



RESOLUCIÓN DE GERENCIA GENERAL N° 026-2020-SENAMHI/GG

Lima, 2 de noviembre de 2020

VISTO:

El Memorando N° D000037-2020-SENAMHI-UFC de fecha 12 de octubre de 2020, de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones, y la Nota de Elevación N° D000188-2020-SENAMHI-OPP de fecha 26 de octubre de 2020, de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; y,

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 24031, Ley del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú - SENAMHI, modificada por la Ley N° 27188, establece que el SENAMHI es un organismo público descentralizado, con personería jurídica de derecho público interno y autonomía técnica, administrativa y económica, dentro de los límites del ordenamiento legal del Sector Público;

Que, con la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1013, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio del Ambiente, se adscribe a la referida Entidad, como organismo público ejecutor, al Ministerio del Ambiente;

Que, mediante la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se establecen los criterios generales para el uso de los recursos que las instancias del Gobierno Nacional, Gobierno Regional y Gobierno Local, destinarán al rubro de publicidad, prensa escrita, radio y televisión;

Que, de acuerdo con el artículo 2 del referido dispositivo legal, se entiende por publicidad institucional, a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias;

Que, por su parte, el artículo 3 de la referida Ley, regula los requisitos para que el Titular del Pliego autorice la realización de publicidad estatal, entre los cuales figura el Plan de Estrategia Publicitaria, acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; las mismas que deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales;

Que, el artículo 12 del Reglamento de Organización y Funciones del SENAMHI, aprobado mediante Decreto Supremo N° 003-2016-MINAM, señala que el Gerente General es la máxima autoridad administrativa y el representante legal del SENAMHI, tiene a su cargo 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;

Que, a través de la Resolución de Secretaría General N° 46-2016/SENAMHI, se establecen las tareas de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones de la Secretaría General (hoy Gerencia General) del SENAMHI;

Que, mediante Memorando N° D000037-2020-SENAMHI-UFC de fecha 12 de octubre de 2020, la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones remite el Plan Estratégico de Comunicación

2020 – 2021 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI, para su aprobación correspondiente;

Que, con Nota de Elevación N° D000188-2020-SENAMHI-OPP de fecha 26 de octubre de 2020, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto refiere que posterior a la evaluación y revisión del referido Plan Estratégico de Comunicación 2020 – 2021, que fuera remitido por la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones, solicita se continúe con las acciones para su aprobación respectiva;

Que, conforme a lo expuesto, resulta necesario emitir la Resolución que aprueba con eficacia anticipada al 1 de enero de 2020, el Plan Estratégico de Comunicación 2020 – 2021 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI;

Con el visado de la Directora de la Oficina de la Planeamiento y Presupuesto, y del Director de la Oficina de Asesoría Jurídica, y,

De conformidad con lo establecido en el artículo 17 del Texto Único Ordenado de la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado mediante Decreto Supremo N° 004-2019-JUS; la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal; la Ley N° 24031, Ley del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología - SENAMHI, modificada por la Ley N° 27188; y el Reglamento de Organización y Funciones del SENAMHI, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 003-2016-MINAM.

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar con eficacia anticipada al 1 de enero de 2020, el Plan Estratégico de Comunicación 2020 - 2021 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI, que forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Disponer la publicación de la presente Resolución en el Portal Web Institucional del SENAMHI (www.senamhi.gob.pe).

Regístrese y comuníquese

JOSE PERCY BARRON LOPEZ
Gerente General
Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología
del Perú – SENAMHI



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

**Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones
Gerencia General**

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2020 -2021

**Servicio Nacional de Meteorología e
Hidrología del Perú**

Lima
Octubre, 2020.



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
 "Año de la Universalización de la salud "

ÍNDICE

I.	INTRODUCCIÓN	3
II.	FINALIDAD	4
III.	MARCO LEGAL	6
IV.	OBJETIVOS	6
4.1.	Objetivo general:.....	6
4.2.	Objetivos Específicos:.....	7
V.	PÚBLICO OBJETIVO.....	7
VI.	ESTRATEGIAS, ACTIVIDADES Y TAREAS	8
6.1	Gestión de medios y prensa.....	9
6.2	Gestión de contenidos y Redes Sociales	10
6.4.	Gestión de la Comunicación Estratégica	12
6.4.1	Implementación de un plan de medios:.....	12
6.4.2.	Productos informativos.....	12
VII.	PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y TAREAS.....	14
VIII.	PRESUPUESTO	19
IX.	EVALUACIÓN Y MONITOREO.....	21
	ANEXO 1	22

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2020-2021

I. INTRODUCCIÓN

El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (Senamhi) es un órgano adscrito al Ministerio de Ambiente, responsable de planificar, organizar, coordinar, normar, dirigir, supervisar y controlar las actividades meteorológicas, hidrológicas, agrometeorológicas y conexas, mediante la operación de un sistema de obtención de información; la investigación científica y tecnológica, la realización de estudios y proyectos, así como brindar servicios de predicción en dichas materias, actuando de acuerdo con las políticas, objetivos y metas que aprueba el Sector Ambiental y dentro de los planes y programas de la Organización Meteorológica Mundial (OMM).

