



RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N° 122 -2016-OSINFOR

Lima, 13 DIC. 2016



VISTOS:

El Memorándum N.° 166-2016-OSINFOR/01.2, de fecha 27 de octubre de 2016, del Secretario General (e) hace suyo el Informe N.° 003-2016-OSINFOR/01.2/OIRH del asistente de comunicaciones, mediante el cual propone el Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018 del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR, el Memorándum N.° 955-2016-OSINFOR/04.1, de fecha de 25 noviembre de 2016, del Jefe (e) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto y el Informe Legal N.° 202-2016-OSINFOR/04.2, de fecha 07 de diciembre de 2016, del Jefe (e) de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante Decreto Legislativo N.° 1085, se creó 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, mediante Resolución Presidencial N.° 140-2012-OSINFOR se aprobó el Plan Estratégico de Comunicaciones 2013-2016 del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR, como documento complementario al Plan de Desarrollo de Capacidades aprobado por Resolución Presidencial N° 128-2012-OSINFOR, en el marco del entonces Plan Estratégico Institucional 2012-2016, aprobado por Resolución Presidencial N° 072-2012-OSINFOR;

Que, la Ley N.° 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 3° 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 memorándum de vistos el Secretario General (e) hace suyo el Informe N.º 003-2016-OSINFOR/01.2/OIRH del asistente de comunicaciones, el cual propone el Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018 de la entidad, acorde al Plan Estratégico Institucional 2016-2018, aprobado por Resolución Presidencial N.º 064-2016-OSINFOR;

Que, el objetivo del proyecto del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018, es conducir las estrategias de comunicación, proyección de la imagen y reputación institucional, así como las relaciones con las entidades del sector público y privado en el ámbito nacional e internacional, en el marco del Reglamento del Decreto Legislativo N.º 1085, aprobado por Decreto Supremo N.º 024-2010-PCM y modificatoria;

Que, resulta conveniente para la institución la aprobación de un plan que tenga por objetivo estratégico general 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 y que mejore el posicionamiento de las funciones 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;

Que, a través del memorándum de vistos el Jefe (e) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, hace suyo el Informe N.º 074-2016-OSINFOR/04.1.1, emitido por el Jefe (e) Sub Oficina de Planeamiento, en el cual concluye que el proyecto del Plan en mención, se encuentra alineado a las tareas / productos del POI 2016 reformulado II y los procedimientos y responsabilidades incluidas se enmarcan dentro de las funciones establecidas para las oficinas relacionadas, de igual forma, señalan que se deje sin efecto, la Resolución Presidencial N.º 140-2012-OSINFOR que aprobó el Plan Estratégico de Comunicaciones 2013-2016 del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR, recomendando su aprobación;

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 Planeamiento y Presupuesto y de la Oficina de Asesoría Jurídica, y;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N.º 28874, Ley que regula la publicidad estatal, el Decreto Legislativo N.º 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 065-2009-PCM;

SE RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- APROBAR el Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018 del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR, 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, quedando sin efecto la Resolución Presidencial N.º 140-2012-OSINFOR que aprobó el Plan Estratégico de Comunicaciones 2013-2016 del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR.

ARTÍCULO 3º.- NOTIFICAR la presente resolución presidencial y su anexo 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 y su anexo en el Portal Institucional del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR (www.osinfor.gob.pe).

Regístrese y comuníquese,

MÁXIMO 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 ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR									
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2016	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

"Decenio de las Personas con Discapacidad en el Perú"
"Año de la Consolidación del Mar de Grau"

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016 - 2018 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y FAUNA SILVESTRE - OSINFOR

