



RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N.º 049 -2017-OSINFOR

Lima, 06 ABR. 2017

VISTOS:

El Proveído N.º 098-2017-OSINFOR/01.2, de fecha 16 de marzo de 2017, del Secretario General (e) mediante el cual hace suyo el Informe N.º 00004-2017-OSINFOR/01.2-LEAD, de la asistente de comunicaciones, en el cual propone el Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017, el Proveído N.º 032-2017-OSINFOR/04.1, de fecha 22 de marzo de 2017, del Jefe (e) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y el Informe Legal N.º 090-2017-OSINFOR/04.2, de fecha 31 de marzo de 2017, del Jefe (e) de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Legislativo N.º 1085, se crea el Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR, como Organismo Público Ejecutor, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, encargado a nivel nacional de la supervisión y fiscalización del aprovechamiento sostenible y la conservación de los recursos forestales y de fauna silvestre, así como de los servicios ambientales provenientes del bosque;

Que, la Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal, establece 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 y fiscalizar la transparencia y racionalidad en el uso de los recursos públicos para la contratación de servicios de publicidad en prensa escrita, radio y televisión;

Que, conforme al artículo 3º de la citada Ley, la realización de la publicidad estatal requiere el cumplimiento de ciertas exigencias, como: a) Plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias; b) Descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; c) Propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiere lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos y d) Proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, acorde a lo descrito en los considerandos precedentes, mediante proveído de vistos el Secretario General (e) hace suyo el Informe N.º 00004-2017-OSINFOR/01.2-LEAD, de la asistente de comunicaciones proponiendo el proyecto del



Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017, indicando que este plan contribuye a la implementación de las funciones del OSINFOR, a través de la difusión de la misión y visión;



Que, el objetivo del proyecto del Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017, es apoyar la difusión de la misión y visión del OSINFOR, además de impulsar la sensibilización de la población en temas relacionados a materia forestal y de fauna silvestre;



Que, cabe precisar que las campañas de difusión previstas en el plan materia de análisis, están vinculadas a los criterios generales establecidos en el literal c) y d) del artículo 4° de la Ley N.° 28874, que es promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a los asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, entre otros e informar de las acciones adoptadas en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de recursos naturales y seguridad de la población, entre otros;



Que, a través del proveído de vistos el Jefe (e) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, hace suyo el Informe N.° 008-2017-OSINFOR/04.1.1-FPPL, de la Jefa (e) de la Sub Oficina de Planeamiento, que opina favorablemente sobre la propuesta del Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017, indicando que el plan antes mencionado está alineado al Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018 y a la Directiva N.° 003-2016-OSINFOR/04.1, Directiva de Documentos de Gestión del OSINFOR aprobado por Resolución Presidencial N.° 105-2016-OSINFOR, recomendando su aprobación, asimismo, señala que los gastos que demande dicho plan serán atendidos de acuerdo a la disponibilidad presupuestal;

Que, mediante Decreto Supremo N.° 029-2017-PCM se aprobó el Reglamento de Organización y Funciones del OSINFOR publicado en el Diario Oficial El Peruano el 23 de marzo de 2017, en cuyo literal a) del artículo 7° señala que forma parte de las funciones del Presidente Ejecutivo, aprobar la política institucional, instrumentos normativos y documentos de gestión en el ámbito de competencia de la Entidad;

Que, la Oficina de Asesoría Jurídica mediante Informe Legal de vistos, ha emitido opinión favorable en cuanto al proyecto del Plan materia de análisis, recomendando su aprobación;

Con las visaciones del Secretario General (e) y de los Jefes (e) de la Oficina de Planificación y Presupuesto y de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N.° 28874, Ley que regula la publicidad estatal, el Decreto Legislativo N.° 1085, Ley que crea el Organismo de



Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR y su Reglamento de Organización y Funciones, aprobado por Decreto Supremo N.º 029-2017-PCM y la Resolución Presidencial N.º 028-2017-OSINFOR;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- APROBAR el Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017, el mismo que en anexo forma parte integrante de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º.- El Plan aprobado en el artículo precedente entrará en vigencia a partir del día siguiente de la publicación de la presente resolución en el Portal Institucional del OSINFOR.

ARTÍCULO 3º.- NOTIFICAR la presente resolución presidencial a todos los órganos y unidades orgánicas del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR, para su conocimiento.

