



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR**

**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE
SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA
SILVESTRE - OSINFOR**

Proceso de Nivel 0 vinculado:	PE3 GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN		
Elaborado por:	Unidad Funcional de Comunicaciones	Fecha de elaboración:	27/03/2025
Aprobado por:	Gerencia General	Fecha de aprobación:	01/04/2025



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

CONTENIDO

I. OBJETIVO	4
Objetivo general:.....	4
Objetivos específicos.....	4
II. FINALIDAD	4
III. BASE LEGAL	4
IV. ALCANCE	5
V. DEFINICIONES	5
VI. ACRÓNIMOS	5
VII. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	6
7.1 Análisis del Contexto.....	6
7.2 Análisis de la comunicación institucional.....	9
VIII. PÚBLICO OBJETIVO	12
8.1 Público Directo.....	12
8.2 Público indirecto.....	13
IX. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	15
9.1 Enfoque estratégico.....	15
9.2 Ejes temáticos.....	16
X. CANALES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	17
10.1 Internos.....	17
10.2 Externos.....	17
XI. MATRIZ DE COMUNICACIONES	19
XII. PRESUPUESTO	25
XIII. CRONOGRAMA	25
XIV. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	27
XV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	27

**PERÚ**Presidencia
del Consejo de MinistrosOrganismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

RESUMEN EJECUTIVO

El Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre (OSINFOR) desempeña un papel fundamental en la supervisión y fiscalización de los títulos habilitantes otorgados por el Estado, garantizando el manejo sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre del país.

La importancia de contar con un plan de comunicaciones radica en su capacidad para alinear los esfuerzos de difusión y sensibilización con la misión del OSINFOR y los Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI). De este modo, se busca maximizar el impacto de las acciones de comunicación y fortalecer el vínculo con la ciudadanía, los administrados y los distintos actores del sector.

El OSINFOR sitúa a la ciudadanía en el centro de su labor y, en esa línea, el plan de comunicaciones busca que se visibilice la importancia de la sostenibilidad y aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre, así como la promoción del origen legal de dichos recursos, resaltando su contribución a la competitividad del sector y a la calidad de vida de las personas. Para ello, se promoverá una mayor sensibilización sobre la relevancia del uso sostenible de los recursos, destacando el papel de las supervisiones para garantizar el origen legal y aprovechamiento sostenible. Asimismo, se difundirá de manera clara y accesible el impacto positivo de la gestión forestal sostenible en la vida de las personas, mediante historias, datos y testimonios que refuercen su valor para el desarrollo sostenible.

Así mismo, en un contexto de transformación digital, el plan también fomenta el uso de herramientas tecnológicas que reúnen información brindada por parte de los usuarios del bosque, lo cual contribuye a la gestión forestal y a la toma de decisiones. De igual manera, se impulsarán espacios de diálogo y articulación entre los actores del sector forestal para fortalecer la sostenibilidad y la competitividad de las actividades productivas vinculadas a los bosques. A nivel interno, se trabajará en mejorar la comunicación dentro de la institución, optimizando el flujo de información entre las oficinas desconcentradas y la sede central, con el objetivo de promover una mayor cohesión organizacional y una alineación efectiva con los valores institucionales.

De manera transversal, el plan adopta un enfoque territorial, intercultural, intergeneracional y de género, asegurando que las estrategias de comunicación sean inclusivas y representativas de la diversidad de actores involucrados en la gestión de los bosques. Su implementación permitirá consolidar al OSINFOR como un referente en la gestión sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre, destacando su contribución al desarrollo del país. A través de estrategias de comunicación innovadoras y alineadas con los objetivos institucionales, se ayuda a fortalecer la colaboración con los distintos actores del sector, promoviendo el aprovechamiento responsable de los bosques y la protección del patrimonio forestal y de fauna silvestre de todos los peruanos.

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

I. OBJETIVO

Objetivo general:

Comunicar a la ciudadanía sobre la importancia del aprovechamiento legal y sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre, resaltando cómo esta práctica fortalece la competitividad del sector y mejora la calidad de vida de las personas.

Objetivos específicos

- **Sensibilizar a la población** sobre la importancia del origen legal de los recursos forestales y de fauna silvestre, destacando cómo las supervisiones contribuyen a su protección y aprovechamiento sostenible.
- **Difundir de manera clara y accesible** el impacto positivo de la gestión sostenible de los bosques en la vida de las personas, a través de historias, datos y testimonios que refuercen su valor para el desarrollo sostenible.
- **Fomentar el uso de herramientas digitales** para mejorar las acciones de comunicación que contribuyan a la gestión forestal y facilitar la toma de decisiones.
- **Impulsar espacios de diálogo y articulación** entre los actores del sector forestal para fortalecer la sostenibilidad y la competitividad de las actividades productivas vinculadas a los bosques.

II. FINALIDAD

Establecer los criterios y lineamientos estratégicos para la planificación y ejecución de acciones de comunicación institucional que contribuyan al posicionamiento del OSINFOR como un actor clave en la competitividad del sector forestal y de fauna silvestre. Asimismo, fortalecer la percepción de la entidad como un aliado estratégico del sector, incrementar el conocimiento y la visibilidad de sus herramientas y mecanismos, y promover la participación activa de actores clave en sus iniciativas.

III. BASE LEGAL

- Ley N.º 29763, Ley Forestal y de Fauna Silvestre.
- Decreto Legislativo N.º 1085, que crea el Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR.
- Decreto Supremo N.º 008-2019-MIMP, que aprueba la Política Nacional de Igualdad de Género.
- Resolución de Jefatura N.º 00003-2023-OSINFOR, Resolución que aprueba el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones
- Resolución de Jefatura N.º 00065-2024-OSINFOR que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2025 – 2030 del OSINFOR.
- Resolución de Gerencia General N.º 015-2019-OSINFOR, que crea la Unidad Funcional de Comunicaciones (UFC) y la faculta para proponer documentos normativos.

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

IV. ALCANCE

El Plan de Comunicaciones 2025 del OSINFOR es de aplicación para todas las unidades de organización del OSINFOR, y es gestionado por la Unidad Funcional de Comunicaciones (UFC) de la Gerencia General en coordinación con dichas unidades de organización.