2016

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	3
I. ASPECTOS GENERALES.....	5
1.1. OBJETO	5
1.2. FINALIDAD	5
1.3. BASE LEGAL	5
1.4. ALCANCE	6
1.5. DEFINICIONES.....	6
II. ASPECTOS ESPECIFICOS.....	7
2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTRATÉGICO COMUNICACIONES 2016 – 2018.....	7
2.2. PÚBLICO OBJETIVO	7
III. SITUACIÓN ACTUAL O DIAGNOSTICO	9
3.1. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DEL OSINFOR.....	9
3.2. FODA del OSINFOR a nivel general	10
3.3. FODA del OSINFOR en lo referido a comunicaciones.....	12
IV. ALINEAMIENTO - MARCO ESTRATÉGICO.....	12
4.1. EL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL	13
4.2. PLAN OPERATIVO	15
4.3. PLAN DE DESARROLLO DE CAPACIDADES	15
4.4. ALINEAMIENTO CON OTROS PLANES	15
V. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS.....	16
VI. METAS E INDICADORES.....	32
VII. ANEXOS.....	39
7.1. ANEXO 01: LINEAMIENTOS PARA LA ATENCIÓN DE DENUNCIAS CIUDADANAS Y QUEJAS ADMINISTRATIVAS.....	40
7.2. ANEXO 02: ESTRATEGIA PARA REDES SOCIALES DEL OSINFOR.....	49
7.3. ANEXO 03: MODELO DE NOTA DE PRENSA.....	56



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

INTRODUCCIÓN

El Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR, es un Organismo Público Ejecutor adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros; encargada a nivel nacional, de 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; de esta manera contribuye a la promoción del comercio legal de los productos madereros, a la mejora del valor económico de los recursos forestales y de fauna silvestre y, por ende a su manejo sostenible.

El cumplimiento de estas funciones principales, en particular las de supervisión y fiscalización, requieren una adecuada comunicación de sus alcances e importancia a los diversos actores involucrados, en especial de los actores externos como los administrados o titulares de títulos habilitantes que son los directamente vinculados, las entidades públicas con competencias en materia forestal y de fauna silvestre, las diversas organizaciones privadas relacionadas y la ciudadanía en general.

Cada uno de estos actores tiene intereses propios y expectativas diferenciadas con respecto al rol del OSINFOR, por lo que la estrategia de comunicación institucional debe contemplar dichas particularidades para lograr la mayor efectividad en la transmisión y entendimiento de la información que se quiere comunicar. En el ámbito interno también se precisa de efectividad en la comunicación, con la finalidad de proporcionar coherencia e integración entre las acciones de las diversas unidades orgánicas y los objetivos institucionales.

En ese sentido, el Plan Estratégico de Comunicaciones 2013 – 2016, elaborado a pocos años de la creación del OSINFOR, tuvo como principal objetivo el posicionamiento institucional en el sector forestal y de fauna silvestre, llamar la atención sobre la necesidad de disminuir la deforestación como alternativa para la adaptación a los impactos del cambio climático en la región.

Para tal fin, se ha concentrado los esfuerzos en los talleres de capacitación desarrollados principalmente al interior del país en los diversos ámbitos donde se aprovechan los bosques, con un rol protagónico por parte de las Oficinas Desconcentradas. Asimismo, ha sido clave la comunicación de los destacados resultados de supervisión y fiscalización, mediante la participación en diversos espacios de diálogo y coordinación a nivel nacional. Gracias a ello se ha alcanzado posicionar la importancia del rol de la entidad en el ámbito de las entidades públicas y privadas vinculadas al sector forestal y de fauna silvestre, incluyendo en parte del ámbito internacional.

Para los próximos tres años, el presente Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 – 2018 pone el énfasis en la difusión de los roles y resultados hacia el público en general, para contribuir a la valoración por parte de la opinión pública sobre la importancia del manejo responsable de nuestros bosques en la vida de los peruanos. Ello sin descuidar



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR	PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva			Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2018
Propuesto por:	Secretaría General			Fecha de Publicación:	14 DIC. 2018

la adecuada comunicación que debe mantenerse con los administrados acerca de los roles y procedimientos de la institución.

Este Plan comprende el marco estratégico y normativo, público objetivo, la situación actual, los objetivos y metas, la estrategia y las acciones a desarrollar para alcanzar dichos objetivos.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016 – 2018 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y FAUNA SILVESTRE - OSINFOR

I. ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETO

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 -2018, en adelante el Plan, es un documento de gestión que es el resultado del proceso estratégico **“Gestión de la Imagen y de las Comunicaciones”** por lo tanto su objetivo es conducir las estrategias de comunicación, proyección de la imagen y reputación institucional, así como las relaciones públicas en el ámbito nacional, extranjero o internacional.

