



**RESOLUCIÓN DE SECRETARÍA GENERAL
N° 013-2018/SENAMHI**

Lima, 22 MAR 2018

VISTOS:

El Informe N° 046-Ejecutiva de Comunicación e Información/UFC-2018 de la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones; el Informe N° 021-2018/SENAMHI-OPP-UP y el Memorando N° 16-2018/SENAMHI-OPP-UP de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto; y,

CONSIDERANDO:

Que, la Ley N° 24031, Ley del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, modificada por la Ley N° 27188, establece que el Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – 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, a través de la Primera Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1013, se adscribe la referida entidad, como organismo público ejecutor, al Ministerio del Ambiente;

Que, la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, tiene como objetivos establecer 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, en prensa escrita, radio y televisión, así como fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los mismos;

Que, según el literal a) del artículo 3 de la Ley N° 28874, se debe cumplir con un Plan de Estrategia Publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las mismas que deben adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales, bajo responsabilidad del Titular del Pliego;

Que, el artículo 1 de la Resolución de Secretaría General N° 46-2016/SENAMHI, establece que la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones de la Secretaría General tiene entre sus funciones, proponer a dicho órgano los documentos de gestión y/o planificación de su ámbito;

Que, con Informe N° 046-Ejecutiva de Comunicación e Información/UFC-2018, la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones de la Secretaría General alcanza la propuesta de Plan Estratégico de Comunicación 2018;

Que, mediante el Informe N° 021-2018/SENAMHI-OPP-UP y el Memorando N° 16-2018/SENAMHI-OPP-UP, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto indica que el Plan Estratégico de Comunicación 2018 se enmarca en la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, y que el mismo se encuentra alineado al Plan Operativo de la Secretaría General, a ser ejecutado por la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones;

Que, en ese sentido, resulta pertinente aprobar el Plan Estratégico de Comunicación 2018 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI;



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

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 24031, Ley del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología, modificada por la Ley N° 27188; la Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal; y el Reglamento de Organización y Funciones del SENAMHI, aprobado mediante el Decreto Supremo N° 003-2016-MINAM;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el Plan Estratégico de Comunicación 2018 del Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú – SENAMHI que, como Anexo, forma parte integrante de la presente Resolución.

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



Regístrese y comuníquese

SILVANA PATRICIA ELÍAS NARANJO

Secretaria 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 del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2018

**Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones
Secretaría General**

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

Lima - Perú
Marzo, 2018.





PERÚ

Ministerio del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2018

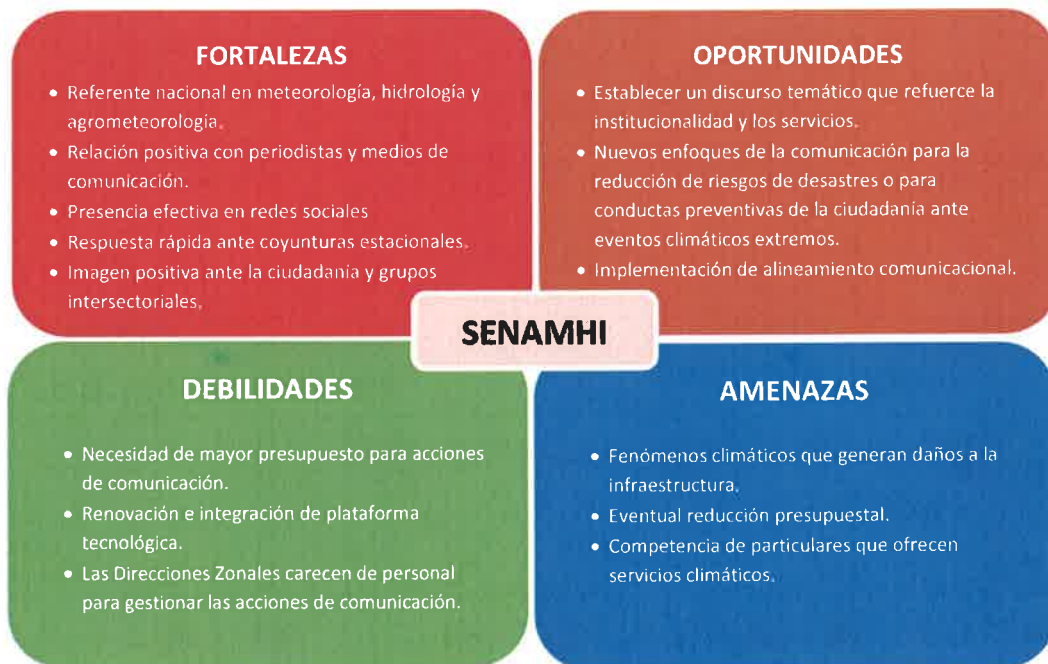
El Servicio Nacional de Meteorología e Hidrología del Perú (SENAMHI) es un órgano adscrito al Ministerio de Ambiente, responsable de planificar, organizar, coordinar, normar, dirigir, supervisar y controlar las actividades meteorológicas, hidrológicas, agro meteorológicas y conexas, mediante la operación 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.