V. DEFINICIONES

- Acción de comunicación: son acciones individuales de difusión de mensajes que realiza un ministerio o institución, a través de la televisión, la radio, impresos, carteles publicitarios, activaciones, ferias, redes sociales, portales web, etc.
- Medios de comunicación: son las plataformas y herramientas a través de las cuales se difunde información al público. Pueden ser tradicionales, como la televisión, radio y prensa escrita, o digitales, como redes sociales, sitios web y plataformas de *streaming*. Su función principal es informar, educar y entretener, además de ser clave en la comunicación institucional y el posicionamiento de mensajes.
- Canales de comunicación: son los medios o vías a través de los cuales una organización transmite mensajes a sus audiencias. Pueden ser internos (correo electrónico, intranet, reuniones) o externos (redes sociales, página web, boletines, notas de prensa), y su elección depende del público objetivo y el tipo de información a comunicar.
- Título habilitante: acto administrativo otorgado por la Autoridad Forestal y de Fauna Silvestre, que permite a las personas naturales o jurídicas el acceso al bosque, a través de planes de manejo, para el aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre.

VI. ACRÓNIMOS

- AD: Alta Dirección
- AEI: Acción Estratégica Institucional
- CI: Comunicación interna
- CE: Comunicación externa
- GG: Gerencia General
- PEI: Plan Estratégico Institucional
- POI: Plan Operativo Institucional
- OD: Oficinas Desconcentradas
- OEI: Objetivo Estratégico Institucional
- UFC: Unidad Funcional de Comunicaciones
- UGTH: Unidad de Gestión del Talento Humano

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

VII. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

7.1 Análisis del Contexto

7.1.1. Contexto institucional

De acuerdo con el Plan Estratégico Institucional (PEI), la UFC contribuye al OEI.02 Modernizar la gestión institucional, con el AEI.02.6 referido a la Gestión de la comunicación e imagen institucional efectiva en el OSINFOR.

Código AEI	Descripción de AEI	Nombre del Indicador
AEI.02.6	Gestión de la comunicación e imagen institucional efectiva en el OSINFOR.	Número de materiales de comunicación relacionados a intervenciones públicas de la entidad que benefician a la ciudadanía.
		Número de menciones o coberturas positivas del OSINFOR en medios de comunicación nacionales e internacionales

La Unidad Funcional de Comunicación (UFC) desempeña un rol clave en el fortalecimiento de la imagen del OSINFOR como una institución íntegra y moderna, reconocida por su labor en la supervisión y fiscalización del aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre. A través de estrategias de comunicación alineadas con la misión institucional, la UFC ha impulsado avances significativos en la estandarización y optimización de la comunicación institucional.

Entre estos avances destacan la implementación del Manual de Identidad Visual y el Manual de Estilo de Redacción, que han permitido homogeneizar la imagen y el mensaje del OSINFOR en todos sus canales de comunicación

Las redes sociales institucionales aplican estos lineamientos, reforzando la transparencia y accesibilidad de la información. La actualización y ordenamiento de la plataforma Gob.pe han mejorado la disponibilidad de contenidos institucionales, facilitando el acceso de la ciudadanía y actores del sector forestal a información relevante sobre la institución y sus servicios. Un aspecto clave ha sido la incorporación de consideraciones de contexto cultural en la elaboración de contenidos, lo que ha permitido que los mensajes sean adecuados para diversos públicos y refuercen la interculturalidad en la comunicación.

No obstante, existe el reto de fortalecer la territorialización de la comunicación en los distintos departamentos, garantizando que la información institucional llegue de manera efectiva y responda a sus particularidades. En este sentido, la

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

UFC continuará implementando estrategias de comunicación que promuevan el acceso equitativo a la información, el uso de herramientas digitales y la articulación con actores clave del sector, en beneficio de la población y del manejo sostenible de los bosques.

7.1.2. Contexto sectorial

El sector forestal y de fauna silvestre en el Perú es fundamental para el desarrollo sostenible del país. Actualmente, enfrenta el desafío de mejorar su productividad y competitividad, lo que permitiría potenciar su aporte a la economía y a la conservación de los ecosistemas. De acuerdo con el trabajo de articulación con el SERFOR, se ha identificado la necesidad de fortalecer el reconocimiento y valoración del sector por parte de la sociedad, asegurando que su rol estratégico sea ampliamente comprendido y respaldado.

En este contexto, el OSINFOR cumple una función clave en la supervisión y fiscalización del aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre, velando y contribuyendo a la transparencia y el cumplimiento de las obligaciones de los Titulares de los Títulos habilitantes, alineado con la Brújula Estratégica del Sector Forestal y de Fauna Silvestre, que se viene desarrollando con el Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre, donde uno de sus objetivos es brindar servicios de calidad con valor público, el OSINFOR trabaja para optimizar sus procesos, garantizar el acceso a información confiable y fomentar mejores prácticas en el sector.

En ese sentido, el OSINFOR contribuye a estos esfuerzos mediante la difusión de información clara y accesible, la promoción del uso de herramientas digitales y visibilizar las acciones ejecutadas. Estos esfuerzos buscan fortalecer la percepción del sector como un componente esencial del desarrollo sostenible del país, destacando su importancia y el impacto positivo de una gestión eficiente y responsable.

7.1.3. Contexto sociocultural

Las comunidades campesinas y nativas desempeñan un rol fundamental en la gestión sostenible de los recursos del bosque. Sin embargo, su acceso a la información sigue representando un desafío, lo que puede limitar su participación efectiva en el aprovechamiento sostenible.

En este sentido, se reconoce la importancia de adoptar estrategias de comunicación más inclusivas y adaptadas a la diversidad cultural y lingüística del país. Según la *Guía para la aplicación del enfoque intercultural en la gestión de los servicios públicos* del Ministerio de Cultura del Perú, existen barreras culturales que afectan el acceso a la información, tales como el desconocimiento de las lenguas originarias, las limitaciones en los medios y vías de comunicación y las

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

diferencias en las prácticas culturales entre funcionarios y usuarios. Estas dificultades pueden restringir el ejercicio de derechos de determinadas poblaciones y dificultar su interacción con las instituciones públicas.