1.2. FINALIDAD

El Plan, es la herramienta que enmarca la programación de las actividades de comunicaciones internas y externas en un corto, mediano y largo plazo. Los procedimientos en materia de imagen y comunicaciones anexos nos indican las pautas a seguir para dar cumplimiento al proceso estratégico institucional de “Gestión de imagen y de las Comunicaciones”.

1.3. BASE LEGAL

1. Ley 26821, Ley Orgánica para el Aprovechamiento de los Recursos Naturales.
2. Ley 29763, Ley Forestal y de Fauna Silvestre.
3. Ley 28611, Ley General del Ambiente.
4. Ley 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo.
5. Ley 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal
6. Decreto Legislativo N° 1085 que crea el OSINFOR.
7. Decreto Supremo N° 024-2010-PCM que reglamenta el Decreto Legislativo N° 1085, y su modificatoria.
8. Decreto Supremo N° 065-2009-PCM, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del OSINFOR.
9. Acuerdo de Promoción del Comercio entre Estados Unidos y Perú (TLC) firmado en Abril del 2006.
10. Plan Estratégico Institucional 2016 – 2018 del OSINFOR, aprobado con Resolución Presidencial N° 064-2016 - OSINFOR
11. Plan de Desarrollo de Capacidades 2012-2016 del OSINFOR, aprobado con Resolución Presidencial N° 128-2012 - OSINFOR



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

12. Resolución Presidencial N° 111-2016-OSINFOR se aprobó el Manual de procesos y procedimientos estratégicos y de apoyo del OSINFOR – MAPRO estratégico y de apoyo, en el que se establece los macro procesos para la Secretaría General, la Oficina de Asesoría Jurídica y la Oficina de Planeamiento y presupuesto.

13. Resolución Presidencial N° 105-2016-OSINFOR, que aprueba la Directiva N° 03-2016-OSINFOR/04.1, "Directiva de documentos de Gestión del OSINFOR"

14. Resolución Presidencial N° 057-2016-OSINFOR, que aprueba los "Lineamientos para la emisión de correspondencia en el OSINFOR"

1.4. ALCANCE

El presente plan es de carácter general y de aplicación obligatoria a todo el personal de los órganos y unidades orgánicas del OSINFOR, independientemente del vínculo o modalidad contractual a la que se encuentren sujetos.

1.5. DEFINICIONES

- Canal: Es un medio, un portador de mensajes, o sea un conducto, la elección de canales es, a menudo, un factor importante para la efectividad de la comunicación.
- Coyuntura: Situación socio-económica al momento de efectuarse el análisis.
- Estrategia: Patrón o plan que integra los objetivos y políticas de una organización. Establece, además, una secuencia coherente de las acciones a realizar. Adecuadamente formulada pone orden y asigna los recursos de la organización, a efectos de lograr una situación viable y original, así como anticipar cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.
- Percepción: Es el proceso mediante el cual seleccionamos, organizamos e interpretamos los estímulos sensoriales y la información en términos que se acoplan a nuestros propios marcos de referencia y visiones del mundo.
- Segmentación: Proceso de agregación que reúne en un segmento de mercado a personas que tienen necesidades semejantes, o que comparten características sociodemográficas o de comportamiento similares.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

II. ASPECTOS ESPECIFICOS

2.1. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTRATÉGICO COMUNICACIONES 2016 – 2018

2.1.1. Objetivo Estratégico General

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.

2.1.2. Objetivo Estratégico Específico

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.

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.

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.

OEE 4: Reforzar el conocimiento del personal interno acerca de los resultados de la gestión institucional, así como de la importancia de su rol en el sector forestal y en el país.