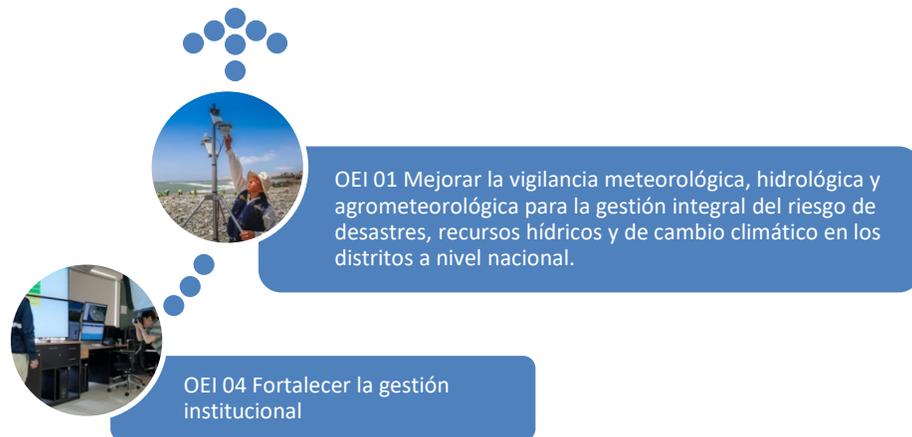
Conforme a la función conferida a la Gerencia General en el Reglamento de Organización y Funciones (ROF), La Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones (UFC), creada mediante Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 220-2016/Senamhi, coordina y ejecuta las acciones vinculadas a la comunicación social, prensa, imagen y protocolo de la institución.

En ese contexto, fortalece el impacto de los servicios que beneficiarán a los usuarios a los que se dirige. También es responsable de acompañar las acciones que realicen las Direcciones de Línea, Direcciones Zonales y proyectos implementados con la Cooperación Internacional, siempre en el marco de los objetivos estratégicos del Senamhi.

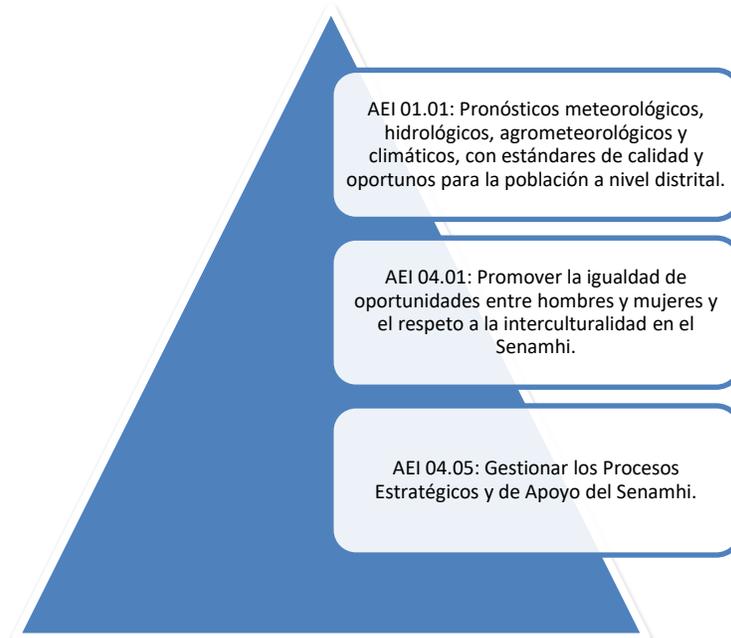
"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

II. FINALIDAD

La UFC contribuye al logro de los siguientes **objetivos estratégicos institucionales** establecidos en el Plan Estratégico Institucional 2020-2023:



Además la UFC contribuye al cumplimiento de las **acciones institucionales** establecidas en el Plan Estratégico Institucional 2020-2023:





PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Universalización de la salud "

Acción estratégica a la que contribuye la Gestión de la Comunicación Estratégica		Línea Base		Logros esperados	
		Año	Valor	2020	2021
AEI 01.01	Pronósticos meteorológicos, hidrológicos, agrometeorológicos y climáticos, con estándares de calidad y oportunos para la población a nivel distrital	2019	13%	14%	16%
AEI 04.01	Promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres y el respeto a la interculturalidad en el Senamhi	2019	0%	43%	76%
AEI 04.05	Gestionar los procesos estratégicos y de apoyo del Senamhi	2019	26%	64%	95%