Por ello, el OSINFOR tiene la oportunidad de fortalecer su estrategia comunicacional implementando consideraciones interculturales que faciliten la difusión de información en formatos accesibles y adecuados a cada contexto. Esto permitirá mejorar la relación con los actores locales y asegurar que los mensajes lleguen de manera efectiva a las comunidades, promoviendo su involucramiento en el aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre.

7.1.4. Contexto mediático y digital

El panorama mediático y digital en el Perú ha experimentado transformaciones significativas en los últimos años, ofreciendo a instituciones como el OSINFOR oportunidades para ampliar su alcance y fortalecer su relación con diversos públicos. Según el informe "Digital 2024: Perú" de Data Reportal, el país contaba con 25.78 millones de usuarios de internet en enero de 2024, lo que representa el 74.7 % de la población total. Además, se registraron 24.05 millones de usuarios activos en redes sociales, equivalentes al 69.7 % de la población peruana.

TikTok ha emergido como una de las plataformas más influyentes en Perú. Según el informe, la plataforma contaba con 21.91 millones de usuarios mayores de 18 años en el país a inicios de 2024, alcanzando al 91.7 % de los adultos en esta categoría. Además, su alcance publicitario fue equivalente al 85.0 % de la base total de usuarios de internet en el país. En términos de crecimiento, TikTok experimentó un aumento de 5.0 millones de usuarios (+29.9 %) entre inicios de 2023 y principios de 2024, consolidándose como una de las redes sociales de mayor expansión en Perú. Este crecimiento significativo ofrece al OSINFOR una oportunidad para diversificar sus canales de comunicación y difundir información a través de formatos visuales dinámicos y de alto alcance.

Según la Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL) de 2023, realizada por el OSIPTEL, el 91.4 % de los peruanos utilizan internet para acceder a redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp y Telegram. Este dato refleja una tendencia creciente hacia la digitalización y el uso de plataformas en línea como medios principales de comunicación e información.

Además, la ERESTEL destaca que el uso de internet en zonas rurales ha aumentado notablemente, alcanzando un 55.4 % en 2023, lo que representa un incremento de más de 26 puntos porcentuales en comparación con 2019. Este crecimiento sugiere una mayor incidencia de las tecnologías digitales en áreas que anteriormente tenían acceso limitado, abriendo nuevas posibilidades para la difusión de información y la interacción con comunidades rurales y amazónicas.

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

A pesar del crecimiento de las plataformas digitales, es importante reconocer que las radios comunitarias siguen desempeñando un rol fundamental en las zonas rurales y amazónicas del Perú. Debido a la geografía y a las limitaciones en la infraestructura de internet, muchas comunidades indígenas dependen de la radio como su principal medio de comunicación. Por ejemplo, en la Amazonía peruana, las radios locales han sido cruciales para combatir la desinformación y transmitir información vital en contextos de emergencia sanitaria. Además, en estas comunidades es común el uso de altavoces comunitarios para la difusión de mensajes, lo que resalta la importancia de adaptar las estrategias comunicacionales a las particularidades locales. Según Ruiz (2021), las radios comunitarias han desempeñado un papel fundamental en la difusión de información confiable, especialmente en poblaciones indígenas con acceso limitado a internet.

En cuanto a los medios de comunicación especializados, plataformas como Mongabay Latam y secciones dedicadas a la sostenibilidad en diarios nacionales se han interesado en temas forestales y de fauna silvestre. Estos medios ofrecen una cobertura detallada y analítica, llegando a audiencias específicas interesadas en la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales. Colaborar con estos canales puede potenciar la difusión de las actividades y logros del OSINFOR, fortaleciendo su presencia en el ámbito mediático especializado.

Integrar estos diversos medios en la estrategia de comunicación del OSINFOR es esencial para garantizar una cobertura efectiva en todo el territorio nacional. Al combinar el alcance de las plataformas digitales con la incursión de las radios locales y la credibilidad de los medios especializados, la institución puede propiciar que sus mensajes lleguen de manera adecuada a diversas poblaciones, respetando sus contextos culturales y lingüísticos.

7.2 Análisis de la comunicación institucional

Para el siguiente análisis se ha dividido la comunicación institucional en los componentes de comunicación interna y comunicación externa:

7.2.1 Comunicación interna

Partimos del “Informe de resultados de encuesta de Clima, Cultura Organizacional y Bienestar Social 2024” que tuvo como objetivo identificar los aspectos institucionales que afectan la satisfacción de los trabajadores, así como las percepciones que pueden reflejarse directamente en la atmósfera organizacional y en la calidad del desempeño. El estudio cuantitativo abarcó una muestra representativa de colaboradores del OSINFOR (146 personas). A continuación, se revisan los resultados del análisis comparativo 2022-2024:

**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR**

DIMENSIONES	2022	2023	2024	DIFERENCIA 2024- 2023
COMUNICACIÓN INTERNA	82%	95%	90%	-5%

La dimensión de comunicación interna mostró una leve disminución de 5 puntos porcentuales en 2024 respecto a 2023. Si bien el indicador se mantiene en niveles favorables (90 % de aprobación), esta variación resalta la importancia de seguir fortaleciendo la comunicación interna para garantizar un flujo de información efectivo, transparente y participativo.

En ese sentido, en coordinación con la UGTH, se identificaron campañas y acciones estratégicas para mejorar la comunicación dentro de la organización. Entre ellas destacan "Somos Calidad", enfocada en fortalecer el Sistema de Gestión de Calidad; "Conexión OSINFOR", que fomenta el intercambio de conocimientos y el sentido de pertenencia institucional; y "Ecoeficiencia OSINFOR", orientada a promover buenas prácticas ambientales dentro de la entidad. Asimismo, el uso de canales como intranet, correo institucional, WhatsApp Osinfómate y murales informativos facilitará la difusión de mensajes clave y garantizará un acceso equitativo a la información.