ARTÍCULO 4º.- DISPONER que la Oficina de Tecnología de la Información publique la presente resolución presidencial en el Portal Institucional del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR (www.osinfor.gob.pe).

Regístrese y comuníquese,

MAXIMO SALAZAR ROJAS

Presidente Ejecutivo (e)
Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR	PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017	
Propuesto por:	Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017	

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

PLAN N° 003-2017-OSINFOR
ESTRATEGIA PUBLICITARIA DEL ORGANISMO
DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS
FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE -
OSINFOR 2017



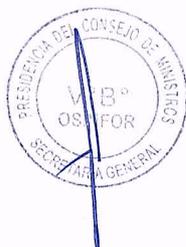
SECRETARÍA GENERAL
2017

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación: 06 ABR 2017	
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación: 07 ABR. 2017	

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	3
RESUMEN EJECUTIVO.....	4
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR 2017.....	5
I. ASPECTOS GENERALES.....	5
II. SITUACIÓN ACTUAL O DIAGNÓSTICO.....	6
III. ALINEAMIENTO CON PLANES INSTITUCIONALES.....	7
IV. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES.....	8
V. METAS E INDICADORES.....	12
VI. GESTIÓN DEL PLAN.....	12



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

PRESENTACIÓN

El Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre, en adelante OSINFOR, fue creado mediante Decreto Legislativo N° 1085 teniendo como principal función a nivel nacional, supervisar y fiscalizar el aprovechamiento sostenible y la conservación de los recursos forestales y de fauna silvestre, así como de los servicios ambientales provenientes del bosque otorgados por el Estado a través de diversas modalidades de aprovechamiento.

Cabe resaltar que la conservación y el aprovechamiento sostenible de los bosques es uno de los resultados que el Estado Peruano espera en el marco de la Política Nacional Forestal y de Fauna Silvestre, aprobado por Decreto Supremo N°009-2013-MINAGRI con la finalidad de generar bienestar y oportunidades de desarrollo a la población nacional, expectativa que se refleja en la competencia y finalidad del OSINFOR señaladas en el Decreto Legislativo N° 1085; el cual demarca la supervisión y fiscalización del aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre como una de las principales funciones.

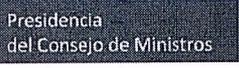
En ese sentido, en cumplimiento de lo anteriormente mencionado, las actividades de comunicación que impulsa la entidad se encuentran previstas en el Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018 aprobado por Resolución Presidencial N° 122-2016-OSINFOR y el Plan Operativo Institucional - POI 2017 aprobado por Resolución Presidencial N° 128-2016-OSINFOR.

Es así que el OSINFOR desarrolla acciones de información y difusión de las actividades de capacitación, supervisión y fiscalización del aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre, así como de sus respectivos resultados, con la finalidad de promover mejoras en las conductas de los administrados para el aprovechamiento sostenible de los bosques en títulos habilitantes, para lo cual se enmarca dentro de lo dispuesto en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal¹.

Por tal motivo, el OSINFOR tiene previsto diseñar spots radiales, banners digitales y publicidad escrita (folletos, dípticos, trípticos, afiches, entre otros), en donde también se consideraría la posibilidad de estudios de investigación y mercados actualizados, para cuya gestión se propone el presente Plan de Estrategia Publicitaria del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR 2017.



¹ No incluye notas de prensa, avisos sobre procedimientos a convocarse en el marco de la Ley de Contrataciones y Adquisiciones del Estado y de la publicación de normas que en cumplimiento de sus funciones desarrollan las entidades y dependencias del Gobierno Nacional, regional y local.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros  Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

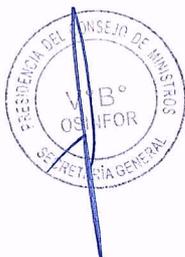
RESUMEN EJECUTIVO

El presente Plan de Estrategia Publicitaria del OSINFOR 2017, está orientado a posicionar al OSINFOR como el organismo que supervisa y fiscaliza el adecuado aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre, promoviendo además, que las personas ejerzan sus derechos como ciudadanos activos para que se conviertan en gestores de su propio desarrollo.

OSINFOR busca también generar un espacio participativo que contribuya al espacio forestal y de fauna silvestre como parte de la estrategia nacional, regional y local en el uso sostenible de los bosques.

Para lograr este propósito, la organización hará un buen uso de los tradicionales medios de difusión, así como de las redes sociales, hoy en boga y con alcance masivo. De este modo se pretende alcanzar a toda la población sin importar ubicación geográfica.