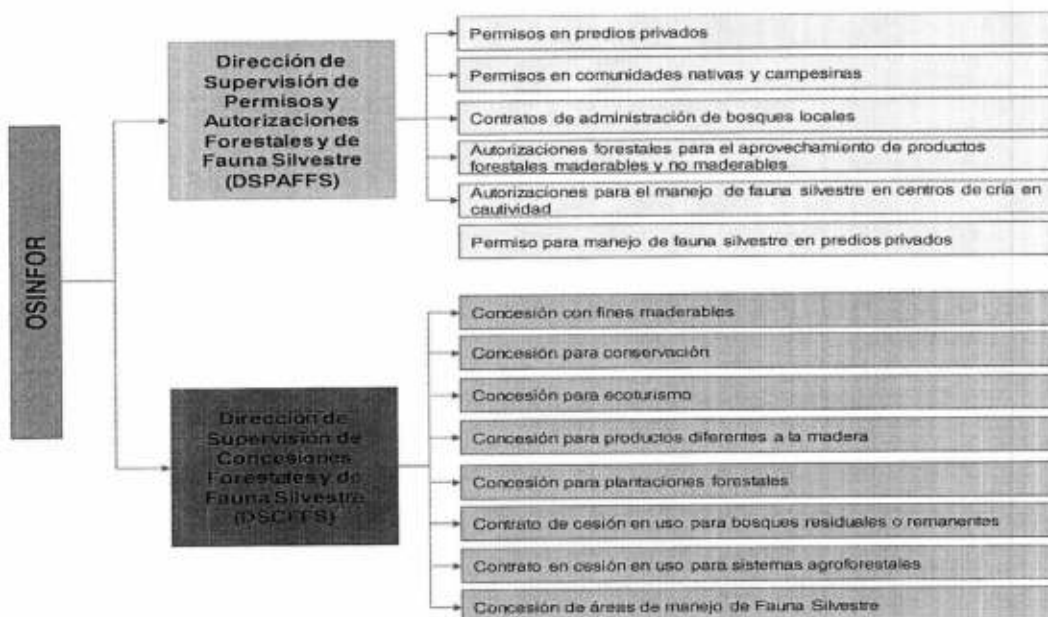
2.2. PÚBLICO OBJETIVO

El Plan ha identificado y priorizado como público objetivo:

2.1.1. TITULARES DE TÍTULOS HABILITANTES

Es decir personas naturales o jurídicas a quienes el Estado les ha otorgado alguna de las siguientes modalidades de aprovechamiento:

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2015
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2015



Dichas personas naturales y jurídicas pueden ser: Comunidades Nativas, Comunidades Campesinas, poseedores de Predios Privados, Concesionarios, otras empresas o personas.

Según los planes de supervisión 2016 del OSINFOR¹, dichos titulares ascenderían aproximadamente a 2,533 personas naturales y/ jurídicas (1,849 concesionarios y 684 titulares de permisos y autorizaciones).

2.1.2. OTROS ACTORES DEL SECTOR FORESTAL

- Autoridad forestal: Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR) y sus Administraciones Técnicas Forestales y de Fauna Silvestre-ATFFS, y Gobiernos Regionales con sus Autoridades Regionales Ambientales o instancia responsable del tema de bosques.
- Actores del sector privado y sociedad civil: ADEX, S.N.I., Comités de Gestión de Bosques, Consultores Forestales, Regentes Forestales.
- Otras autoridades de control: Policía Nacional del Perú, Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental-OEFA, Procuraduría Pública, Contraloría General de la República, Ministerio Público - Fiscalías especializadas en Materia Ambiental-FEMA.



¹ Aprobados con Resolución Presidencial N° 010-2016-OSINFOR. Disponible en <http://www.osinfor.gob.pe/osinfor/wp-content/uploads/2016/02/RP-010-2016-OSINFOR.pdf>

		PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR									
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2015	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

- Otras autoridades de regulación y promoción: Agentes Cooperantes, PRODUCE, Presidencia del Consejo de Ministros, Ministerio de Economía y Finanzas, Medios de Comunicación.

2.1.3. Personal del OSINFOR

Nuestra entidad cuenta con 220 personas a nivel de la sede central en Lima y Oficinas Desconcentradas.

2.1.4. Población en general

Es la población que configura la opinión pública.