7.2.2 Comunicación externa

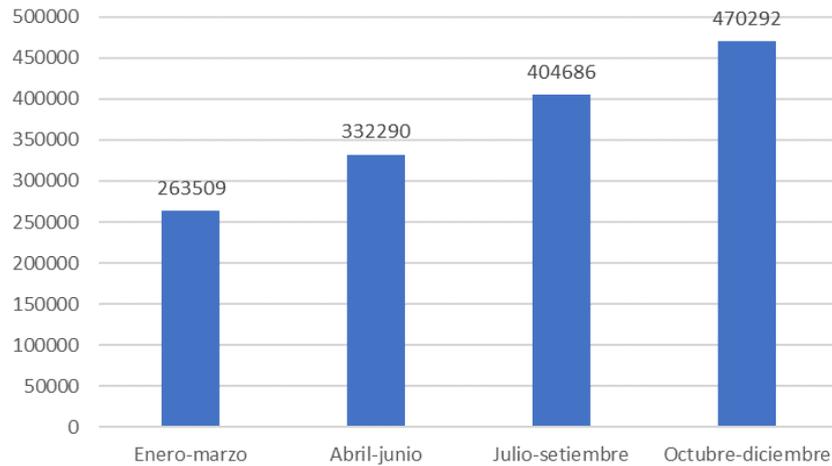
El OSINFOR mantiene una comunicación constante con sus públicos externos a través de diversos canales, como el sitio web institucional, redes sociales oficiales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube), correo electrónico, oficinas desconcentradas y el boletín institucional. Durante el último año, se ha registrado un crecimiento sostenido en la visibilidad y alcance de sus plataformas digitales, reflejando un mayor interés y presencia en el ecosistema digital.

En redes sociales, se observa un incremento en el alcance de las publicaciones, evidenciado en la evolución de las impresiones durante el último año:

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Figura 1

Cantidad de impresiones de las redes sociales

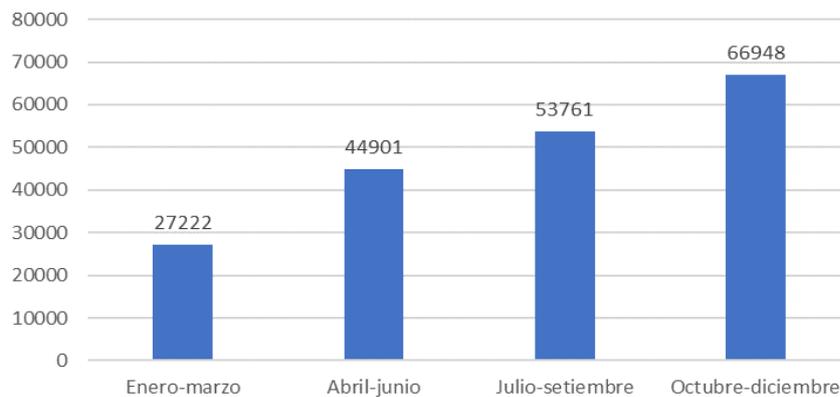


Fuente: OSINFOR

Asimismo, el nivel de interacción con los usuarios ha mostrado un crecimiento, lo que sugiere una mayor participación del público en los contenidos difundidos:

Figura 2

Interacciones en las redes sociales del OSINFOR



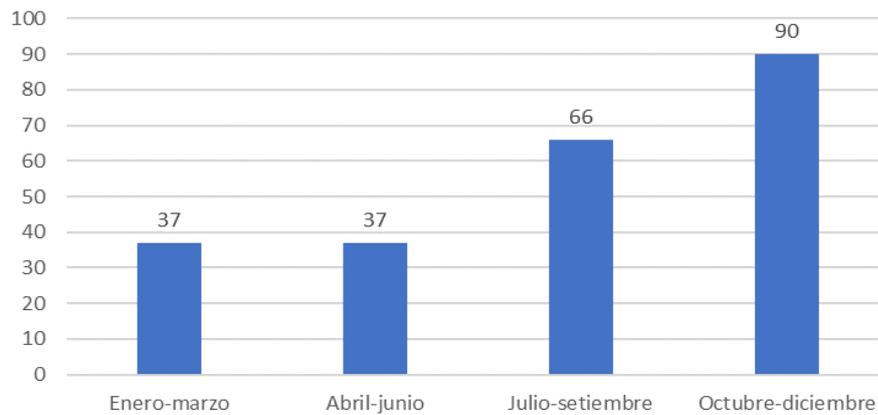
Fuente: OSINFOR

Por otro lado, el impacto en medios de comunicación ha ido en aumento, reflejando una mayor difusión de la labor institucional en espacios periodísticos. Durante el último año, el número de publicaciones en medios ha incrementado progresivamente:

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Figura 3

Cantidad de impactos en medios de comunicación



Fuente: OSINFOR

El sitio web institucional continúa siendo una fuente clave de información, por lo que es necesario seguir optimizando su accesibilidad y navegabilidad, asegurando que los usuarios encuentren de manera ágil la información relevante. Asimismo, el boletín institucional representa una herramienta estratégica para la difusión de contenido especializado, cuyo fortalecimiento contribuirá a mantener una comunicación más cercana y efectiva con los diferentes públicos de interés.

A partir de este análisis, se proponen estrategias que potencien la interacción y la retroalimentación con la ciudadanía, optimizando los canales de comunicación y promoviendo el uso de formatos más dinámicos en redes sociales. Además, se buscará fortalecer la presencia del OSINFOR en medios especializados y generalistas, reforzando la difusión de información clave sobre el aprovechamiento sostenible de los recursos forestales y de fauna silvestre.

VIII. PÚBLICO OBJETIVO

8.1 Público Directo

Titulares y usuarios de recursos forestales y de fauna silvestre:

- Concesionarios forestales maderables y no maderables.
- Titulares de contratos para manejo de fauna silvestre.
- Centros de cría y zocriaderos.
- Concesionarios para ecoturismo y conservación.
- Comunidades nativas y campesinas con permisos de aprovechamiento
- Apus y líderes comunitarios
- Comités de manejo forestal comunitario
- Custodios forestales
- Comité de Vigilancia y Control Forestal Comunitario



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- Mujeres involucradas en el manejo forestal
- Miembros de rondas campesinas

Sector público:

- SINAFOR (Sistema Nacional de Gestión Forestal y de Fauna Silvestre)
- Comisión Multisectorial de Lucha contra la Tala Ilegal:
- Mesa Forestal del MEF (Ministerio de Economía y Finanzas)
- Gobiernos regionales
- Gobiernos locales

Sector privado y empresarial:

- Regentes forestales y de fauna silvestre
- Industrias de transformación y comercialización
- Empresas de turismo sostenible y ecoturismo
- Cámaras de comercio y asociaciones empresariales relacionadas con la producción forestal
- Gremios empresariales como ADEX (Asociación de Exportadores)
- Pequeñas y medianas empresas (PYMES) del sector forestal
- Empresas certificadoras y auditoras ambientales (FSC, Rainforest Alliance).
- Marcas de moda sostenible y empresas gastronómicas.