De este modo, el Plan de Estrategia Publicitaria contiene los aspectos generales, la situación actual o diagnóstico, el alineamiento con los planes institucionales, la programación de actividades, así como también las metas e indicadores de la gestión del plan.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR 2017

I. ASPECTOS GENERALES

1.1 Objeto:

Apoyar la difusión de la misión y visión del OSINFOR; además de impulsar la sensibilización de la población en temas relacionados a materia forestal y de fauna silvestre.

1.2 Finalidad

Aumentar el posicionamiento del OSINFOR, así como contribuir a la sensibilización de la población en temas forestales y de fauna silvestre especialmente relacionados a la labor del OSINFOR.

1.3 Base Legal

- ✓ Ley N° 28874, Ley que regula la publicidad estatal
- ✓ Ley N° 30518, Ley de Presupuesto del Sector Público para el Año Fiscal 2017
- ✓ Ley N° 28278, Ley de Radio y Televisión
- ✓ Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y modificaciones
- ✓ Ley N° 30225, Ley de Contrataciones del Estado modificado por Decreto Legislativo 1341
- ✓ Decreto Supremo 009-2013-MINAGRI, Política Nacional Forestal y de Fauna Silvestre.

1.4 Alcance

El presente Plan de Estrategia Publicitaria es de carácter general y de aplicación obligatoria a todo el personal de los órganos y unidades orgánicas del OSINFOR,



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

independientemente del vínculo o modalidad contractual a la que se encuentren sujetos.

1.5 Definiciones

- 1.5.1 **Campaña:** Conjunto de actividades o de trabajos que se realizan en un período de tiempo determinado y están encaminados a conseguir un fin.
- 1.5.2 **Plataforma de comunicación:** Canales de comunicación mediante los cuales se transmiten mensajes.
- 1.5.3 **Medios:** El concepto es comúnmente relacionable con determinados soportes, más específicamente con los diarios o periódicos, la televisión, la radio, internet, las publicaciones gráficas.
- 1.5.4 **Banners:** Un banner es un formato publicitario en Internet. Esta forma de publicidad por internet consiste en incluir una pieza publicitaria dentro de una página web. Prácticamente en la totalidad de los casos, su objetivo es atraer tráfico hacia el sitio web del anunciante que paga por su inclusión.
- 1.5.5 **Gifs animados:** Un GIF animado es un grupo de imágenes en formato GIF (CompuServe Graphics Interchange), encadenadas mediante un programa adecuado, de forma que se presenten en nuestro monitor como una secuencia de imágenes ordenadas que dan la sensación de movimiento, lo mismo que ocurre en los dibujos animados.
- 1.5.6 **Microprogramas:** Cuando nos referimos a un microprograma de radio, estamos haciendo referencia a una serie de pequeñas emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad (todos los días, una vez por semana, etc.).



II. SITUACIÓN ACTUAL O DIAGNÓSTICO

La estrategia publicitaria actual está enfocada en resultados orgánicos; es decir, sin inversión. Bajo esta modalidad, se vienen trabajando contenidos que resulten atractivos al público en general y se vienen actualizando las redes sociales con este contenido. También se está trabajando el envío de notas de prensa a los medios de comunicación.

Adicionalmente, se viene implementando la presentación de material infográfico que pueda resumir de manera simple contenido importante que la institución quiera compartir.

De este modo, se viene potenciando la estrategia comunicacional del OSINFOR con contenido atractivo y actualizado para el público; sin embargo, en el marco

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018, nuestras acciones deben estar orientadas a llegar cada vez a más público con el fin de sensibilizar a la población en temas forestales y de fauna silvestre.