Según el Reglamento de Organización y Funciones (ROF), la Unidad Funcional Operativa de Comunicaciones (UFC) de la Secretaría General tiene como responsabilidad principal coordinar acciones vinculadas a 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, siempre en el marco de los objetivos estratégicos del SENAMHI.

1. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Antes de iniciar la propuesta se consideró importante realizar un diagnóstico comunicacional para considerar un punto de partida y tomar acciones a fin de realizar las mejoras. Producto de este diagnóstico, aplicamos la matriz FODA:





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

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

Objetivos Específicos

- Fortalecer la imagen del SENAMHI ante la opinión pública, posicionándolo como una institución líder en el tema de su competencia.
- Fortalecer y unificar el liderazgo en la institución a nivel nacional.

3. PÚBLICO OBJETIVO

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

En el *primer grupo* ubicamos a autoridades del Ejecutivo, gobernadores regionales, tenientes gobernadores; autoridades locales (alcaldes distritales y provinciales); congresistas; líderes políticos; dirigentes, representantes de instituciones y organizaciones como gremios empresariales; organizaciones no gubernamentales (ONG); y especialistas vinculados a la gestión de riesgos de desastres (INDECI, COER, COEN, entre otros).

El *segundo grupo* de interés está conformado por jefes de información, periodistas, líderes de opinión y en general, representantes de medios de comunicación televisiva, radial, medios escritos y medios digitales.

El *tercer grupo* de interés está integrado por la ciudadanía en general, es decir agentes económicos (productores agrícolas, exportadores, transportistas, turistas, etc.); especialistas de los sectores salud y educación (médicos, docentes); estudiantes universitarios e investigadores.

Finalmente, conforman el *público interno*, el personal de la sede central del SENAMHI, colaboradores, técnicos y profesionales de las trece Direcciones Zonales de la institución.