Consumidores y mercado:

- Consumidores finales de productos forestales y de fauna silvestre
- Empresas y consumidores con certificaciones de sostenibilidad (FSC, Rainforest Alliance)
- Demandantes del mercado nacional e internacional interesados en comercio justo y sostenible
- Diseñadores (productores) y marcas de moda sostenible.

8.2 Público indirecto

Organizaciones indígenas y campesinas:

- Asociación Interétnica de Desarrollo de la Selva Peruana (AIDSESP)
- Confederación de Nacionalidades Amazónicas del Perú (CONAP)
- Confederación Campesina del Perú (CCP)
- Federación Nacional de Mujeres Campesinas, Artesanas, Indígenas, Nativas y Asalariadas del Perú (FEMUCARINAP)

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- Organización Nacional de Mujeres Indígenas Andinas y Amazónicas del Perú (ONAMIAP)

Sociedad civil

- Colectivos ciudadanos y redes ambientales
- Ciudadanía en general y activistas ambientales
- Organizaciones juveniles con enfoque en cambio climático y sostenibilidad
- Comunicadores y medios de comunicación

Academia y centros de investigación:

- Universidades y facultades de ciencias forestales, ambientales y económicas
- Centros de investigación sobre cambio climático, biodiversidad y sostenibilidad
- Institutos técnicos relacionados con producción forestal y manejo sostenible

Cooperación internacional

- Organismos multilaterales como la FAO, el Banco Mundial y el BID.
- ONG internacionales especializadas.
- Redes internacionales de comercio justo y sostenible

Figura 4: Público objetivo externo del OSINFOR



Fuente: elaboración propia

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

IX. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

9.1 Enfoque estratégico

Enfoque territorial

El plan reconoce la diversidad geográfica del país y la importancia de adaptar los mensajes y estrategias de comunicación a las realidades locales. Se prioriza generar información relevante para los actores involucrados en la gestión y uso sostenible de los bosques, considerando sus dinámicas territoriales, sus necesidades específicas y canales de comunicación pertinentes culturalmente. De esta manera, se busca fortalecer la presencia del OSINFOR en los territorios y mejorar la articulación con las comunidades, gobiernos regionales y otras entidades clave para el sector forestal y de fauna silvestre.

Enfoque intercultural

El plan reconoce la diversidad cultural y el conocimiento tradicional de los pueblos indígenas, comunidades nativas y campesinas y otras identidades culturales. Considera sus formas de organización, cosmovisión y prácticas en la gestión de los bosques para desarrollar estrategias de comunicación que sean culturalmente pertinentes. A través de un enfoque participativo y de trabajo colectivo, se busca construir mensajes que promuevan la participación activa de los actores del territorio.

Enfoque intergeneracional

El OSINFOR reconoce que la gestión sostenible de los bosques requiere la participación activa y el intercambio de conocimientos entre distintas generaciones. Por ello, el Plan de Comunicaciones integra la perspectiva intergeneracional para fortalecer el diálogo y la transmisión de saberes sobre el manejo forestal, promoviendo la inclusión de niñas, niños, adolescentes, jóvenes y adultos mayores en espacios de aprendizaje y participación.

En ese sentido, se implementarán estrategias de comunicación que permitan adaptar los mensajes y formatos a las necesidades de cada grupo etario, asegurando que la información sea accesible y comprensible. De esta manera, el OSINFOR busca garantizar que las acciones de hoy establezcan las bases para una gestión forestal sostenible en el futuro, promoviendo el compromiso de las generaciones presentes y futuras con la conservación de los bosques.

Enfoque de género

El plan considera que la comunicación institucional debe garantizar la igualdad de oportunidades y la participación equitativa de mujeres y hombres en la toma de decisiones y el acceso a información relevante sobre la gestión del patrimonio forestal y de fauna silvestre. Reconociendo que las desigualdades de género pueden influir en el acceso a recursos y oportunidades, el OSINFOR adopta un enfoque que promueve la equidad en sus mensajes y estrategias. Se priorizará la visibilización del rol de las

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

mujeres en la conservación de los bosques y fauna silvestre, en general del patrimonio forestal y de fauna silvestre, asegurando su voz y liderazgo en los espacios de diálogo y toma de decisiones.

9.2 Ejes temáticos

Supervisión y origen legal: contribuyendo a un sector forestal sostenible y competitivo

- Destacar el rol y la contribución del OSINFOR con la supervisión y fiscalización de los títulos habilitantes.
- Reforzar la percepción del OSINFOR como un actor clave en la lucha contra la tala ilegal.
- Visibilizar la importancia del origen legal para la competitividad del sector.

Transparencia y acceso a la información para una gestión forestal sostenible

- Difundir herramientas y plataformas digitales que el OSINFOR pone a disposición de los usuarios del bosque, garantizando su accesibilidad.
- Implementar estrategias de comunicación intercultural para que la información llegue efectivamente a comunidades nativas y campesinas.
- Ampliar y fortalecer canales de comunicación digitales, tradicionales y no tradicionales para mejorar el acceso a información clave.

El OSINFOR: fuente confiable de información para la toma de decisiones

- Destacar al OSINFOR como un referente técnico en la generación y análisis de datos sobre el sector forestal.
- Impulsar alianzas estratégicas con medios de comunicación especializados y periodistas ambientales para la difusión de información técnica.
- Fortalecer la participación del OSINFOR en espacios de debate y formulación de políticas públicas sobre sostenibilidad.

Compromiso con las comunidades y actores del sector forestal

- Desarrollar estrategias de comunicación culturalmente pertinentes para poblaciones indígenas y comunidades locales.
- Implementar campañas de sensibilización sobre la importancia de la supervisión en la conservación y el bienestar de las personas.
- Fomentar la participación ciudadana en la protección de los bosques y en la lucha contra la tala ilegal.

