialistas vinculados a la gestión de riesgos de desastres (INDECI, COER, COEN, entre otros).

Grupo 2: Autoridades políticas y regionales, líderes de opinión, organizaciones e instituciones

Gobernadores regionales, tenientes gobernadores; autoridades locales (alcaldes distritales y provinciales); congresistas; líderes políticos y de opinión; dirigentes, representantes de instituciones y organizaciones como gremios empresariales; organizaciones no gubernamentales (ONG); universidades y otros.

Grupo 3: Medios de comunicación, periodistas y ciudadanos

7.2. Público objetivo interno

Grupo 1: Alta Dirección del SENAMHI, Directores de Línea y Directores de las Direcciones Zonales.

Grupo 2: Personal del SENAMHI en la Sede Central y las Direcciones Zonales de la institución.

VIII. ESTRATEGIA COMUNICACIONALES

Constituyen el conjunto de decisiones y prioridades que permiten definir las actividades a realizar, así como el modo de cumplirlas, utilizando los canales y las herramientas de comunicación disponibles.

8.1. Estrategias de contenidos





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

- Utilizar géneros y formatos informativos y con matices discursivos (descriptivos, argumentativos), de acuerdo a los grupos de público objetivo (externo e interno).
- Generar contenidos atractivos -en el contexto de la información generada por las instituciones del Estado- y oportunamente difundidos a los medios de comunicación, periodistas, investigadores, líderes de opinión y autoridades.
- Elaborar contenidos de alta calidad, con un lenguaje amigable y explícito, que tengan en cuenta los grupos de público objetivo interno y externo; y que respeten los enfoques de género e interculturalidad.

10

8.2. Estrategias de gestión de medios y recursos

- Articular la gestión de medios con los recursos disponibles, en base a una selección adecuada de los canales de difusión; la elección de contenidos pertinentes respecto a las ventajas y desventajas de aquellos; y el uso de los formatos y géneros que puedan lograr un mayor impacto comunicacional.

Considerar el tiempo y la oportunidad de la intervención, teniendo en cuenta la potencialidad que posee cada medio, para priorizar la participación de la institución:

Medios audiovisuales

Televisión de señal abierta, televisión por cable, emisoras radiales.

Medios digitales

Portales web, blogs, redes sociales, correos electrónicos, boletines y otras publicaciones electrónicas.

Medios escritos

Diarios y revistas.

Medios de comunicación alternativos

Radios comunitarias y otros.

En ese contexto, los canales de comunicación preferentes para el SENAMHI serán la radio, la televisión de señal abierta y la prensa escrita, teniendo en cuenta los que:





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

1. La población afectada por los eventos meteorológicos extremos (como heladas y friajes) habitan mayoritariamente en zonas rurales; en las cuales los usuarios tienen mayor acceso a las emisoras radiales como medios de información,
2. La televisión posee una enorme capacidad de comunicación y goza de alta popularidad entre la población.
3. La prensa escrita tiene la ventaja de que los mensajes comunicacionales tienen mayor tiempo de exposición; adicionalmente, se encuentran al alcance de un importante sector de la ciudadanía.

11

IX. MENSAJES CLAVE DE COMUNICACIÓN GENERAL

Los siguientes mensajes clave de comunicación han sido formulados tomando en cuenta los valores institucionales del SENAMHI, refrendados por la Resolución Presidencial Ejecutiva N°0135 SENAMHI-PREJ-OGP/2013.

1. El SENAMHI es un organismo público ejecutor adscrito al Ministerio del Ambiente, que tiene como propósito generar y proveer información y conocimiento meteorológico, hidrológico y climático de manera confiable y accesible a la sociedad peruana.
2. El SENAMHI trabaja para satisfacer y superar las expectativas de los grupos de público interno y externo, mediante una respuesta oportuna a sus requerimientos.
3. El SENAMHI desarrolla prácticas sobresalientes en la gestión institucional con orientación hacia resultados, pensando en las necesidades de los usuarios.
4. Los especialistas del SENAMHI buscan constantemente la innovación con productos, prácticas y servicios hidrometeorológicos que aprovechan los avances tecnológicos, con la intención de beneficiar a la población.
5. El personal del SENAMHI posee una conducta recta y honrada, que observa normas y compromisos, además de actuar con verdad y transparencia.



