

# PLAN DE COMUNICACIONES 2024



Organismo  
de Evaluación  
y Fiscalización  
Ambiental



## PRESENTACIÓN

El Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA es un organismo público técnico especializado adscrito al Ministerio del Ambiente - MINAM, encargado de las funciones de evaluación, supervisión, fiscalización, sanción y aplicación de incentivos en materia ambiental; asimismo, es el ente rector del Sistema Nacional de Evaluación y Fiscalización Ambiental, el cual tiene por finalidad asegurar el cumplimiento de las obligaciones ambientales fiscalizables por parte de todas las personas naturales o jurídicas; así como supervisar y garantizar que las funciones de evaluación, supervisión, fiscalización, control y sanción en materia ambiental, a cargo de las diversas entidades del Estado, se realicen de forma independiente, imparcial, ágil y eficiente.

En ese marco, la Oficina de Relaciones Institucionales y Atención a la Ciudadanía (en adelante, **la ORI**) es el órgano de apoyo responsable de coordinar y ejecutar las acciones vinculadas a la comunicación social, imagen, prensa, protocolo y relaciones públicas interinstitucionales, en el ámbito nacional e internacional; así como de realizar las coordinaciones con organismos y foros internacionales en materia de competencia del OEFA.

Sobre el particular, con la finalidad de continuar desarrollando el conjunto de estrategias y acciones que contribuyan a construir, mejorar, fortalecer la identidad, imagen y reputación institucional del OEFA, la ORI implementa un conjunto de actividades bajo un “*Plan de Comunicaciones*”, para coadyuvar a los objetivos, metas y logros de la Entidad, en coherencia con los lineamientos comunicacionales del Sector.

Para lograr que los objetivos y las acciones de comunicación planteados generen un impacto significativo en la opinión pública, se ha optado por la segmentación del público objetivo, dado que esto permitirá diseñar mensajes y determinar acciones de acuerdo a las características de cada uno de los segmentos.

En ese marco, el *Plan de Comunicaciones 2024 del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA* (en adelante, **el Plan de Comunicaciones 2024**) considera diversos grupos de público objetivo como destinatarios e interlocutores de la Entidad, identificados y diferenciados por su relación con la institución, así como por su actuación en los espacios y territorios en donde interviene el OEFA, conforme se detalla a continuación:

**Cuadro N° 1**  
**Identificación del público objetivo del Plan de Comunicaciones 2024**

N°	PÚBLICO OBJETIVO	GRUPOS
1	EXTERNO	Sociedad Civil y ciudadanía
		Administrados
		Medios de comunicación
		Investigadores y especialistas / Comunidad académica
		Comunidades nativas y campesinas / Organismos no gubernamentales
		Entidades Públicas Nacionales
		Entidades de Fiscalización Ambiental
		Organismos e instituciones internacionales
		Proveedores y otros socios de negocio

2	INTERNO	Público Interno (Servidores/as civiles)
---	---------	---

Por lo que se propone el uso de las siguientes herramientas de comunicación conforme a los grupos de público objetivo identificados:

**a. Herramientas para medios de comunicación**

- Ayuda memoria
- Notas de prensa
- Entrevistas
- Artículos de opinión
- Conferencias de prensa
- Reuniones de trabajo
- Materiales informativos, promocionales y digitales
- Página web
- Redes sociales
- Campañas de relacionamiento con los medios de comunicación
- Spots Promocionales
- Campañas de comunicación social
- Guías y publicaciones

**b. Herramientas para aliados estratégicos**

- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Materiales informativos, promocionales y digitales
- Página web
- Documentos estratégicos: guías y publicaciones

**c. Herramientas para líderes de opinión**

- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Materiales informativos, promocionales y digitales
- Página web
- Videos institucionales
- Documentos estratégicos: publicaciones

**d. Herramientas para entidades de fiscalización ambiental**

- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Materiales, informativos, promocionales y digitales
- Página web
- Videos institucionales
- Publicaciones especializadas
- Spots Promocionales
- Campañas de comunicación social