Innovación y transformación digital para una comunicación efectiva

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- Fortalecer el uso de redes sociales, plataformas digitales y medios interactivos para difundir información relevante.
- Desarrollar contenidos audiovisuales atractivos y de alto impacto que expliquen el trabajo del OSINFOR y su contribución al país.
- Implementar herramientas digitales que faciliten la comunicación entre OSINFOR y los diferentes públicos de interés.

Fortalecer la comunicación interna para mejorar el desempeño organizacional

- Optimización del flujo de información y coordinación interna
- Cultura organizacional basada en la transparencia y participación
- Reforzamiento de la identidad institucional y sentido de pertenencia entre los colaboradores del OSINFOR.

X. CANALES Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

10.1 Internos

Estos canales contribuyen a la cultura organizacional y alineación institucional.

- Correo electrónico institucional: Medio oficial para difundir noticias, comunicados internos, directrices y otras informaciones de interés para el personal.
- Intranet OSINFOR: Plataforma centralizada para el acceso a documentos institucionales, manuales, directrices, normativas y materiales de capacitación.
- Grupo de WhatsApp "Osinfórmate": Espacio para difundir comunicados breves, noticias internas, reconocimientos y logros institucionales.
- Programa "Conexión OSINFOR": Videos cortos en formato de preguntas y respuestas para visibilizar el trabajo de las distintas unidades organizativas. Se difunden por WhatsApp.
- Periódico mural digital e impreso: Espacio para difundir festividades, logros, reconocimientos y mensajes clave de manera visual y atractiva.
- Círculos de conversación con los servidores: Reuniones cortas mensuales o trimestrales para recibir retroalimentación del personal y fortalecer la comunicación bidireccional.

10.2 Externos

Estos canales contribuyen a sensibilizar y fortalecer del posicionamiento del OSINFOR.

Digitales: redes sociales: uso estratégico de cada plataforma:

- Facebook e Instagram: sensibilización y educación al ciudadano sobre la importancia de la legalidad en la gestión forestal.
- X (antes Twitter): posicionamiento institucional, relación con autoridades y medios de comunicación.
- LinkedIn: fortalecimiento de la imagen institucional y conexión con profesionales del sector.
- YouTube: plataforma principal para difusión de videos educativos y testimoniales.

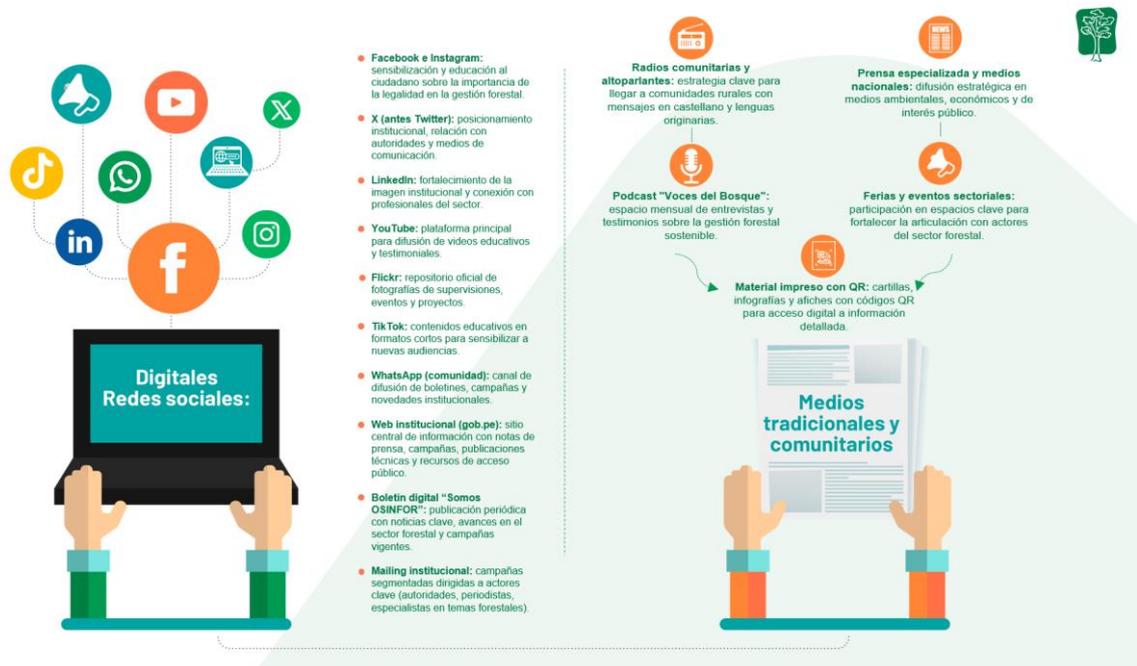
PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- Flickr: repositorio oficial de fotografías de supervisiones, eventos y proyectos.
- Web institucional (gob.pe): sitio central de información con notas de prensa, campañas, publicaciones técnicas y recursos de acceso público.
- Boletín digital “Somos OSINFOR”: publicación periódica con noticias clave, avances en el sector forestal y campañas vigentes.
- *Mailing* institucional: campañas segmentadas dirigidas a actores clave (autoridades, periodistas, especialistas en temas forestales).

Medios tradicionales y comunitarios

- Radios comunitarias y altoparlantes: estrategia clave para llegar a comunidades rurales con mensajes en castellano y lenguas originarias.
- Prensa especializada y medios nacionales: difusión estratégica en medios ambientales, económicos y de interés público.
- Podcast "Voces del Bosque": espacio mensual de entrevistas y testimonios sobre la gestión forestal sostenible.
- Ferias y eventos sectoriales: participación en espacios clave para fortalecer la articulación con actores del sector forestal.
- Material impreso con QR: cartillas, infografías y afiches con códigos QR para acceso digital a información detallada.

Figura 5: canales y herramientas de comunicación



Fuente: Elaboración propia.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

XI. MATRIZ DE COMUNICACIONES



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Objetivo Específico 1 (OE1): Sensibilizar a la población sobre la importancia del origen legal de los recursos forestales y de fauna silvestre, destacando cómo las supervisiones contribuyen a su protección y aprovechamiento sostenible.