OEI 06 Fortalecer la Gestión institucional del SENAMHI

AEI 06.06 Fortalecer la Gestión Administrativa

COD.	Actividad	Unidad de Medida	Meta Física Anual
M.19	Generación de información y monitoreo de peligros hidrometeorológicos y climáticos	Documento Técnico	19
AO.1	Difusión de avisos meteorológicos e hidrológicos 2020/2021	Informe	10
AO.2	Informe de Plan Multianual de Heladas y Friajes 2020/2021	Documento Técnico	1
AO.3	Organización de talleres en el marco del PREVAED 2020/2021	Informe	8

OEI 06 Fortalecer la Gestión institucional del SENAMHI

AEI 06.06 Fortalecer la Gestión Administrativa

COD.	Actividad	Unidad de Medida	Meta Física Anual
M.34	Conducción y orientación superior 2020/2021	Informe	12
AO.1	Difusión, prensa y relaciones publicas del SENAMHI 2020/2021	Informe	12



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

III. MARCO LEGAL

- Ley N° 24031, Ley Orgánica del Senamhi.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 220-2016/Senamhi sobre la creación de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones- UFC.
- Resolución de Secretaría General N° 46-2016/Senamhi que establece las tareas de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones – UFC.
- Resolución de Secretaría General N° 21-2018/Senamhi que aprueba el Manual de Imagen Institucional del Senamhi.
- Resolución de Gerencia General N° 038-2018/Senamhi que aprueba los Lineamientos de Comunicación e Imagen del Senamhi.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 191-2019/Senamhi sobre Plan Estratégico Institucional (PEI) del Senamhi 2020-2023.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 194-2019/Senamhi sobre Plan Operativo Institucional (POI) 2020.

IV. OBJETIVOS

4.1. Objetivo general:



Fortalecer la imagen del Senamhi como un organismo confiable, accesible, oportuno y líder en la provisión o entrega de información meteorológica, hidrológica, agrometeorológica y ambiental atmosférica, en el marco de un enfoque de orientación al servicio de la ciudadanía.



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

4.2. Objetivos Específicos:



Fortalecer la imagen del Senamhi ante la opinión pública, posicionándolo como una institución líder en el tema de su competencia.



Posicionar al Senamhi como institución que aporta a las medidas de adaptación frente al Cambio Climático, a través del monitoreo y difusión de información climática de manera oportuna para la toma de decisiones.



Promover buenas prácticas de respeto e igualdad de género e interculturalidad a través de contenidos de comunicación y sensibilización..

V. PÚBLICO OBJETIVO

Se consideran diversos grupos de interés, identificados y diferenciados de acuerdo a la interacción con la institución.

Mapeo de actores por grupos de interés:

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

6.1 Gestión de medios y prensa

- Gestión ante los medios de comunicación para el desarrollo de entrevistas especializadas y difusión de las notas de prensa, para fortalecer la imagen del Senamhi como referente en la provisión de información de los servicios climáticos en el Perú.
- Coordinación con las Direcciones de Línea y Direcciones Zonales la provisión de información para la difusión de avisos, notas de prensa y entrevistas a través de los medios de comunicación.
- Consolidación de 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, cumpliendo las normas del Código de Ética de la Función Pública.
- Identificación y establecimiento de voceros por cada línea temática, a nivel de la Sede Central y Direcciones Zonales.
- Fortalecimiento de capacidades a los voceros institucionales (media training) con la finalidad de tener un manejo adecuado de la imagen y los mensajes ante los medios y/o en espacios televisivos y radiales.
- Difusión oportuna de logros, experiencias exitosas y resultados positivos de las actividades institucionales y ejecución de sus proyectos, a nivel de Sede Central y Direcciones Zonales.

PROCESO	ACCIÓN	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	META 2020	META 2021
Gestión de Prensa	Desarrollo de talleres de vocería	Número de apariciones en medios de comunicación	Taller	1	1
	Entrevistas a voceros		Entrevista	12	12
	Gestión de notas de prensa para la difusión de los productos y servicios del SENAMHI		Reporte	12	12
	Gestión y coordinación de entrevistas en medios de comunicación y conferencias de prensa		Informe	12	12
	Monitoreo de medios de comunicación		Monitoreo	12	12