**e. Herramientas para los administrados**

- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Materiales informativos, promocionales y digitales
- Buenas Prácticas Ambientales
- Incentivos por sobrecumplimiento
- Página web
- Videos institucionales
- Documentos estratégicos: guías y publicaciones
- Spots Promocionales
- Campañas de comunicación social

**f. Herramientas para la sociedad civil**

- Página web
- Redes sociales
- Publicaciones
- Materiales informativos promocionales y digitales
- Notas de prensa
- Videos informativos
- Campañas de comunicación social

**g. Herramientas para instituciones públicas**

- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Ayudas Memoria
- Publicaciones institucionales
- Página web
- Videos institucionales
- Campañas de comunicación social

**h. Herramientas para el público interno**

- Redes sociales
- Eventos
- Reuniones de trabajo
- Publicaciones
- Materiales informativos, promocionales y digitales
- Videos informativos
- Spot Promocionales
- Campañas de comunicación social

**i. Herramientas para la ciudadanía en general**

- Videos informativos
- Spot Publicitarios
- Campañas de comunicación social
- Redes Sociales
- Eventos
- Ferias Informativas
- Activaciones

**INTRODUCCIÓN**

El OEFA tiene un compromiso con la protección ambiental, que tiene su razón de ser en el derecho de todas las personas de disfrutar de un ambiente sano y equilibrado.

Asimismo, la Entidad despliega todos sus esfuerzos para que su labor de fiscalización ambiental garantice el cumplimiento de las obligaciones ambientales y promueva el justo equilibrio entre el disfrute del ambiente; así como, el desarrollo de diversas actividades económicas e inversiones sostenibles para nuestro país.

De acuerdo a ello, la ORI, estableció un conjunto de actividades y acciones como productos y programas comunicacionales a desarrollar, los mensajes a difundir, la información a transmitir, la elaboración de videos y material informativo, la organización y/o participación en eventos, y la identificación de actores estratégicos para su participación en la fiscalización ambiental; además del momento en el que se deben comunicar y realizar las diferentes acciones, así como el público objetivo y medio de difusión más apropiado por cada uno de ellos, con el objetivo de mejorar, fortalecer la identidad, imagen y reputación del OEFA.

Es así, que se ha desarrollado un componente importante de la comunicación, como lo es la participación ciudadana, por lo que se plantea desarrollar productos en diversos formatos a través de una comunicación creativa y estratégica, orientada a lograr el cambio de hábitos, mediante campañas comunicacionales dirigidas a los principales públicos objetivos del OEFA; tales como, ciudadanía, Entidades de Fiscalización Ambiental, administrados de diferentes sectores como minería, energía, hidrocarburos, pesca, acuicultura, agricultura, industria, entre otros.

Por otro lado, también es importante la edición, diagramación y diseño de material informativo institucional (publicaciones institucionales), que se vienen dando en un ritmo intenso en coordinación con los órganos de línea del OEFA, a favor de la gestión editorial del conocimiento institucional.

Es así que, el Plan de Comunicaciones 2024 se encuentra dividido en cuatro (4) líneas de acción que buscan establecer relaciones más estrechas y fluidas con sus diversos públicos objetivos, a fin de fortalecer la imagen institucional y contribuir a la consecución de los objetivos y metas del OEFA.

En ese marco, resulta necesario contar con el Plan de Comunicaciones 2024, como instrumento de gestión, que permita difundir la labor y los servicios que brinda la Entidad utilizando canales adecuados para que el proceso de comunicación sea eficiente en la búsqueda del posicionamiento del OEFA como una entidad ágil, oportuna, participativa, comunicadora y abierta al diálogo.