Eje temático	Público objetivo	Estrategia de comunicación	Acciones de comunicación
Supervisión y origen legal: contribuyendo a un sector forestal sostenible y competitivo	Usuarios del bosque	Campañas de sensibilización con enfoque en storytelling y contenido de valor.	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña multiplataforma: “Guardianes del Bosque”. • Creación y lanzamiento de cuenta en red social TikTok. • Microcampañas en redes sociales: lanzamiento de retos, infografías y videos cortos con testimonios de usuarios del bosque. • Gamificación: desarrollo de juegos educativos (aplicaciones o actividades lúdicas en redes sociales) que enseñen sobre el impacto positivo del uso sostenible de los recursos forestales.
	Sociedad civil	Estrategia de influencia y embajadores del mensaje	<ul style="list-style-type: none"> • Red de comunicadores del sector forestal y de fauna silvestre en las regiones Amazónicas.
		Experiencias inmersivas para la sensibilización	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de realidad virtual: desarrollo de experiencias inmersivas en eventos, ferias y otros eventos estratégicos.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Objetivo Específico 2 (OE2): Fomentar el uso de herramientas digitales para mejorar la gestión forestal y facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los usuarios del bosque.

Eje temático	Público objetivo	Estrategia de comunicación	Acciones de comunicación
Innovación y transformación digital para una gestión efectiva	Usuarios del bosque	Educación y capacitación en línea	<ul style="list-style-type: none"> Relanzar mochila del conocimiento
		Estrategia de transformación digital	<ul style="list-style-type: none"> Creación de guías interactivas sobre el uso de herramientas digitales en la gestión forestal. Crear un canal en la plataforma WhatsApp.
		Acceso inclusivo a información y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> Adaptación de contenidos digitales en idiomas nativos. Instalación de centros de acceso a tecnología en comunidades nativas “Mesas Itinerantes”
El OSINFOR: fuente confiable de información técnica para la toma de decisiones	Sector público	Alianzas estratégicas	<ul style="list-style-type: none"> <i>Hackatón</i> de datos forestales: competencia con universidades para desarrollar herramientas innovadoras que faciliten el uso de la información pública del OSINFOR.
	Sociedad civil	Marketing de contenido y campañas transmedia	<ul style="list-style-type: none"> Uso de diferentes formatos y plataformas para comunicar mensajes clave de manera accesible y atractiva.



PERÚ

Presidencia del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Objetivo Específico 3 (OE3): Difundir de manera clara y accesible el impacto positivo de la gestión sostenible de los bosques en la vida de las personas, a través de historias, datos y testimonios que refuercen su valor para el desarrollo sostenible.

Eje temático	Público objetivo	Estrategia de comunicación	Acciones de comunicación
Compromiso con las comunidades y actores del sector forestal	Usuarios del bosque	Storytelling con Enfoque Humano	<ul style="list-style-type: none"> Despliegue en radio comunitarias y podcasts.
	Sector público	Divulgación basada en datos y evidencias	<ul style="list-style-type: none"> Infografías y reportes accesibles con datos clave.
	Sociedad civil	Periodismo de soluciones y alianzas con medios	<ul style="list-style-type: none"> Concurso fotográfico: despliegue con periodistas a nivel nacional para retratar el impacto de la tala ilegal en las personas. Gestionar entrevistas y reportajes especiales en radio, televisión y medios digitales para compartir historias de impacto del trabajo del OSINFOR.
	Usuarios del bosque	Campañas de Sensibilización Multicanal:	<ul style="list-style-type: none"> Campañas en redes sociales con imágenes, videos y testimonios. Inserción de mensajes en radio comunitaria y televisión regional.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Objetivo Específico 4 (OE4): Impulsar espacios de diálogo y articulación entre los actores del sector forestal para fortalecer la sostenibilidad y la competitividad de las actividades productivas vinculadas a los bosques.

Eje temático	Público objetivo	Estrategia de comunicación	Acciones de comunicación
Transparencia y acceso a la información para promover una gestión forestal sostenible	Sociedad civil	Promover articulación pública – privado	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento "Bosques Sostenibles"
	Sector público y sociedad civil	Desarrollo de investigaciones y publicaciones con datos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> Boletín con información especializada
	Usuarios del bosque	Creación de espacios de diálogo e intercambio	<ul style="list-style-type: none"> Organización de foros y mesas de diálogo interinstitucionales.
		Difusión de incentivos y oportunidades para la inversión en negocios forestales sostenibles	<ul style="list-style-type: none"> Sello y reconocimiento: emisión de reconocimientos digitales a titulares de títulos habilitantes que demuestren buenas prácticas/ comportamiento en el sector.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Objetivo transversal			
Eje temático	Público objetivo	Estrategia de comunicación	Acciones de comunicación
Fortalecer la comunicación interna para mejorar el desempeño organizacional	Personas que colaboran en la entidad	Optimizar flujo de información y coordinación interna	<ul style="list-style-type: none">• Implementar un boletín interno mensual con novedades, logros y próximos eventos. “Somos OSINFOR”• Relanzar videoblog “Conexión OSINFOR”• Relanzar comunidad “OSINFORMATE”
		Promover cultura organizacional basada en la transparencia y participación	<ul style="list-style-type: none">• Reunión de encuentro y rendición de cuentas• Sistema de reconocimiento “Legado OSINFOR”
		Reforzar la identidad institucional y el sentido de pertenencia	<ul style="list-style-type: none">• Campañas internas sobre los valores y misión de la institución.• Difundir historias de éxito de colaboradores y equipos dentro de la organización.

**PERÚ**Presidencia
del Consejo de MinistrosOrganismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR****XII. PRESUPUESTO**

Las 19 Estrategias y sus respectivas 30 actividades se encuentran financiadas en el Presupuesto Institucional del Pliego OSINFOR, en la meta presupuestaria 0010 a cargo de la UFC. Con un presupuesto de S/ 181 700.00.

Asimismo, las actividades del Plan de Comunicación Institucional se encuentran alineadas al Plan Operativo Institucional 2025, aprobado mediante Resolución de Jefatura N° 00073-2024-OSINFOR/01.1, específicamente en las siguientes actividades operativas.