III. ALINEAMIENTO CON PLANES INSTITUCIONALES

Objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018	Objetivos del Plan de Estrategia Publicitaria 2017
<p>OEG: Implementar una comunicación que contribuya a la adecuada gestión forestal por parte de los diversos actores involucrados, a fin de garantizar la existencia perpetua de los bosques y sus beneficios para el conjunto de la nación peruana.</p>	
<p>OEE 1: Fortalecer el conocimiento de la normativa, obligaciones y técnicas para el manejo responsable del bosque, así como el conocimiento y valoración del rol del OSINFOR, en los titulares de títulos habilitantes, principalmente en las comunidades nativas.</p>	<p>OEi: Fortalecer el conocimiento sobre el manejo responsable de los bosques y la fauna silvestre en los titulares de títulos habilitantes.</p>
<p>OEE 2: Consolidar la comunicación de resultados de supervisión y fiscalización del OSINFOR a las diversas autoridades públicas vinculadas al sector forestal y de fauna silvestre, posicionándose como una entidad efectiva en el cumplimiento de sus funciones.</p>	<p>OEii: Consolidar la retroalimentación con las diversas autoridades y actores forestales dándoles a conocer actividades, metas y logros.</p>
<p>OEE 3: Ampliar el posicionamiento del rol del OSINFOR hacia la opinión pública nacional, como una entidad que contribuye decisivamente al aprovechamiento sostenible de nuestros recursos forestales y de fauna silvestre a la sostenibilidad ambiental del país, en beneficio de todos sus habilitantes.</p>	<p>OEiii: Ampliar el posicionamiento del OSINFOR, difundiendo su valor con el fin de que el público identifique a la institución como el órgano oficial que gestiona el adecuado aprovechamiento de los bosques, sus servicios ambientales y a la fauna silvestre.</p>



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

3.1 Objetivos

En contribución a los objetivos del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018, se definen los siguientes objetivos para el presente Plan de Estrategia Publicitaria 2017.

a. Objetivos

- i. Fortalecer el conocimiento sobre el manejo responsable de los bosques y la fauna silvestre en los titulares de títulos habilitantes.
- ii. Consolidar la retroalimentación con las diversas autoridades y actores forestales dándoles a conocer actividades, metas y logros.
- iii. Ampliar el posicionamiento del OSINFOR, difundiendo su valor con el fin de que el público identifique a la institución como el órgano oficial que gestiona el adecuado aprovechamiento de los bosques, sus servicios ambientales y a la fauna silvestre.

3.2 Público Objetivo

Teniendo en cuenta los objetivos de la campaña y el impacto que propone este Plan de Estrategia Publicitaria se propone definir como público objetivo el siguiente:

- Público Primario: Líderes de comunidades nativas y comunidades campesinas, poseedores de predios privados, concesionarios, regentes forestales, instituciones educativas, sociedad civil y medios de comunicación.
- Público Secundario: Parataxónomos (materos), personal de campo, gobiernos regionales, gobiernos locales, Administraciones Técnicas Forestales y de Fauna Silvestre del Ministerio de Agricultura y Riego, Policía Nacional del Perú, Ministerio Público, Ministerio de Cultura, Ministerio del Ambiente, Ministerio del Desarrollo e Inclusión Social, Procuraduría Pública.
- Público Terciario o Aliados Estratégicos: Presidencia del Consejo de Ministros, Ministerio de Economía y Finanzas, ONGs, Empresas Privadas.



IV. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

4.1 Campaña Programadas y Herramientas de Comunicación

a. Campaña Programada

- i. Campaña "Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre"

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

b. Descripción de la Campaña

El Plan de Estrategia Publicitaria del OSINFOR 2017 contiene la programación de una (01) campaña que será difundida en medios masivos como publicidad convencional, con alcance nacional.

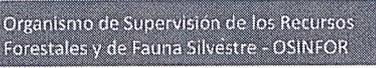
La campaña que se promoverá en el 2017 será "Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre".

Esta campaña se enmarca en el cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley N° 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, la cual en su artículo 2° señala que la Publicidad Estatal 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 otros, así como la difusión de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias".

El citado artículo hace referencia a uno de los principales objetivos del OSINFOR que persigue precisamente la difusión del interés ambiental lo que queda plasmado en su slogan: "Usemos responsablemente nuestros bosques".



Campaña	Periodo	Medio	Inversión
Difusión de la campaña "Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre" en la Amazonía Peruana, con mensajes educativos para concientizar el buen manejo de los recursos naturales	3 meses	Radio	S/ 11,400.00
Campaña digital "Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre" con mensajes educativos para concientizar el buen manejo de los recursos naturales en la Amazonía Peruana.	9 meses	Digital	S/ 8,000.00

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros  Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

“Año del Buen Servicio al Ciudadano”

4.2 Selección de Medios

a. Criterio de selección de medios

La selección de medios tiene como objetivo lograr el mayor impacto, para lo cual se ha priorizado maximizar la inversión con la finalidad de llegar a más público.

b. Medios y/o Plataformas de comunicación:

Para la ejecución de la presente Estrategia Publicitaria se ha realizado un análisis de comunicación de forma que se ha considerado el objetivo y la finalidad de la comunicación a plantearse, además se ha tenido en cuenta al público objetivo, cobertura y el tipo de medio de comunicación que llega a las zonas que son de interés del OSINFOR.