X. PRODUCTOS Y ACTIVIDADES DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA

10.1. Productos comunicacionales



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

Los productos comunicacionales son los materiales de trabajo que producirá la Unidad Funcional de Comunicaciones (UFC) del SENAMHI para difundir los contenidos institucionales:

- Afiches informativos.
- Archivo fotográfico de actividades institucionales.
- Banners informativos.
- Boletín electrónico de noticias diario.
- CDs con información institucional.
- Díptico institucional.
- Flyers digitales.
- Historietas y encartes.
- Memoria institucional.
- Merchandising.
- Notas de prensa.
- Redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Issuu y Flickr.
- Spots radiales.
- Videos informativos y didácticos.

12

10.2. Actividades comunicacionales

- Coordinación con medios de comunicación para entrevistas a especialistas y funcionarios.
- Difusión de avisos e información meteorológica, hidrológica y climática mediante los canales de comunicación institucionales.
- Difusión electrónica de comunicados, resoluciones y similares.
- Diseño y coordinación de campañas comunicacionales descentralizadas.
- Encuestas de opinión a los grupos de público objetivo interno y externo.
- Organización de talleres descentralizados informativos y de entrega de información a los usuarios.
- Participaciones en ferias informativas y de servicios organizadas por entidades afines.
- Participación en reuniones de trabajo convocadas por el Ministerio del Ambiente (MINAM) y la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM).
- Registro fotográfico de actividades institucionales.
- Reuniones de trabajo con medios de comunicación y otros grupos de interés.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

XI. MONITOREO Y EVALUACIÓN

El monitoreo y la evaluación del Plan de Comunicaciones se realizará de manera trimestral; fundamentalmente bajo los indicadores de verificación de cumplimiento de metas planteados en el Plan Operativo Institucional (POI) 2017.

Adicionalmente, se proponen los siguientes indicadores para una evaluación semestral y una evaluación anual que permita, a su vez, realizar los ajustes necesarios en las actividades comunicacionales programadas.

13

11.1. Indicadores de Comunicación Corporativa

- Número de servidores que conocen la visión, misión y objetivos del SENAMHI.
- Número de Direcciones Zonales que conocen y aplican el Manual de Identidad Corporativa del SENAMHI.
- Número de publicaciones en medios que han comentado positivamente respecto al trabajo del SENAMHI.