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

6.2 Gestión de contenidos y Redes Sociales

- Fortalecimiento de la imagen del Senamhi a través de la difusión oportuna del servicio climático en redes sociales, con especial énfasis en aquellos mensajes ligados al Cambio Climático y la GRD, que favorezcan las acciones de adaptación y prevención ante eventos extremos.
- Gestión de la interacción, participación y atención de las consultas de los usuarios las redes sociales del Senamhi; priorizando la comunicación horizontal, a través de mensajes elaborados con un lenguaje sencillo, respetuoso, veraz y oportuno.
- Difusión de campañas multisectoriales principalmente ligadas a la GRD, tales como temporada de lluvias intensas y temporada de bajas temperaturas.
- Implementación de campañas informativas de acuerdo a los ejes temáticos del servicio climático. Por ejemplo, sobre la radiación ultravioleta en la temporada de verano; sobre calidad de aire en los distritos de Lima paralelo a las fiestas de fin de año.
- Coordinación con las Direcciones de Línea y Direcciones Zonales la provisión de información para la difusión de actividades, información técnica y vocería técnica a través de las redes sociales.
- Elaboración de contenidos inactuales, con fines informativos, didácticos y de sensibilización a través de campañas como: #AprendeConElSenamhi #HablemosDe con lenguaje sencillo, claro y directo, teniendo en cuenta las diferentes características de los grupos o público objetivo.
- Elaboración y difusión de contenidos conforme a un calendario de efemérides, con un criterio de relevancia e implicancia con la naturaleza de las funciones del Senamhi.

PROCESO	ACCIÓN	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	META 2020	META 2021
Gestión de las Redes Sociales	Publicación de contenidos audiovisuales institucionales en redes sociales	Número de publicaciones en redes sociales	Publicación	12	12
	Publicación de contenidos educativos en redes sociales		Publicación	12	12
	Publicación de contenidos gráficos digitales institucionales en redes sociales		Publicación	12	12
	Publicación de contenidos informativos en redes sociales		Publicación	12	12
	Supervisión de campañas en redes sociales		Supervisión	12	12

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

6.3 Gestión de la Comunicación Social

- Elaboración de estrategias e identificación de oportunidades de comunicación en los proyectos desarrollados por el Senamhi con la Cooperación Internacional y/o a través de los programas presupuestales en los que participa.
- Organización de talleres para periodistas y comunicadores en el marco de la gestión del riesgo de desastres. Esta acción se dirige a un público más especializado como autoridades, técnicos y profesionales; y el objetivo es proporcionar las herramientas informativas que necesitan para planificar sus acciones.
- Organización y participación en ferias con fines informativos y/o educativos. Estos espacios permitirán potenciar la presencia de la institución.
- Actualización del Manual de Identidad Institucional.
- Elaboración de contenidos y productos comunicacionales institucionales que visibilicen el cumplimiento u observancia de los enfoques de género e interculturalidad propuestos por el Ejecutivo.

PROCESO	ACCION	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	META 2020	META 2021
Gestión de Comunicación Social	Desarrollo de actividades de comunicación social – CIFEN	Número de apariciones en medios de comunicación	Informe	2	4
	Desarrollo de actividades de comunicación social – ENANDES		Informe	4	4
	Desarrollo de actividades de comunicación social - PACHAYATIÑA		Informe	6	2
	Desarrollo de actividades de comunicación social – LIBELULA		Informe	6	6
	Ejecución de actividades institucionales		N° de actividades	4	4
	Participación en organización protocolar y ceremonias oficiales		Informe	6	6
	Desarrollo de actividades de comunicación social – Grupo de Trabajo de Sequía		Informe	2	2

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

6.4. Gestión de la Comunicación Estratégica

La Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones –UFC participa en el Grupo de Trabajo de Género e Interculturalidad, con acciones de difusión y sensibilización.

PROCESO	ACCION	INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	META 2020	META 2021
Gestión de Comunicación Estratégica	Realizar reportajes audiovisuales y entrevistas biográficas que visibilicen la labor de las colaboradoras y su importancia en los SNHM	Número de reportajes/ Entrevistas/ Talleres	Informe	2	2
	Talleres para la implementación del plan de acción con pueblos indígenas con enfoque de género e intercultural (ENANDES)		Informe	3	3

6.4.1 Implementación de un plan de medios:

La Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones –UFC propone la implementación de un plan de medios, de acuerdo a las necesidades institucionales y a los siguientes medios o canales:

- Medios radiales: De alcance nacional, local y comunitario.
- Medios digitales: Portal web, redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube e Instagram), correos electrónicos, boletines y otras publicaciones electrónicas.
- Medios de comunicación alternativos: BTL

6.4.2. Productos informativos

Los productos comunicacionales serán producidos por la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones y su distribución se realizará en todas las actividades institucionales que organice o participe:

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Universalización de la salud "

➤ **Materiales impresos:**



➤ **Materiales audiovisuales y digitales:**





PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

VII. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y TAREAS

Para la identificación y detalle de la programación de actividades, se presenta la siguiente matriz de actividades de funcionamiento de la UFC.