Se proyecta el uso de diversas plataformas de difusión como son:

✓ Encartes publicitarios

Se producirán materiales publicitarios en paneles en zonas estratégicas, entre otros medios comunicacionales alternativos como encartes, folletos, trípticos, dípticos, etc., a fin de dar a conocer la labor del OSINFOR.

✓ Radio

Se realizará la difusión de espacios radiales, considerando que la radio da la posibilidad de llegar a la población objetivo de manera permanente y sobre todo porque tiene mayor penetración en los hogares de zonas rurales, asegurando una mayor segmentación de la población. Se producirán microprogramas radiales con una duración aproximada de 60 minutos que serán difundidos en la Selva Amazónica.

En este caso se tomará en cuenta como referencia la cobertura, costes de emisión, frecuencia y rendimiento en términos de costo, además se tendrá en cuenta los reportes de agencias de investigación de mercado en las zonas de influencia al interior del país.

✓ Internet

Se publicarán avisos en páginas web con un número grande de visitas según reportes de agencias de investigación de mercado, además se utilizará la plataforma Facebook para lograr mayor alcance nacional teniendo en cuenta el costo por click. Se producirán banners digitales, videos, gifs animados entre otras formas de presentación llamativas al público que puedan generar interacción positiva con las comunidades online del Perú, mediante la red social Facebook con el fin de tener alcance nacional de forma inmediata, eficaz y oportuna a bajo costo.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

4.3 Evaluación

Para la evaluación se procederá a realizar investigaciones de impacto en las poblaciones objetivos de acuerdo a las campañas y se considera los informes de Monitoreo de la ejecución de las pautas de los medios masivos contratados.

4.4 Presupuesto

El presupuesto total para la ejecución del Plan de Estrategia Publicitaria del año 2017 asciende a S/.69,400.00



Medio Publicitario	Presupuesto
Espacio Radial	S/.11,400.00
Campaña digital	S/. 8,000.00
Otros materiales publicitarios	S/.50,000.00
Total	S/.69,400.00

4.5 Cronograma

Campañas	Abril-Mayo	Junio	Julio-Setiembre	Agosto-Diciembre
"Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre" en anuncios radiales en la Amazonía Peruana			X	
Campaña digital "Conoce el OSINFOR y su labor forestal y de fauna silvestre" en todo el Perú	X	X	X	X
Otros materiales publicitarios	X	X	X	X

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN DE ESTRATEGIA PUBLICITARIA OSINFOR 2017			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	06 ABR. 2017
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	07 ABR. 2017

"Año del Buen Servicio al Ciudadano"

V. METAS E INDICADORES

Objetivo de Estrategia Publicitaria	Indicadores de resultado	Metas
OEi) Fortalecer el conocimiento sobre el manejo responsable de los bosques y la fauna silvestre en los titulares de títulos habilitantes.	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de descargas de reporte del sistema de información SIGOsf. 	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar en un 15% las descargas de reportes del sistema de información SIGOsf.
OEii) Consolidar la retroalimentación con las diversas autoridades y actores forestales dándoles a conocer actividades, metas y logros.	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de visitantes a los Sistemas de Información. 	<ul style="list-style-type: none"> Incremento en un 15%
OEiii) Ampliar el posicionamiento del OSINFOR, difundiendo su valor con el fin de que el público identifique a la institución como el órgano oficial que gestiona el adecuado aprovechamiento de los bosques, sus servicios ambientales y a la fauna silvestre.	<ul style="list-style-type: none"> Incremento de visitantes a la web de OSINFOR. Incremento de noticias publicadas en prensa local sobre OSINFOR. Incremento de seguidores en redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar cantidad en un 30%. Incrementar cantidad en un 30%. Incrementar cantidad en un 30%.

VI. GESTIÓN DEL PLAN

La responsabilidad operativa en la implementación de este Plan se encuentra a cargo de la Secretaría General, en coordinación con los órganos y las unidades orgánicas del OSINFOR que corresponda a las respectivas actividades.

Asimismo, dicha responsabilidad implica el monitoreo y evaluación de las campañas a través de los indicadores y metas determinados en la sección V del presente plan.