III. SITUACIÓN ACTUAL O DIAGNOSTICO

3.1. ÁMBITO DE INTERVENCIÓN DEL OSINFOR

El ámbito de intervención del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre es nacional; a 8 años de vida institucional el OSINFOR ha logrado intervenir a través de la siguiente competencia geográfica:

N°	Oficina Desconcentrada / Sede Central	Competencia Geográfica (1)	
		Departamento	Provincias
1	Atalaya	Ucayali	Atalaya (Todos los distritos excepto Yurúa)
2	Chiclayo	Ancash, Cajamarca, La Libertad, Lambayeque, Piura, Tumbes	Todas
		Huánuco	Sólo el distrito de Huacrachuco, (Prov. Marañón)
3	Iquitos	Loreto	Todas, excepto las provincias de Ucayali, Alto Amazonas y Datem del Marañón
4	La Merced	Junín, Pasco	Todas
		Conjunto geográfico VRAEM (2)	Todo
5	Pucallpa	Huánuco	Todas (Excepto el distrito de Huacrachuco de la Provincia del Marañón)
		Loreto	Ucayali
		Ucayali	Todas Coronel Portillo, Padre Abad, Purus, y Atalaya (distrito Yurúa)
6		Madre de Dios	Todas



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Oficina		Competencia Geográfica (1)	
Nº	Desconcentrada / Sede Central	Departamento	Provincias
	Puerto Maldonado	Cusco	Todas
7	Tarapoto	Amazonas	Todas
		Loreto	Alto Amazonas y Datem del Marañón
		San Martín	Todas
8	Lima (Sede Central)	Ámbito Nacional, según criterio de priorización	Todas, según criterio de priorización

(1) De acuerdo a competencia aprobada con Resolución Presidencial N° 123-2012-OSINFOR del 13.11.2012.

(2) Comprende los departamentos Ayacucho, Huancavelica, Cusco y Junín, según Decreto Supremo N° 074-2012-PCM

3.2. FODA del OSINFOR a nivel general

ÁMBITO EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
i. Persistencia de informalidad e ilegalidad en el aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre. ii. Autoridad nacional forestal y de fauna silvestre con limitaciones para hacer cumplir la política nacional a nivel de las autoridades regionales, especialmente en lo referido a la verificación del origen legal de los recursos forestales y de fauna silvestre. iii. Autoridades regionales forestales y de fauna silvestre con limitaciones para tomar las medidas necesarias y oportunas para la verificación del origen legal de estos recursos, así como para las sanciones en caso de infracciones. iv. Recursos económicos existentes en el sector forestal y de fauna silvestre no se asignan adecuadamente para priorizar acciones vinculadas a la verificación del origen legal de estos recursos. v. Pocas sanciones penales que permitan un mayor impacto disuasivo que reduzca nuevas infracciones o ilegalidades en el aprovechamiento de los citados recursos.	i. Resultados de intervención articulada denominada Operación Amazonas y aplicación de la interdicción forestal por el Ministerio Público en el marco del Decreto Legislativo N° 1220, han reforzado la preocupación sobre la necesidad de controlar y prevenir la tala ilegal. ii. Incremento de la demanda internacional de productos maderables provenientes de bosques manejados y certificados; iii. Tendencia internacional a nivel político y normativo que favorece el aprovechamiento sostenible de los bosques. iv. Interés del sector público y privado para articular acciones con la intervención del OSINFOR. v. Opinión pública que valora el cuidado del medio ambiente.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

ÁMBITO INTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
i. Limitados recursos económicos (recursos ordinarios y directamente recaudados) para incrementar la cobertura de supervisión, fiscalización y capacitación. ii. Limitada capacidad operativa para la sistematización técnica y análisis de avances y logros a partir de los resultados de supervisión, fiscalización y capacitación. iii. Limitada capacidad operativa para comunicación externa de avances y logros.	i. Autoridad nacional en la supervisión y fiscalización de títulos habilitantes, con ubicación supra sectorial en la PCM. ii. Reconocimiento de la importancia del rol del OSINFOR en la verificación del origen legal de la madera a nivel nacional e internacional iii. Alianzas estratégicas con diversas entidades técnicas y organizaciones indígenas. iv. Sistemas de información que brindan transparencia de sus resultados. v. Ejecución óptima de sus recursos económicos. vi. Personal calificado, con experiencia y ética, asegura el buen desempeño de funciones vii. Directivos de supervisión han seguido línea de carrera en el ámbito CAS, lo que se fortalecerá con el tránsito al régimen del servicio civil casi terminado.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