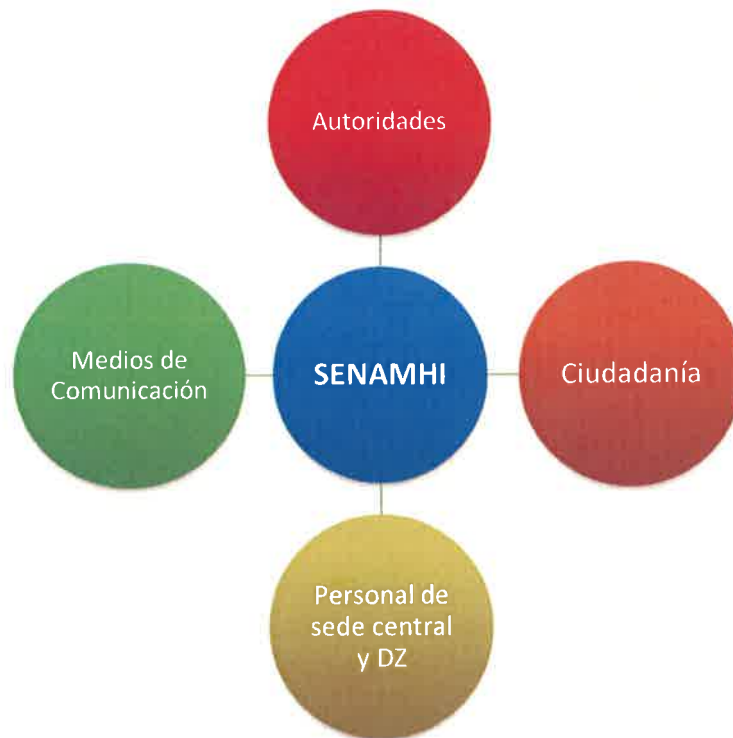


PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”



Elaboración propia. Grupos de interés identificados para el SENAMHI.

4. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación se constituyen como el conjunto de decisiones y prioridades que permiten cumplir objetivos generales y específicos, utilizando los canales y las herramientas de comunicación disponibles.

Para implementar el siguiente plan se propone aplicar las siguientes estrategias de comunicación:

4.1. Fortalecer la Unidad Funcional de Comunicaciones

La UFC debe funcionar como una Oficina de Comunicación para desarrollar estrategias comunicacionales con objetivos específicos a nivel interno y externo. La UFC debe estar en capacidad de atender todos los requerimientos institucionales que sean necesarios, priorizando los objetivos de la institución y adecuando eficientemente las necesidades de cada área o dirección. Para ello proponemos:

- ✓ Adquisición de equipos audiovisuales y diseño gráfico de última generación, mejorar los ambientes de trabajo relacionados a espacio y ventilación, contratar servicios de diagnóstico completo, monitoreo y evaluación, proveer al personal de equipos necesarios para la cobertura de actividades.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

- ✓ Contratación de personal especializado y capacitación continua para el fortalecimiento de la gestión comunicacional. Con ello, será necesario realizar la distribución de tareas de acuerdo a las áreas de trabajo como prensa y relaciones públicas, diseño gráfico, community manager, comunicación corporativa y comunicación social.

4.2. Focalización en temas prioritarios

La comunicación no resuelve todos los problemas de la institución, ayuda a identificarlos y por ello es importante que todas las direcciones apoyen en la implementación de actividades, siempre en el marco de los objetivos estratégicos del sector. La relación de las instituciones públicas y la ciudadanía se refuerza más cuando considera las necesidades de sus principales usuarios y satisface sus demandas de información. En ese sentido, será necesario e importante que las estrategias de comunicación se enfoquen en los temas que realmente son de prioridad para la institución. Se plantean las siguientes actividades:

- ✓ Implementación de talleres de sensibilización. Estas actividades surgen ante la decisión y necesidad de informar a las autoridades, usuarios y ciudadanía sobre los cambios de temperatura o eventos climáticos que puedan tener algún impacto en sus actividades diarias. Según los compromisos asumidos por el SENAMHI con la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), en el 2018 se organizarán cuatro (04) talleres de sensibilización sobre peligros de bajas temperaturas (heladas y friajes) en regiones con distritos priorizados (Ayacucho, Huancavelica, Ucayali y Madre de Dios) en función al Plan Multisectorial ante Heladas y Friaje 2018 y en acuerdo con la Secretaria Técnica del Programa de Reducción de la Vulnerabilidad y Atención de Emergencias y Desastres (PREVAED) del SENAMHI.
- ✓ Actualización permanente de bases de datos de la UFC.
- ✓ Actualización del Manual de Imagen Institucional.
- ✓ Elaboración del 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.
- ✓ Organizar y coordinar viajes de la Alta Dirección a las sedes de las Direcciones Zonales, para verificar el cumplimiento de las funciones y acciones institucionales.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

4.3. Gestión de Medios y Redes Sociales

- ✓ Identificar y establecer voceros a nivel de Sede Central y Direcciones Zonales.
- ✓ Coordinar con periodistas de los distintos medios de comunicación para el desarrollo y difusión de entrevistas especializadas con los voceros de la institución.
- ✓ 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.
- ✓ 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, cumpliendo las normas del Código de Ética de la Función Pública.
- ✓ Capacitar al personal de las Direcciones Zonales (media training) para fortalecer su intervención externa en medios y/o espacios televisivos y radiales.