Programación 2020														
Ejes de Gestión			Programación mensual 2020											
Gestión de Comunicación Social			Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Actividad	Tarea	Responsable												
Gestión de actividades de sensibilización	Taller con comunicadores y autoridades en GRD ante Heladas y Friaje	Especialista de comunicaciones					X	X		X	X			
	Participación en ferias, jornadas de sensibilización promovidas por otras entidades y gobiernos regionales y locales										X	X	X	
	Elaboración de materiales de difusión y sensibilización (Presupuesto proyecto AIICA)			X	X	X								



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

Gestión de actividades referidas a proyectos con la cooperación internacional	Proyecto Enandes					X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Proyecto Pachayatiña/Pachayachay	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Proyecto Libelula/Cosude	X			X	X	X							
	Proyecto Ciifen													
Gestión de actividades referidas a proyectos con Programas Presupuestales	Programa Presupuestal 068	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	
	Programa Presupuestal 089					X								
Gestión de actividades referidas al Grupo de Trabajo de Sequías	Elaboración y difusión de estrategias de comunicación para el Plan de Sequías 2020								X	X	X	X		
Gestión de Prensa														
Actividad	Tarea	Presupuesto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Gestión para la producción y difusión de contenidos del SENAMHI	Elaboración y difusión de notas de prensa a medios de comunicación		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Difusión de notas de prensa en la web institucional	Analista de Comunicaciones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

	Difusión de avisos a medios de comunicación		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Difusión de avisos por correo electrónico		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Difusión de avisos por mensajería de texto (presupuesto manejado por la OTI)		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración informe de menciones en medios		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión para la vocería institucional	Coordinación para solicitud de entrevistas con medios	Analista de Comunicaciones	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Taller para vocería													
Gestión de Redes Sociales														
Actividad	Tarea	Presupuesto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Gestión para la producción y difusión de contenidos informativos en redes sociales	Elaboración y difusión de avisos en Facebook	Especialista de Prensa y Difusión	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración y difusión de avisos en Twitter		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración y difusión de avisos en Instagram		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración de piezas gráficas de avisos		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

	Elaboración de vídeos de avisos y Senamhi informa		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Difusión de actividades institucionales en redes sociales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Difusión de vídeos de la red Whatsapp en Instagram y Twitter		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración del informe mensual de redes sociales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión para la producción y difusión de contenidos de sensibilización y educación	Elaboración y difusión de contenidos con los Hashtag #HablemosDe #AprendeConElSenamhi		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración de piezas gráficas para #HablemosDe #AprendeConElSenamhi		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración de material audiovisual para #AprendeConElSenamhi		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gestión de la comunicación con los usuarios	Atención de preguntas de usuarios en redes sociales		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Elaboración de informe de preguntas frecuentes en redes sociales	Especialista de Prensa y Difusión	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X



PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

Gestión de la Comunicación Estratégica														
Actividad	Tarea	Presupuesto	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic
Gestión para la implementación del Plan de Género e interculturalidad	Realizar reportajes audiovisuales y entrevistas biográficas que visibilicen la labor de las colaboradoras y su importancia en los SNHM	Ejecutiva de Comunicación e Información							x					X
	Talleres para la implementación del plan de acción con pueblos indígenas con enfoque de género e intercultural (ENANDES)	Ejecutiva de Comunicación e Información										x	x	X

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

VIII. PRESUPUESTO

Gestión de Comunicación Social		
Actividad	Tarea	Presupuesto
Gestión de actividades de sensibilización	Taller con comunicadores y autoridades en GRD ante Heladas y Friaje	41000
	Participación en ferias, jornadas de sensibilización promovidas por otras entidades y gobiernos regionales y locales	0
	Elaboración de materiales de difusión y sensibilización (Presupuesto proyecto AIICA)	60000
Gestión de actividades referidas a proyectos con la cooperación internacional	Proyecto Enandes	142500
	Proyecto Pachayatiña/Pachayachay	0
	Proyecto Libelula/Cosude	0
	Proyecto Ciifen	0
Gestión de actividades referidas a proyectos con Programas Presupuestales	Programa Presupuestal 068	110000
	Programa Presupuestal 089	0
Gestión de actividades referidas al Grupo de Trabajo de Sequías	Elaboración y difusión de estrategias de comunicación para el Plan de Sequías 2020	0
Gestión de Prensa		
Actividad	Tarea	Presupuesto
Gestión para la producción y difusión de contenidos del SENAMHI	Elaboración y difusión de notas de prensa a medios de comunicación	0
	Difusión de notas de prensa en la web institucional	0
	Difusión de avisos a medios de comunicación	0



PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

	Difusión de avisos por correo electrónico	0
	Difusión de avisos por mensajería de texto (presupuesto manejado por la OTI)	45000
	Elaboración informe de menciones en medios	0
Gestión para la vocería institucional	Coordinación para solicitud de entrevistas con medios	0
	Taller para vocería	0
Gestión de Redes Sociales		
Actividad	Tarea	Presupuesto
Gestión para la producción y difusión de contenidos informativos en redes sociales	Elaboración y difusión de avisos en Facebook	0
	Elaboración y difusión de avisos en Twitter	0
	Elaboración y difusión de avisos en Instagram	0
	Elaboración de piezas gráficas de avisos	0
	Elaboración de vídeos de avisos y Senamhi informa	0
	Difusión de actividades institucionales en redes sociales	0
	Difusión de vídeos de la red Whatsapp en Instagram y Twitter	0
	Elaboración del informe mensual de redes sociales	0
Gestión para la producción y difusión de contenidos de sensibilización y educación	Elaboración y difusión de contenidos con los Hashtag #HablemosDe #AprendeConElSenamhi	0
	Elaboración de piezas gráficas para #HablemosDe #AprendeConElSenamhi	0



PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

	Elaboración de material audiovisual para #AprendeConElSenamhi	0
Gestión de la comunicación con los usuarios	Atención de preguntas de usuarios en redes sociales	0
	Elaboración de informe de preguntas frecuentes en redes sociales	0
Gestión de la Comunicación Estratégica		
Actividad	Tarea	Presupuesto
Gestión para la implementación del Plan de Género e interculturalidad	Realizar reportajes audiovisuales y entrevistas biográficas que visibilicen la labor de las colaboradoras y su importancia en los SNHM	0
	Talleres para la implementación del plan de acción con pueblos indígenas con enfoque de género e intercultural (ENANDES)	62700

IX. EVALUACIÓN Y MONITOREO

Para la evaluación y monitoreo de las actividades y tareas programadas en el marco del presente Plan de Comunicaciones, se consideran los informes de Plan Operativo Institucional, los cuales se elaboran mensualmente y son presentados de manera trimestral mediante informes.

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

ANEXO 1

ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES DEL SENAMHI

1. Objetivos en Redes Sociales

1.1. Objetivo General

Fortalecer la imagen del Senamhi como líder en información meteorológica, hidrológica, agrometeorológica y otras conexas entre los seguidores de las redes sociales.

Indicador:

Incrementar en un 5 % el promedio de me gusta en las redes sociales: Es decir en Facebook, Twitter e Instagram alcanzarían valores de 10 946.25, 3 112.81 y 1 898.85 respectivamente al finalizar el 2020.

* Al finalizar diciembre 2019 el valor promedio de me gusta en las redes sociales fue de 10 425 en Facebook y de 2 964.58 en Twitter.

1.2 Objetivos Específicos

- Elaborar publicaciones con identidad corporativa (**indicador: número de publicaciones con identidad corporativa mensualmente**).
- Clasificar por tipos de publicaciones según las necesidades informativas de las audiencias (**indicador: Cuadro de clasificación de contenidos según las necesidades informativas de las audiencias mensualmente**).
- Determinar el tipo de publicaciones que obtuvieron mayor preferencia a las necesidades informativas de las audiencias (**indicador: Tipo de publicaciones que obtuvieron mayor me gusta por las audiencias mensualmente**).

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

1.3. Metas conforme al Plan Operativo de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones de la Gerencia General del Senamhi

La gestión de las redes sociales del Senamhi tiene como meta 12 informes al culminar el año; y con una proyección similar para el 2021.

2. Perfil de la Institución

2.1. Perfil de la Marca

- El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (Senamhi) es una institución que desde 1969 brinda servicios públicos, asesoría, estudios e investigaciones científicas en las áreas de Meteorología, Hidrología, Agrometeorología y Asuntos Ambientales en beneficio del país. Actualmente, el Senamhi es un organismo público ejecutor adscrito al Ministerio del Ambiente.
- Tomando como referencia el Plan Estratégico Institucional de Senamhi 2020 -2021 así como los datos demográficos de los seguidores del fanpage de Facebook (53% mujeres; 47% hombres); audiencia del Twitter (57% hombres; 43% mujeres); seguidores del Instagram (57 % hombres y 43 % mujeres) y usuarios de YouTube (60% hombres; 40% mujeres); se ha elaborado un perfil de marca que se resume en:
- ***La personalidad del Senamhi es un joven (varón) natural de Lima de 35 años, proactivo, honesto, innovador, con actitud positiva para el trabajo en equipo. Se preocupa por brindar una orientación oportuna y confiable sobre los productos y servicios meteorológicos, hidrológicos y climáticos a la sociedad peruana.***

3. Públicos objetivos online

Tomando en cuenta la función de atención y servicio al ciudadano describiremos a nuestra audiencia:

- Poblaciones en Riesgo y COE (regional y local), personas en general, estudiantes y especialistas afectados por los fenómenos extremos, carecen de presencia en redes sociales, humildes y trabajadores, atraídos por contenidos visuales con poco texto.



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

- Ciudadanos sin conocimiento técnico, personas entre 15 a 50 años, tienen presencia en todas las redes sociales, visitan portales de noticias para contrastar información, requieren atención rápida y concisa.
- Periodistas de medios de comunicación, personas críticas, publican en redes, contrastan información de manera rápida y masiva, son influyentes en temáticas relevantes.
- Estudiantes y técnicos, personas entre 18 a 35 años con presencia en las redes sociales, generan información, son críticos fugaces y utilizan dispositivos móviles.
- Instituciones afines, requieren material de interés para sus actividades y están presentes en las redes sociales.