## **1. MARCO NORMATIVO**

- 1.1 Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General.
- 1.2 Ley N° 27658, Ley Marco de Modernización de la Gestión del Estado.
- 1.3 Ley N° 31953, Ley de presupuesto del Sector público para el año fiscal 2024.
- 1.4 Decreto Legislativo N° 1013, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Creación, Organización y Funciones del Ministerio del Ambiente.
- 1.5 Decreto Supremo N° 013-2017-MINAM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA.
- 1.6 Decreto Supremo N° 103-2022-PCM, Decreto Supremo que aprueba la Política Nacional de Modernización de la Gestión Pública al 2030.
- 1.7 Resolución del Consejo Directivo N° 00017-2023-OEFA/CD, que aprueba el “Plan Estratégico Institucional para el periodo 2023-2028 Modificado del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA.
- 1.8 Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 00123-2023-OEFA/PCD, que aprueba el Presupuesto Institucional de Apertura de Gastos correspondiente al Año Fiscal 2024 del Pliego 051: Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA.
- 1.9 Resolución de Presidencia de Consejo Directivo N° 00124-2023-OEFA/PCD, que aprueba el Plan Operativo Institucional Anual 2024 del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental – OEFA, consistente al PIA.
- 1.10 Con Resolución de Presidencia del Consejo Directivo N° 0016-2024-OEFA/PCD, se aprueba el Plan Operativo Institucional Anual 2024 Modificado Versión 1 (Enero-Febrero) del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA.
- 1.11 Resolución de Gerencia General N° 059-2021-OEFA/GEG, que aprueba el Manual de Procedimientos “*Planeamiento Institucional*”, que establece, entre otros, los procedimientos PE0102 “*Seguimiento del Plan Estratégico Institucional*” y PE0104 “*Aprobación y seguimiento de planes temáticos y planes internos*”.
- 1.12 Resolución de Gerencia General N° 060-2021-OEFA/GEG, que aprueba el Manual de Procedimientos “*Comunicaciones*” del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA.

Las referidas normas incluyen sus modificatorias.

## **2. DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2024**

Para establecer objetivos de comunicación, las instituciones requieren de una valoración situacional, la cual comprende un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) de las características comunicacionales, de imagen y reputación a nivel interno y externo.

### **a) Fortalezas:**

- Personal multidisciplinario calificado e identificado con la misión del OEFA.
- Recursos materiales e infraestructura adecuada.
- Eficiencia y capacidad de rápida respuesta ante emergencias ambientales.
- Incremento del posicionamiento del OEFA en medios de comunicación.
- Cuadro de voceros del OEFA, con conocimiento técnico y experiencia para elaborar contenidos comunicacionales de interés junto a la ORI.
- Experiencia en la elaboración de productos comunicacionales y en la gestión de medios.
- Experiencia en la elaboración de estrategias comunicacionales en zonas de conflicto.
- Contar con Oficinas Desconcentradas y/o de Enlace en los veinticuatro (24) departamentos del Perú, lo cual permite un mayor acercamiento a la ciudadanía.
- Poca rotación de personal en la oficina.

**b) Oportunidades:**

- Interés de los medios de comunicación, la ciudadanía y otras instituciones en temas relacionados a la protección del ambiente.
- Incremento de la conciencia ambiental de la ciudadanía.
- Interés de los administrados en las políticas y actividades del OEFA en materia ambiental.
- Involucramiento de medios regionales y locales en temas ambientales por impacto en los recursos naturales y la ciudadanía.
- Reconocimiento de OEFA en materia de evaluación y supervisión ambiental a nivel nacional e internacional.

**c) Debilidades:**

- Al ser un organismo técnico y especializado, la información es compleja y dificulta la comunicación con la ciudadanía.
- Desconocimiento de algunos medios de comunicación y ciudadanía sobre las competencias reales del OEFA, lo que podría afectar la imagen institucional.
- Alta incidencia de conflictos sociales a nivel nacional relacionados a temas ambientales.
- Falta de campañas comunicacionales para la difusión en poblaciones vulnerables.

**d) Amenazas:**

- Cambios de gestión, que podría ocasionar que el plan no se llegue a desarrollar por completo ante un cambio de visión.
- Demandas de gremios empresariales y empresas contra el OEFA puede afectar el desempeño óptimo de la institución en su función de supervisión directa.
- Riesgo de denuncias públicas contra el OEFA por diversos motivos: conducta de algún supervisor, conducta de un funcionario, accidentes en campo, entre otros.
- Inestabilidad política en el país.
- Pasivos ambientales sin responsables y con mucha antigüedad que pueden desencadenar conflictos ambientales o ser atribuidos a inacción de OEFA en el tiempo.