Código CEPLAN	Actividad Operativa
AOI00131900370	Elaboración y difusión de información periodística
AOI00131900791	Realización de eventos de alto impacto sobre los servicios que se brindan a los actores forestales
AOI00131900853	Creación y diseño de contenido para las redes sociales
AOI00131900854	Implementación de acciones de comunicación interna

XIII. CRONOGRAMA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	TRIMESTRE			
			I	II	III	IV
OE1: Sensibilizar a la población sobre la importancia del origen legal de los recursos forestales y de fauna silvestre, destacando cómo las supervisiones contribuyen a su protección y aprovechamiento sostenible.	Campañas de sensibilización con enfoque en storytelling y contenido de valor.	Campaña multiplataforma: “Guardianes del Bosque”		X		
		Creación y lanzamiento de cuenta en red social TikTok.		X		
		Microcampañas en redes sociales: lanzamiento de retos, infografías y videos cortos con testimonios de usuarios del bosque.		X		X
		Gamificación: desarrollo de juegos educativos (aplicaciones o actividades lúdicas en redes sociales) que enseñen sobre el impacto positivo del uso sostenible de los recursos forestales.		X		X
	Estrategia de influencia y embajadores del mensaje	Red de comunicadores del sector forestal y de fauna silvestre en las regiones Amazónicas.				X
	Experiencias inmersivas para la sensibilización	Experiencia de realidad virtual: desarrollo de experiencias inmersivas en eventos, ferias y otros eventos estratégicos.				X



PERÚ

Presidencia
del Consejo de MinistrosOrganismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR**

OE2: Fomentar el uso de herramientas digitales para mejorar la gestión forestal y facilitar la toma de decisiones informadas por parte de los usuarios del bosque.	Educación y capacitación en línea	Relanzar mochila del conocimiento			X	
	Estrategia de transformación digital	Creación de guías interactivas sobre el uso de herramientas digitales en la gestión forestal.			X	
		Creación de un canal en la plataforma WhatsApp.		X		
	Acceso inclusivo a información y tecnología	Adaptación de contenidos digitales en idiomas nativos.			X	
		Instalación de centros de acceso a tecnología en comunidades nativas "Mesas Itinerantes"	X	X	X	X
	Alianzas estratégicas	Realización de <i>Hackatón</i> de datos forestales: competencia con universidades para desarrollar herramientas innovadoras que faciliten el uso de la información pública del OSINFOR.			X	
Marketing de contenido y campañas transmedia	Uso de diferentes formatos y plataformas para comunicar mensajes clave de manera accesible y atractiva.	X	X	X	X	
OE3: Difundir de manera clara y accesible el impacto positivo de la gestión sostenible de los bosques en la vida de las personas, a través de historias, datos y testimonios que refuercen su valor para el desarrollo sostenible.	Storytelling con Enfoque Humano	Despliegue en radio comunitarias y podcasts.			X	
	Divulgación basada en datos y evidencias	Infografías y reportes accesibles con datos clave.		X		X
	Periodismo de soluciones y alianzas con medios	Realización de concurso fotográfico: despliegue con periodistas a nivel nacional para retratar el impacto de la tala ilegal en las personas.				X
		Gestión de entrevistas y reportajes especiales en radio, televisión y medios digitales para compartir historias de impacto del trabajo del OSINFOR.	X	X	X	X
	Campañas de Sensibilización Multicanal:	Campañas en redes sociales con imágenes, videos y testimonios.	X	X	X	X
Inserción de mensajes en radio comunitaria y televisión regional.		X	X	X	X	
OE4: Impulsar espacios de diálogo y	Promover articulación pública – privado	Reconocimiento "Bosques Sostenibles"				X

**PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR**

articulación entre los actores del sector forestal para fortalecer la sostenibilidad y la competitividad de las actividades productivas vinculadas a los bosques.	Desarrollo de investigaciones y publicaciones con datos estratégicos	Edición de boletín con información especializada		X		
	Creación de espacios de diálogo e intercambio	Organización de foros y mesas de diálogo interinstitucionales.		X		
	Difusión de incentivos y oportunidades para la inversión en negocios forestales sostenibles	Sello y reconocimiento: emisión de reconocimientos digitales a titulares de títulos habilitantes que demuestren buenas prácticas/ comportamiento en el sector.		X		
Objetivo transversal	Optimizar flujo de información y coordinación interna	Implementación de un boletín interno mensual con novedades, logros y próximos eventos. “Somos OSINFOR”		X	X	X
		Realización de videoblog “Conexión OSINFOR”		X		X
		Apertura de comunidad “OSINFORMATE”	X			
	Promover cultura organizacional basada en la transparencia y participación	Realización de reunión de encuentro y rendición de cuentas				X
		Sistema de reconocimiento “Legado OSINFOR”				X
	Reforzar la identidad institucional y el sentido de pertenencia	Campañas internas sobre los valores y misión de la institución.		X		
Difusión de historias de éxito de colaboradores y equipos dentro de la organización.			X		X	

XIV. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y evaluación del Plan de Comunicaciones 2025 del OSINFOR se orienta a garantizar el cumplimiento de sus objetivos estratégicos y su alineación con el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025 – 2030, aprobado mediante Resolución de Jefatura N.º 065-2024-OSINFOR.

Es de resaltar, que la UFC, en coordinación con la Gerencia General, efectuará seguimiento trimestral sobre el cumplimiento del PCI 2025, e informará sobre los mismos a la Unidad de Planeamiento, Modernización y Cooperación de la OPPM, en el marco del seguimiento y evaluación de los planes institucionales.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR

PLAN DE COMUNICACIONES 2025 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

XV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Peru*. DataReportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-peru>
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL). (2024). *Los servicios de telecomunicaciones en los hogares peruanos: Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (ERESTEL) 2023*. OSIPTEL.
<https://repositorio.osiptel.gob.pe/handle/20.500.12630/936>
- Ruiz, F. (2021). *Radios comunitarias de Perú luchan para combatir la desinformación de las vacunas para COVID-19 entre pueblos indígenas en regiones remotas*. LatAm Journalism Review.
- Solano, D., & Ministerio de Cultura. (2015). *Servicios públicos con pertinencia cultural: Guía para la aplicación del enfoque intercultural en la gestión de los servicios públicos*. Ministerio de Cultura. <http://repositorio.cultura.gob.pe/handle/CULTURA/509>