4.4. Gestión de la comunicación interna

- ✓ Proponer la ejecución de programas de incentivos para el personal a nivel nacional. El objetivo es reconocer el aporte que realizan los especialistas desde sus diversas disciplinas. Generar motivación a través de esta medida servirá de apoyo para mantener el valioso recurso humano y mejorar el registro de datos a nivel nacional.
- ✓ Rediseño de la intranet para obtener un espacio interactivo donde se publique información de actividades internas con la finalidad de que los servidores públicos estén avisados sobre lo que hacen otras direcciones y también los programas y proyectos de reconocimiento. Además, 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).
- ✓ Las ideas fuerza que se tratarán de transmitir a través de los mensajes clave responden principalmente a los objetivos. Por ese motivo, se propone trabajar mensajes vinculados a la variabilidad climática, es decir al cambio constante: el clima cambia, tú también. Esta propuesta implica cambiar de un esquema institucional vertical a uno horizontal y es soportado por el mensaje que alude a los efectos variables del cambio climático y a la variabilidad climática, pero en este caso para lograr cambios positivos en la institución.
- ✓ Participación en los eventos organizados por Oficina de Recursos Humanos (ORH) mediante el apoyo en el diseño, planificación y difusión de los talleres y/o eventos de capacitación organizados por la ORH para los servidores de la institución.
- ✓ Organización de actividades protocolares 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.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

- ✓ 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.

4.5. Soporte en la gestión de la comunicación a Direcciones de Línea y Direcciones Zonales

Existen múltiples actividades e iniciativas organizadas y ejecutadas por las Direcciones de Línea y Direcciones Zonales que dependen del SENAMHI y requieren ser conocidos por los públicos de interés. En ese contexto, la UFC debe brindar la atención adecuada para garantizar la oportuna difusión de estas actividades, de manera que apoye el fortalecimiento de la imagen institucional y sea de gran utilidad para el público al que se dirige.

- ✓ Elaboración de diagnóstico y optimización de capacidades comunicacionales en las Direcciones Zonales.
- ✓ Elaborar un plan de comunicaciones ad hoc para cada Dirección Zonal, en función a un diagnóstico previo, que permita reforzar su presencia en medios locales en temas de su competencia: información meteorológica, hidrológica, agrometeorológica, medio ambiental y otras de interés.
- ✓ Capacitar al personal de cada Dirección Zonal en el uso y aprovechamiento de herramientas comunicacionales para acercar la información y servicios que brinda a la población y medios locales.

Como parte de las iniciativas de las direcciones de línea, encontramos que el SENAMHI es responsable de la ejecución de los siguientes proyectos:

- **Climandes:** Es uno de los ocho proyectos priorizados por la Organización Meteorológica Mundial para la implementación del Marco Mundial de los Servicios Climáticos. Tiene como objetivo, brindar servicios climáticos confiables y oportunos para la toma de decisiones en la búsqueda de un desarrollo más resiliente ante la variabilidad climática.

En su segunda fase, los beneficiarios directos son los productores agrícolas de las zonas rurales de Cusco y Puno. El proyecto tiene 3 líneas de acción: a) Desarrollo de servicios climáticos basados en los pronósticos de precipitaciones y sequía; b) Fortalecimiento de capacidades de profesionales y estudiantes relacionados con la climatología y c) Desarrollo de mayor conciencia sobre los beneficios socioeconómicos del uso de los servicios climáticos.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