### **3. OBJETIVOS DEL PLAN DE COMUNICACIONES 2024 Y SU VINCULACIÓN CON LOS PLANES INSTITUCIONALES**

### 3.1.1 Objetivo General

Fortalecer y mantener el posicionamiento institucional del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental que busca garantizar una protección efectiva del ambiente.

### 3.1.2 Objetivos Específicos

- A. Comunicar e informar sobre las acciones, actividades, funciones y competencias del OEFA a las partes interesadas y ciudadanía en general.
- B. Mantener y fortalecer la imagen institucional del OEFA con el público interno y externo.
- C. Mantener y fortalecer la relación existente con los medios de comunicación a nivel nacional, regional y local.
- D. Mantener y establecer alianzas con instituciones nacionales e internacionales que impulsan la protección del ambiente.
- E. Gestionar el conocimiento institucional a través de la elaboración de publicaciones en coordinación con los órganos de línea.
- F. Impulsar y desarrollar campañas de comunicación social ATL (Above The Line)<sup>1</sup> y BTL (Below The Line)<sup>2</sup> para sensibilizar a la ciudadanía sobre los principales temas del accionar del OEFA.
- G. Promover la creación de productos comunicacionales desarrollados en diversos formatos que aseguren que el mensaje llegue de manera directa y precisa a las partes interesadas.
- H. Fomentar la buena imagen del OEFA en eventos y ceremonias de carácter presidencial, ministerial e institucional tanto de manera presencial y/o virtual.

## 3.2 Articulación con los Planes Institucionales

### 3.2.1 Plan Estratégico Institucional - PEI

Las actividades programadas en el Plan de Comunicaciones 2024 se encuentran vinculadas a la Acción Estratégica Institucional - AEI.03.01 "*Imagen institucional fortalecida del OEFA*" incluida en el Objetivo Estratégico Institucional - OEI.03 "*Modernizar la Gestión Institucional*" del *Plan Estratégico Institucional para el periodo 2023-2028 Modificado del Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental - OEFA*.

### 3.2.2 Plan Operativo Institucional - POI

Las actividades programadas en el Plan de Comunicaciones 2024, se encuentran vinculadas a la Meta Presupuestal 059 de la Actividad Operativa "*Fortalecimiento de la Atención a la Ciudadanía e Imagen Institucional*", correspondiente a la Oficina de Relaciones Institucionales y

---

<sup>1</sup> Publicidad que tiene amplio alcance y que no es tan segmentado. Consiste en emplear dentro de la estrategia de comunicación medios de difusión masivos, generalmente es utilizada para llegar al público de manera rápida e intensiva, para generar un impacto a mediano o corto plazo. Los medios ATL son: (i) Televisión, (ii) Radio, (iii) Prensa (revistas especializadas, periódico), (iv) Impresos (folletos, brochure, etc)

<sup>2</sup> Publicidad segmentada a grupos específicos de personas. Estrategia de marketing que comprende el empleo de medios no masivos dirigidos a segmentos específicos con el objetivo de impulsar la promoción de cierto producto o servicio mediante acciones de comunicación creativa, sorprendentes y con altas dosis de aprovechamiento de oportunidades; creando un concepto innovador sobre el canal de comunicación del mensaje publicitario. Los medios BTL son: (i) Publicidad exterior e interior, (ii) Producto introducido, (iii) Anuncios y material pop, (iv) Anuncios en línea, (v) Guerrilla marketing.

Atención a la Ciudadanía, vinculadas a la tarea 000020 “*Realizar acciones de comunicación estratégica*”.

### **3.3 Programación de actividades e indicadores**

#### **3.3.1 Matriz de actividades con programación física y financiera**

El Plan de Comunicaciones 2024, como instrumento de gestión, permitirá difundir la labor y los servicios que brinda la Entidad utilizando canales adecuados para que el proceso de comunicación sea eficiente en la búsqueda del posicionamiento del OEFA como una entidad ágil, oportuna, participativa, comunicadora y abierta al diálogo; asimismo, busca establecer relaciones más estrechas y fluidas con sus diversos públicos objetivos, a fin de fortalecer la imagen institucional y contribuir a la consecución de los objetivos y metas del OEFA.