11.2. Indicadores de Comunicación Externa

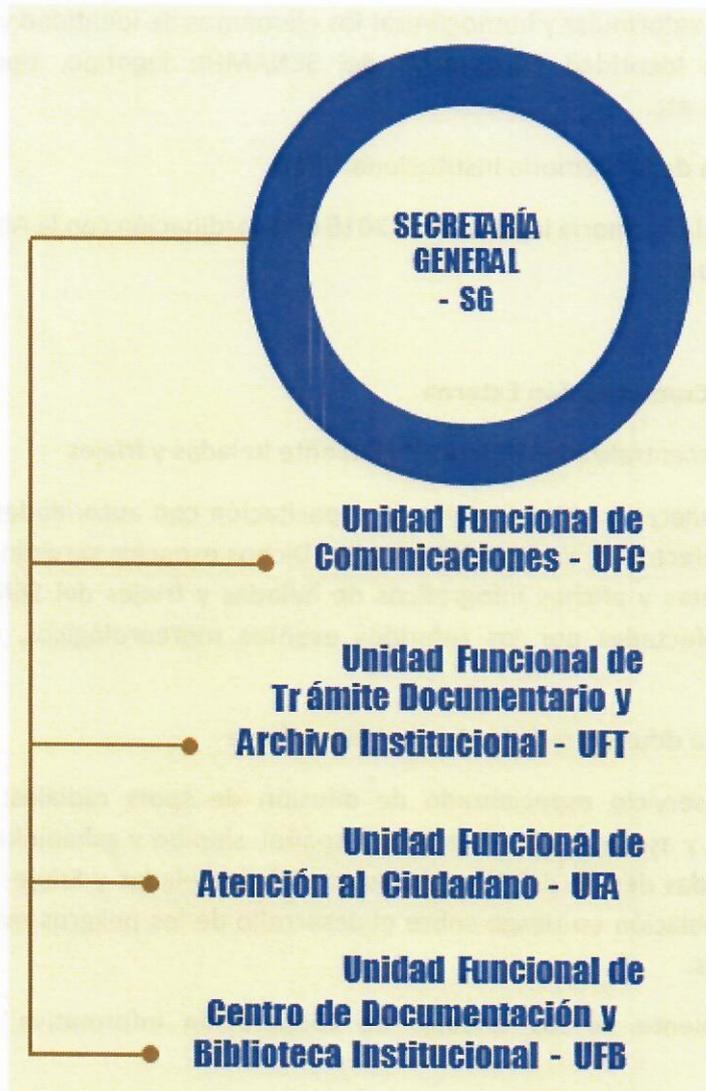
- Número de avisos hidrometeorológicos por correo electrónico y mensajes de texto difundidos por trimestre.
- Número de pronósticos e información hidrometeorológica difundida por redes sociales.
- Número de videos de pronóstico meteorológico y material educativo producidos.
- Número de campañas radiales de difusión de spots sobre eventos meteorológicos en zonas priorizadas.
- Número de talleres de difusión de prevención en zonas priorizadas.
- Número de notas de prensa generadas por UFC y difundidas en los canales de comunicación institucionales.
- Número de participación de especialistas (entrevistas, declaraciones) del SENAMHI en medios de comunicación.
- Número de material gráfico diseñado y producido por la UFC.

11.3. Indicadores de Comunicación Interna





“Año del Buen Servicio al Ciudadano”



XIII. PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN 2017

13.1. Acciones de Comunicación Corporativa

13.1.1. Actualización del Manual de Identidad Corporativa



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

Revisar, actualizar, reformular y homogenizar los elementos de identidad visual contenidos en el Manual de Identidad Corporativa del SENAMHI: logotipo, tipografía, códigos cromáticos, estilos, etc.

13.1.2. Elaboración de la Memoria Institucional 2016

Elaborar y difundir la Memoria Institucional 2016 en coordinación con la Alta Dirección y las Direcciones de Línea.

16

13.2. Acciones de Comunicación Externa

13.2.1. Talleres descentralizados de prevención ante heladas y friajes

Organización de talleres multisectoriales de capacitación con autoridades, tomadores de decisión ante los efectos de las heladas y friajes. Dichos espacios servirán para la difusión masiva de historietas y afiches infográficos de heladas y friajes del SENAMHI en zonas altoandinas y/o afectadas por los referidos eventos meteorológicos, mediante ferias informativas.

13.2.2. Campaña de difusión radial sobre heladas y friaje

Contratación del servicio especializado de difusión de spots radiales: 03 de heladas (español, quechua y aymara) y 03 de friajes (español, shipibo y asháninka) para las zonas priorizadas -indicadas dentro del Plan Multisectorial de Heladas y Friaje- para informar y sensibilizar a la población en riesgo sobre el desarrollo de los peligros meteorológicos de bajas temperaturas.

13.2.3. Fortalecimiento de los vínculos de cooperación informativa con medios de comunicación

Coordinaciones con editores, productores y periodistas de los distintos medios de comunicación donde el SENAMHI tenga presencia, de modo que la UFC ejerza un rol de facilitador para el acceso libre y transparente a la información generada por la institución - sea desde sede central y/o sus Direcciones Zonales.