- **CRYOPERÚ:** El proyecto se desarrolla desde el 2013 y tiene como objetivo promover investigaciones sobre el impacto del cambio climático en la criosfera de los Andes. Se denomina criosfera al estado del agua en los andes peruanos, tales como glaciares, nevados, lagunas. Su implementación está a cargo de múltiples sectores en el cual participa el SENAMHI, a través de la Dirección de Meteorología y Evaluación Ambiental Atmosférica. Actualmente, el proyecto brinda información de sus actividades mediante una minisite anexo a la página web del SENAMHI.
- **PREVAED:** El Programa Presupuestal Estratégico para la Reducción de la Vulnerabilidad y Atención de Emergencias por Desastres - PREVAED - 068 está a cargo de la Secretaría de Gestión del Riesgo de Desastres, de la Presidencia del Consejo de Ministros. Este programa tiene un componente comunicacional el cual es liderado por la Oficina de Comunicación Social de la PCM. En el marco de este programa, el SENAMHI brinda información sobre el comportamiento hidrometeorológico que se registra en el país con la finalidad que las autoridades en los tres niveles de gobierno y ciudadanía en general adopten medidas de prevención oportuna.
- **DECADE:** El proyecto Datos Climáticos y Eventos extremos para el área Central de los Andes tiene como principal objetivo promover el suministro de información climática en los Andes centrales, en apoyo a la toma de decisiones y estrategias de adaptación al cambio climático. Es implementado hasta el primer semestre del 2018 por el SENMHI de Bolivia y el de Perú.

5. Mensajes

El estilo de comunicación del SENAMHI debe utilizar géneros y formatos informativos y con matices discursivos (descriptivos, argumentativos), de acuerdo a los grupos de público objetivo (externo e interno).

Además, 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.

Los mensajes deben ser elaborados con contenido 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.

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.





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

- a) 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.
- b) El SENAMHI trabaja para satisfacer y superar las expectativas de los grupos de público interno y externo, mediante una respuesta oportuna a sus requerimientos.
- c) El SENAMHI desarrolla prácticas sobresalientes en la gestión institucional con orientación hacia resultados, pensando en las necesidades de los usuarios.
- d) 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.
- e) El personal del SENAMHI posee una conducta recta y honrada, que observa normas y compromisos, además de actuar con verdad y transparencia.

6. Plataformas de comunicación

Los canales de comunicación preferentes para el SENAMHI serán la radio, la televisión, la prensa escrita, y los medios digitales teniendo en cuenta los que:

1. La población afectada por los eventos meteorológicos extremos (como heladas y friaje) 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.
4. Las redes sociales cuya presencia en la vida cotidiana de los usuarios cobra mayor importancia.

En ese sentido, el SENAMHI implementará la estrategia de comunicación, de acuerdo a sus necesidades y a los siguientes medios o canales:

- Medios audiovisuales: Televisión de señal abierta, televisión por cable, emisoras radiales.
- Medios digitales: Portal web, redes sociales (Facebook, Twitter, YouTube, Issuu y Flickr), correos electrónicos, boletines y otras publicaciones electrónicas.
- Medios escritos: Diarios y revistas.
- Medios de comunicación alternativos: Radios comunitarias y otros.

7. Productos informativos

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





PERÚ

Ministerio
del Ambiente



“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para mujeres y hombres”
“Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional”

Materiales impresos

- Afiches informativos.
- Banners informativos.
- Dúptico institucional.
- Historietas y encartes.
- Merchandising.

Digitales

- CDs con información institucional.
- Flyers digitales.
- Videos informativos y didácticos.
- Archivo fotográfico de actividades institucionales.

8. Presupuesto

El presupuesto asignado a la UFC para la ejecución del presente Plan, asciende a 277,458.00 soles, el cual está distribuido de la siguiente manera:

Actividades	Presupuesto
Organización de talleres de sensibilización de heladas y friaje	60,000.00
Impresión y distribución de material informativo en heladas y friajes	25,000.00
Coordinación y monitoreo de las acciones de comunicación	187,034.00
Soporte en la gestión de la comunicación a Direcciones de Línea y Direcciones Zonales (material informativo y de difusión)	5,424.00
Total	277,458.00

9. Evaluación

El seguimiento y evaluación del presente Plan Estratégico de Comunicaciones se realizará de manera trimestral, bajo los indicadores de verificación de cumplimiento de metas planteados en el Plan Operativo Institucional 2018.