Es así que se encuentra dividido en cuatro (4) líneas de acción:

- a) Gestión de prensa y relacionamiento con medios de comunicación
- b) Comunicación creativa y estratégica
- c) Relaciones interinstitucionales e imagen
- d) Gestión del conocimiento institucional (publicaciones)

**Cuadro N° 1: Gestión de prensa y relacionamiento con medios de comunicación**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PROGRAMACIÓN FÍSICA TRIMESTRAL					PROGRAMACIÓN FINANCIERA TRIMESTRAL				
				I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
Fortalecer y mantener el posicionamiento institucional del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental que busca garantizar una protección efectiva del ambiente.	C	Redactar y difundir notas de prensa	<b>PORCENTAJE</b>	100	100	100	100	<b>100</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
	A	Realizar el seguimiento de medios de comunicación	<b>INFORME</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	S/ 7,600.00	S/ 6,600.00	S/ 6,600.00	S/ 6,600.00	<b>S/ 27,400.00</b>
	A	Realizar acciones de comunicación a nivel nacional	<b>PORCENTAJE</b>	100	100	100	100	<b>100</b>	S/ 2,749.20	S/ 37,921.00	S/ 14,921.08	S/ 32,585.75	<b>S/ 88,177.03</b>
	A	Reportar las acciones de comunicación a nivel nacional realizadas en el 2023	<b>INFORME</b>	1	0	0	0	<b>1</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
	A	Realizar seguimiento de redes sociales	<b>INFORME</b>	3	3	3	3	<b>12</b>	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	S/ 2,400.00	<b>S/ 9,600.00</b>
	G	Elaborar productos comunicacionales de corte periodístico	<b>PRODUCTO</b>	15	15	15	15	<b>60</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
	B	Fortalecer las capacidades comunicacionales de las ODES y/o OE	<b>TALLER</b>	5	0	0	0	<b>5</b>	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	<b>S/ 0.00</b>
<b>TOTAL</b>											<b>S/ 125,177.03</b>		

**Cuadro N° 2: Comunicación creativa y estratégica**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PROGRAMACIÓN FÍSICA TRIMESTRAL					PROGRAMACIÓN FINANCIERA TRIMESTRAL				
				I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
Fortalecer y mantener el posicionamiento institucional del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental que busca garantizar una protección efectiva del ambiente.	F	Ejecutar campañas comunicacionales	CAMPAÑA	5	0	0	0	5	S/16,504.00	S/8,000.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 24,504.00
	A	Producir videos para difundir las acciones que realiza el OEFA	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
	G	Producir programas comunicacionales	PRODUCTO	12	6	6	6	30	S/ 33,750.00	S/ 15,000.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 48,750.00
	G	Elaborar piezas gráficas digitales	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 12,000.00	S/ 18,000.00	S/ 18,000.00	S/ 24,000.00	S/ 72,000.00
	E	Elaborar materiales promocionales	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 4,485.00	S/ 2,750.00	S/ 89,484.50	S/ 0.00	S/ 96,719.50
<b>TOTAL</b>											<b>S/ 241,973.50</b>		

**Cuadro N° 3: Relaciones Interinstitucionales e imagen**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PROGRAMACIÓN FÍSICA TRIMESTRAL					PROGRAMACIÓN FINANCIERA TRIMESTRAL				
				I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
Fortalecer y mantener el posicionamiento institucional del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental que busca garantizar una protección efectiva del ambiente.	D	Identificar actores estratégicos para su participación en la fiscalización ambiental	NÚMERO	45	45	45	45	180	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
	H	Organizar y/o participar en eventos nacionales o internacionales	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 20,000.00	S/ 31,000.00	S/ 33,500.00	S/ 43,000.00	S/ 127,500.00
									<b>TOTAL</b>				S/ 127,500.00