4. Estrategia en Redes Sociales

La Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones utiliza las redes sociales. Difunde el trabajo técnico / científico y las actividades que realiza la institución. Monitorea, sostiene y defiende la reputación de la institución ante la opinión pública. Fomenta la participación, la atención y el servicio al ciudadano. Y posiciona al Senamhi como líder en la información relevante y especializada en las áreas de meteorología, hidrología, agrometeorología y otras conexas.

4.1. Propuestas de valor

- **Poblaciones en Riesgo y COE (regional y local)**, información de fenómenos extremos y recomendaciones de acuerdo al nivel de peligro.
- **Ciudadanos sin conocimiento técnico**, información rápida para entender las condiciones del tiempo, medio ambiente y efemérides.
- **Periodistas de medios de comunicación**, información atractiva de las condiciones actuales del tiempo, clima y agua reforzando la competencia de la institución.
- **Estudiantes y técnicos**, información para la educación en colegio y superior especializado.
- **Instituciones afines**, información de interés para actividades interinstitucionales.

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

4.2. Estrategia de Contenidos

Los contenidos de interés se clasificarán de acuerdo a la audiencia

- **Poblaciones en Riesgo y COE (regional y local)**, información oportuna y clara de eventos extremos meteorológicos, hidrológicos, agrometeorológicos y conexos para la ciudadanía; infografías.
- **Ciudadanos sin conocimiento técnico**, imágenes (fotos o videos) de las condiciones del tiempo más resaltantes del día con información clara y concisa; piezas gráficas o audiovisuales de tecnicismos.
- **Periodistas de medios de comunicación**, notas de prensa, comunicados, e informativos audiovisuales.
- **Estudiantes y técnicos**, notas de prensa con información técnica / científica clara y concisa; piezas audiovisuales.
- **Instituciones afines**, imágenes (fotos o videos) de actividades interinstitucionales específicas; piezas gráficas.

4.3. Políticas para los canales de comunicación digital

- **Frecuencia mínima/máxima de publicaciones diarias.**
Establecer un cronograma base de publicaciones para las redes sociales.
- **Mecánica de publicación.**
Mantener el esquema con varios administradores (comunicadores y especialistas) para satisfacer las demandas de información durante todo el día.
- **Mecánica de interacción con los usuarios.**
Responder las consultas de los usuarios, así como moderar sus intervenciones.
- **Línea gráfica.**
Respetar la línea gráfica institucional en las redes sociales. Tipo de logo, formato de las imágenes; la tipografía, colores, etc.

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

Adicionalmente, se recomienda:

- Usar los hashtags o etiqueta en las publicaciones para organizar el contenido, según campañas y temáticas.
- Utilizar ocasionalmente palabras que inviten a detenerse en el contenido de la publicación como: *¡infórmate!*, *¡Recuerda!*, *¡Buen día!*, etc.
- Ofrecer contenido que aporte valor a los usuarios.
- Vigilar los temas que son tendencia en el momento y tener el cuidado necesario para comunicar estando atento a posibles emergencias y crisis.

4.4. Tono de comunicación

- El tono de comunicación debe ser amigable, directo, sencillo, optimista, amical y coloquial, pero sin caer en el uso de la jerga o haciendo uso incorrecto del idioma.

5. Programación de contenidos

5.1. Programación semanal con propuestas de valor según red social.

- Las publicaciones en el fanpage de Facebook tendrán como base la hora cuando más seguidores utilizan la aplicación: 6:00 h., 10:00 h. y 18:00 h.
- Las publicaciones en la cuenta de Twitter se realizarán por intervalos de tres horas: 08:00 h., 11:00 h., 14:00 h., 17:00 h. y 20:00 h.
- Las publicaciones en la cuenta de Instagram tendrán como base la hora cuando más seguidores utilizan la aplicación: 22:00 h. y 01:00 h.
- Las publicaciones en Youtube se publicarán a las 12:00 h. y 18:00 h.
- Asimismo, por la naturaleza dinámica y cambiante del servicio de proveer información oportuna y confiable, las publicaciones dirigidas a las poblaciones en riesgo y COE (regional y local), periodistas de medios de comunicación, y ciudadanos sin conocimiento técnico carecerán de un horario definido.