13.2.4. Organización de campañas informativas con temáticas de acuerdo a coyuntura estacional





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

Con miras a garantizar un mejor impacto, es necesario elaborar y estructurar la información que genera y difunde la UFC a los medios de comunicación de manera que coincida con la agenda informativa vigente. Por ejemplo, se propone realizar campañas sobre la radiación UV en meses de verano; y sobre calidad de aire en los distritos de Lima paralelo a las fiestas de Fin de Año.

13.2.5. Actualización permanente de bases de datos de la UFC

Mantener actualizadas las bases de datos de usuarios y actores (correos electrónicos, mensajes de texto) a quienes se les alcanza la información que genera la institución y que puede ser de interés para aquellos.

13.3. Acciones de Comunicación Interna

13.3.1. Participación en los eventos organizados por ORH

Colaborar en el diseño, planificación y difusión de los talleres y/o eventos de capacitación organizados por la Oficina de Recursos Humanos (ORH) para los servidores de la institución.

13.3.2. Organización de actividades convocadas por Alta Dirección y Direcciones de Línea

Participar en la organización y difusión de las actividades oficiales y de cohesión interna convocada por la Presidencia Ejecutiva, la Secretaría General y las Direcciones de Línea de la sede central.

13.3.3. Difusión de comunicaciones institucionales a nivel del personal

Gestionar los canales de comunicación adecuados para informar sobre las normas, directivas, resoluciones y demás decisiones de trascendencia institucional y, por ende, facilitar el acercamiento entre la Alta Dirección y los servidores del SENAMHI.

13.3.4. Optimización de los canales de difusión interna

Mejorar el formato de los boletines institucionales electrónicos (de noticias diarias y mensuales); elaborar piezas gráficas, afiches y banners; entre otros, en concordancia con el plan de la Oficina de Recursos Humanos (ORH).





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

ANEXO 1: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA 2017

PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	META PROGRAMADA	2017												2018			
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F		
Actualización del Manual de Identidad Corporativa	1			X													
Monitoreo al cumplimiento del Manual de Identidad Corporativa	Permanente					X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Distribución de la Memoria Institucional 2016	1							X									
Participación en ferias informativas convocadas por otras instituciones	Según coyuntura																
Diseño de banners y afiches que expresen identidad corporativa en actividades externas	Según requerimiento																
Actualización de logotipos MINAM/Ejecutivo en impresos			X	X	X	X											





PERÚ

Ministerio del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

ANEXO 2: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN EXTERNA 2017

PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	META PROGRAMADA	2017												2018				
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F			
Talleres descentralizados de prevención ante heladas y friajes	6		X	X														
Campañas de difusión radial en lenguas nativas para ciudadanos sobre heladas y friaje	2					X												
Fortalecimiento de los vínculos de cooperación informativa con medios de comunicación	Informe				X					X					X			
Organización de campañas informativas con temáticas de acuerdo a coyuntura estacional	En coordinación con Direcciones de Línea														X			X
Actualización permanente de bases de datos de la UFC	Permanente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Notas de prensa externa publicadas en la web institucional	Informe	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Publicación de pronósticos y avisos hidrometeorológicos en canales de comunicación institucional	Permanente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X





PERÚ

Ministerio del Ambiente



“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

ANEXO 3: PLAN DE ACTIVIDADES ANUAL DE COMUNICACIÓN INTERNA 2017

PRODUCTOS Y ACTIVIDADES	META PROGRAMADA	2017												2018			
		E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	E	F		
Participación en el diseño y difusión de eventos organizados por ORH	Según el Plan de ORH																
Organización de actividades convocadas por Alta Dirección y Direcciones de Línea	Según coyuntura																
Promoción y difusión de normas, directivas y comunicaciones institucionales a nivel del personal	Permanentemente	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Optimización de los canales de difusión interna						X				X				X			
Elaboración y difusión del boletín electrónico de noticias		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Actualización de la vitrina informativa de sede central		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Diseño de piezas gráficas para promocionar actividades internas	Según requerimiento																