**Cuadro N° 4: Gestión del conocimiento institucional (publicaciones)**

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PROGRAMACIÓN FÍSICA TRIMESTRAL					PROGRAMACIÓN FINANCIERA TRIMESTRAL				
				I	II	III	IV	TOTAL	I	II	III	IV	TOTAL
Fortalecer y mantener el posicionamiento institucional del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental que busca garantizar una protección efectiva del ambiente.	E	Elaborar material informativo institucional	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 0.00	S/ 22,970.00	S/ 19,680.00	S/ 11,700.00	S/ 54,350.00
	E	Difundir y/o distribuir material informativo institucional	PORCENTAJE	100	100	100	100	100	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00
<b>TOTAL</b>											<b>S/ 54,350.00</b>		

**Nota:**

El presupuesto total del Plan asciende a S/ 549,000.53 (Quinientos cuarenta y mil y 53/100)

#### 4. ANEXOS

##### ANEXO N° 1 – DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES

###### a) Gestión de prensa y relacion con medios de comunicación

###### - Redactar y difundir notas de prensa

Es importante comunicar las acciones, actividades, logros, competencias y funciones del OEFA a través del desarrollo de notas de prensa, las mismas que son difundidas en medios de comunicación a nivel nacional, regional y local y en nuestros canales institucionales, con la finalidad de alcanzar un mayor alcance de difusión que nos permita dar a conocer los logros e ir trabajando en manetener el posicionamiento del OEFA como autoridad de fiscalización ambiental de nuestro país.

###### - Realizar el seguimiento de medios de comunicación

Toda institución necesita tener presencia en medios de comunicación y para dar a conocer el trabajo que viene realizando y afianzar su imagen institucional con la ciudadanía.

La ORI realiza diariamente el monitoreo de medios de comunicación, para preveer alguna situación de crisis que pueda afectar la imagen institucional. Luego, esta labor es plasmada en informes mensuales para conocer el impacto estadístico de las acciones, actividades, funciones y competencias institucionales que realiza la oficina; ello, nos permite contar con un indicador de la imagen institucional en medios de comunicación.

###### - Realizar acciones de comunicación a nivel nacional

A fin de mejorar la imagen institucional, se trabajan acciones comunicacionales; tales como, coberturas audiovisuales, acompañamiento comunicacional, gestión de entrevistas, reuniones de trabajo, atención de pedidos de información , media trainig o talleres a periodistas; entre otros, priorizando las regiones donde se cuente con información relevante para ser difundida, como presentación de proyectos, resultados de estudios ambientales, dictado de medidas administrativas y sanciones ejemplares, entre otras; buscando establecer y mantener una adecuada comunicación con nuestro público objetivo.

###### - Reportar las acciones de comunicación a nivel nacional realizadas en el 2023

Con la finalidad de mostrar el trabajo de manera consolidada sobre las acciones comunicacionales que se realizan en zonas priorizadas en forma presencial o virtual, se reporta a través de un solo informe.

###### - Realizar el seguimiento de redes sociales

Toda institución necesita tener presencia en redes sociales para dar a conocer el trabajo que viene realizando y afianzar su imagen institucional con la ciudadanía y con las personas interesadas.

La ORI realiza diariamente el monitoreo de las redes sociales para preveer alguna situación de crisis que pueda afectar la imagen institucional. Luego, esta labor es plasmada en informes mensuales para conocer el impacto estadístico de las acciones, actividades, campañas, funciones y competencias institucionales que realiza la oficina; ello, nos permite contar con un indicador de la imagen institucional en las diferentes redes sociales.

- **Elaborar productos comunicacionales de corte periodístico**

Con la finalidad de darle valor a las noticias producidas por la ORI en diferentes formatos informativos, se desarrollan dos productos importantes como son el Micronoticiero OEFA AHORA y la Revista del mismo nombre, para ser difundidos a través de las diferentes plataformas de comunicación institucional.

- **Fortalecer las capacidades comunicacionales de las ODEs y/o OE**

Con la finalidad de fortalecer las capacidades comunicacionales de los y las jefes/as de las oficinas desconcentradas y de las oficinas de enlace en relación al tratamiento con periodistas, autoridades como congresistas, envío de material audiovisual como fotos, videos, atención al ciudadano y ejecución de campañas de comunicación social, entre otros.