PERÚ

Ministerio del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

5.2. Programación anual según eventos meteorológicos, hidrológicos, agrometeorológicos y de actividades conexas.

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
Radiación UV nacional Temporada de lluvia Temporada de avenidas ríos costa Temporada de crecida ríos amazónicos sur Siembra papa y quinua Siembra arroz costa norte.	Radiación UV nacional Temporada de lluvia Temporada de nevadas Temporada de avenidas ríos costa Temporada de crecida ríos amazónicos centro.	Otoño Radiación UV nacional Temporada de lluvia Temporada de nevadas Temporada de avenidas ríos costa Temporada de crecida en ríos amazónicos centro.	Temporada de Heladas y Friajes Temporada de lluvia Temporada de crecida ríos amazónicos norte Radiación UV nacional Temporada de avenidas ríos costa Cosecha papa y quinua Cosecha arroz.
MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Temporada de Heladas y Friajes Temporada de crecida ríos amazónicos norte Radiación UV sierra Temporada de estiaje Cosecha papa y quinua Cosecha arroz.	Invierno Radiación UV sierra Temporada de Heladas y Friajes Temporada de estiaje Temporada de crecida ríos amazónicos norte Cosecha papa y quinua Cosecha arroz.	Radiación UV sierra Vientos en costa Temporada de Heladas y Friajes Temporada de nevadas Incendios Forestales Temporada de estiaje Cosecha papa y quinua.	Radiación UV sierra Vientos en costa Incendios Forestales Temporada de Heladas y Friajes Temporada de estiaje Temporada de vaciante.
SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Primavera Radiación UV sierra Temporada de Heladas y Friajes Vientos en costa Incendios Forestales Inicio año hidrológico y temporada de lluvias Temporada de vaciante Temporada de estiaje Siembra papa y quinua Siembra arroz costa sur.	Temporada de lluvia Temporada de estiaje Temporada de vaciante Siembra papa y quinua Siembra arroz costa sur.	Temporada de lluvia Temporada de estiaje Siembra papa y quinua Siembra arroz costa sur.	Verano Radiación UV nacional Temporada de lluvia Contaminación del Aire Temporada de avenidas Temporada de crecida en ríos amazónicos sur Siembra papa y quinua Siembra arroz costa norte.



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"
"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

5.3. Programación anual según efemérides

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
<p>Día Mundial de la Educación Ambiental</p> <p>Día Mundial de la Acción frente al Calentamiento Terrestre.</p>	<p>Día Mundial contra el Cáncer</p> <p>Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia</p> <p>Día Internacional de la Lengua Materna.</p>	<p>Día Internacional de la Mujer.</p> <p>Día Mundial de Acción en Defensa de los Ríos.</p> <p>Día Mundial del Agua.</p> <p>Día Meteorológico Mundial.</p> <p>Día Senamhi.</p> <p>Día Mundial del Clima y la Adaptación al Cambio Climático..</p>	<p>2do. Domingo - Día del Niño Peruano</p> <p>Jueves y viernes santo</p> <p>Día de la Tierra</p> <p>Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo</p>
MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
<p>Día Mundial del Trabajo</p> <p>2do. Domingo - Día de la Madre</p> <p>Día de la Creación del Ministerio del Ambiente</p> <p>Día Mundial de la Diversidad Cultural para el Diálogo y el Desarrollo</p> <p>Día Nacional de la Prevención de los Desastres</p>	<p>Día mundial del medio ambiente</p> <p>Día Mundial de los Océanos</p> <p>Día Mundial de la Acción frente a la Desertificación y la Sequía</p> <p>3er. Domingo - Día del Padre</p> <p>Día del Campesino</p> <p>Día de la Fiesta del Sol o Inti Raymi</p> <p>Día del Papa - San Pedro y San Pablo.</p>	<p>Día de la Proclamación de la Independencia del Perú.</p>	<p>Día Batalla de Junín</p> <p>Día Internacional de las Poblaciones Indígenas (Segundo viernes) Día Interamericano de la Calidad del Aire – DIAIRE</p> <p>Día del Adulto Mayor</p> <p>Día de la Defensa Nacional</p> <p>Día de Santa Rosa de Lima.</p>
SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<p>Semana de la Educación Vial</p> <p>Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono</p> <p>Día Mundial del Turismo</p> <p>Día Mundial de los Mares</p>	<p>Día del Periodismo (Primer sábado) Día de la Gestión Responsable del Agua – DIAGUA (Primer lunes). Día del Hábitat, los Ecosistemas y el Ordenamiento Territorial</p> <p>Día del Combate de Angamos</p> <p>Día de los Pueblos Originarios y del Diálogo Intercultural</p> <p>Día Internacional para la Reducción de los Desastres (Cuarta semana) Semana de la Educación Ambiental en el Perú</p> <p>Día de la Canción Criolla</p>	<p>Día Internacional del Aire Puro</p>	<p>Día de los Derechos Humanos</p> <p>Día de la Aprobación del Acuerdo de París de la Convención Marco sobre el Cambio Climático</p> <p>Navidad</p> <p>Año Nuevo</p>



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres"

"Año de la Lucha contra la Corrupción y la Impunidad"

Asimismo, se considerarán para la programación de contenidos aquellas festividades que fomentan el turismo nacional, eventos deportivos, y acontecimientos de interés nacional a fines a las condiciones del tiempo.