**b) Comunicación creativa y estratégica**

- **Ejecutar campañas comunicacionales**

Las campañas comunicacionales, son herramientas importantes de sensibilización ambiental que permitirán al OEFA lograr un mayor acercamiento con la ciudadanía; así como, con los administrados, con el objetivo de contribuir con los cambios de hábitos en estos públicos objetivo.

- **Producir videos para difundir las acciones que realiza el OEFA**

Mediante la difusión de videos informativos, spots, documentales, entre otros contenidos audiovisuales, se busca comunicar las acciones, competencias, actividades y funciones del OEFA, a fin de generar impacto visual y permanencia del mensaje, logrando mejorar la imagen institucional.

- **Producir programas comunicacionales**

Los programas audiovisuales son un formato que permite difundir en un lenguaje amigable a la ciudadanía sobre las funciones, competencias, procesos y actividades del OEFA; así como de los conceptos técnicos relacionados a la entidad. Este año se viene trabajando los programas: Ruffo y Lena, Conoce +, 3 2 1 OEFA y Conecta.

- **Elaborar piezas gráficas digitales**

Las diferentes piezas gráficas digitales; tales como, mailings, post para redes sociales, gráficas diversas, covers, logotipos, entre otros diseños, elaboradas por el OEFA tienen como objetivo posicionar y fortalecer la imagen institucional,

comunicando las funciones, competencias, acciones, y actividades institucionales de manera visualmente atractiva.

- **Elaborar materiales promocionales**

El OEFA, como entidad pública, cuenta con una “identidad de marca” en la cual se ven reflejados en sus diferentes materiales promocionales, a través de sus diseños, los valores institucionales, la misión y visión de la entidad, de tal forma que se genere una identificación con la Entidad y la permanencia de sus mensajes en la ciudadanía; los mismos que son distribuidos de manera estratégica al público objetivo, de acuerdo a lo solicitado por los distintos órganos, en el marco de sus actividades.

**c) Relaciones Interinstitucionales e imagen**

- **Identificar actores estratégicos para su participación en la fiscalización ambiental**

Se busca identificar, contactar y promover una interrelación con actores estratégicos que participan en las iniciativas de fiscalización ambiental, promoviendo el trabajo colaborativo.

- **Organizar y/o participar en eventos nacionales o internacionales**

Se busca posicionar al OEFA a nivel nacional e internacional, a través del desarrollo y/o participación en eventos nacionales de carácter sectorial o multisectorial, así como presidenciales y/o internacionales, a fin de compartir experiencias y mejores prácticas, que puedan aplicarse en beneficio de la fiscalización ambiental.

**d) Gestión del conocimiento institucional (publicaciones)**

- **Elaborar material informativo institucional**

Los diferentes materiales informativos (físicos y digitales) elaborados por el OEFA tienen como objetivo posicionar y fortalecer la imagen institucional. Los materiales de difusión de la Entidad contemplan desde folletería (volantes, afiches, dípticos, trípticos) hasta publicaciones informativas y de divulgación (cartillas, libros, guías y manuales) y son elaborados a partir de iniciativas de los diferentes órganos de línea o apoyo que requieren comunicar las acciones, competencias, actividades y funciones del OEFA. Los materiales de difusión de la Entidad permiten que nuestros diferentes públicos objetivos tengan acceso a información confiable y oportuna sobre la Entidad, reforzando de esa manera el vínculo con la Entidad, reflejando su identidad y poniendo a disposición de la ciudadanía información ambiental de relevancia.

- **Difundir y/o distribuir material informativo institucional**

Proceso por el cual se gestiona la distribución y difusión de las publicaciones digitales o impresas, como materiales informativos al público objetivo a través de eventos, difusión en redes sociales, distribución por courier, entre otros mecanismos, según sea el caso.



"Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por el OEFA, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. N° 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://sistemas.oefa.gob.pe/verifica> e ingresando la siguiente clave: 02171396"



02171396