3.3. FODA del OSINFOR en lo referido a comunicaciones

AMBITO EXTERNO	
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
i. Persistencia del limitado conocimiento de las competencias y funciones del OSINFOR en una parte de los titulares de títulos habilitantes. ii. Persistencia de desconocimiento del OSINFOR por parte de la opinión pública en general (no especializada en el sector forestal y de fauna silvestre). iii. Cambios en el entorno político, económico y social que afecten al OSINFOR	i. Existencia de la televisora del Estado IRTP y otras entidades públicas como la PCM para la difusión de logros del OSINFOR. ii. Convenio con diversas entidades públicas y privadas iii. Nuevas Tecnologías en comunicaciones, utilizadas para tener una mayor difusión a nivel nacional e internacional

AMBITO INTERNO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
i. Limitado equipo humano y tecnológico del OSINFOR destinado a conducir e implementar las acciones de comunicación. ii. Limitada difusión de los resultados (logros y problemas) obtenidos por el OSINFOR en los medios iii. Limitada coordinación y retroalimentación con los agentes involucrados en la labor que realiza el OSINFOR	i. Equipo humano y tecnológico mínimo pero con experiencia y actitud proactiva para mejorar. ii. Diversos avances y logros de la entidad en el cumplimiento de sus funciones. iii. Diversos materiales de comunicación semi-desarrollados y/o terminados. iv. Diversas actividades de comunicación realizadas en el cumplimiento de sus funciones, sobre todo en los talleres de capacitación

IV. ALINEAMIENTO - MARCO ESTRATÉGICO

En las siguientes secciones se desarrolla el alineamiento del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018 del OSINFOR con los diferentes documentos normativos:



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

4.1. EL PLAN ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL

El Plan Estratégico Institucional 2016 - 2018² del Organismo de Supervisión de Recursos Forestales y de Fauna Silvestre – OSINFOR, establece el horizonte para la entidad en los próximos 03 años, así como la estrategia para lograrlo, dentro del marco de las respectivas políticas y normativa. El PEI ha sido elaborado en base a los lineamientos y metodología establecida por el CEPLAN para la fase institucional de planeamiento estratégico.

La entidad cuenta con 17 procesos de nivel 0, de los cuales 5 se clasifican como procesos estratégicos, 6 como misionales y 6 de soporte.

El Plan Estratégico de comunicaciones 2016 – 2018 es resultado del proceso estratégico E4, denominado “**Gestión de imagen y de las Comunicaciones**”

Conforme al PEI, la visión y misión del OSINFOR son:

Visión: *OSINFOR contribuye eficazmente a garantizar la existencia perpetua de los bosques y sus beneficios para el conjunto de la nación peruana*

Misión: *Supervisamos y fiscalizamos que los recursos forestales, fauna silvestre y servicios ambientales en las áreas bajo títulos habilitantes no sean afectados en calidad y cantidad actual y futura.*

Para cumplir la visión y misión y en el marco del enfoque institucional y los valores organizacionales, se han determinado tres (03) objetivos estratégicos institucionales, siendo éstos los siguientes:

- **OE 1: Mejorar la efectividad de la supervisión y fiscalización a títulos habilitantes.**
- **OE 2: Mejorar la capacidad de los actores involucrados para el aprovechamiento responsable de los recursos forestales y de fauna silvestre.**
- **OE 3: Asegurar el fortalecimiento y el desarrollo del recurso humano y tecnológico de la institución.**



² Aprobado con Resolución Presidencial N° 064-2016-OSINFOR, disponible en: <http://www.osinfor.gob.pe/wp-content/uploads/2016/06/RESOLUCION-PRESIDENCIAL-00064-2016-OSINFOR-01.1.pdf>

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

El Plan de Estratégico Comunicaciones 2016 - 2018 está relacionada con el cumplimiento del **OE 2** y **OE 3** y con las Acción Estratégica **AE 2.1** y **AE 3.3**. Ver el siguiente cuadro:

Objetivos Estratégicos Institucionales	Acciones Estratégicas Institucionales
OE 1. Mejorar la efectividad de la supervisión y fiscalización a títulos habilitantes.	AE 1.1. Fortalecer el uso de tecnologías en las supervisiones y auditorías quinquenales a títulos habilitantes.
	AE 1.2. Fortalecer la implementación y difundir mecanismos para cumplimiento de las sanciones administrativas impuestas y que son de competencia del OSINFOR
	AE 1.3. Generar información oportuna de interés de otras instituciones para fortalecer el Sistema Forestal y de Fauna Silvestre.
OE 2. Mejorar la capacidad de los actores involucrados en el aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre.	AE 2.1. Fortalecer la capacidad de titulares habilitantes en el adecuado aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre.
	AE 2.2. Fortalecer la capacidad de miembros de los Comité de Vigilancia y Control Forestal Comunitario, organizaciones indígenas o similares, en el adecuado aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre.
OE 3. Asegurar el fortalecimiento y el desarrollo del recurso humano y tecnológico de la institución.	AE 3.1. Asegurar el presupuesto institucional necesario para el logro de los objetivos del OSINFOR, implementando estrategias de acceso a recursos por toda fuente de financiamiento.
	AE 3.2 Fortalecer las alianzas con actores del sector para el fortalecimiento institucional.
	AE 3.3. Implementar la integración de los sistemas y tecnologías de información institucional en una plataforma única de consulta amigable.
	AE 3.4. Fortalecer la gestión de los recursos humanos incrementando los incentivos en el desarrollo del personal actual y nuevo.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

4.2. PLAN OPERATIVO

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2016-2018, contribuye a la tarea 2.04 de la Alta Dirección "Seguimiento de la implementación del Plan de Comunicación que permita lograr el posicionamiento del OSINFOR a nivel nacional", del Plan Operativo Institucional 2016 Reformulado II (aprobado mediante Resolución Presidencial N° 094-2016-OSINFOR).

Dentro de la Línea de Acción "Conducción y Orientación Superior" tenemos a Imagen y Comunicaciones orientada a realizar labores de:

- Proponer y conducir las políticas y estrategias de comunicación e imagen institucional, armonizada con la política institucional.
- Diseñar y dirigir la difusión estratégica de las actividades de la institución a nivel interno y externo de acuerdo a las prioridades y contenidos definidos.
- Proponer el Plan Multianual de Comunicaciones. Garantizar que la publicación y material de difusión de las actividades guarden coherencia con la imagen de la entidad.
- Evaluar el cumplimiento del Plan Multianual de Comunicaciones y coordinar las campañas publicitarias que impulse la Institución.

4.3. PLAN DE DESARROLLO DE CAPACIDADES

El PDC 2016-2018 del OSINFOR determina el marco y orienta las acciones que debe seguir la entidad en materia de capacitación, asistencia técnica, intercambio de experiencias y buenas prácticas, así como el acompañamiento de la gestión de la comunicación, para alcanzar los objetivos a mediano y largo plazo.

Este Plan se elabora en concordancia con lo establecido en el Art. N° 3, numeral 3.8, del Decreto Legislativo N° 1085 que ha previsto "Realizar labores de formación y capacitación a los diversos actores involucrados en el aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre, en asuntos de su competencia y en concordancia con la Política Forestal dictada por la Autoridad Nacional Forestal y de Fauna Silvestre".



4.4. ALINEAMIENTO CON OTROS PLANES

Se complementa con los planes anuales de capacitación y difusión de las Direcciones de Línea del OSINFOR.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

V. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y/O PROYECTOS

5.1. ESTRATEGIA

Las actividades y/o proyectos del Plan Estratégico de Comunicaciones 2016 - 2018 estarán orientados a cumplir los objetivos estratégicos específicos, para ello se ha identificado 04 públicos objetivos:

Público Objetivo	Objetivo Estratégico Específico
1.-Titulares de títulos habilitantes	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.
2.-Otros actores del sector forestal	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.
3.-Población en general	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.
4.-Personal del OSINFOR	OEE 4: Reforzar el conocimiento del personal interno acerca de los resultados de la gestión institucional, así como de la importancia de su rol en el sector forestal y en el país.



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

El **mensaje general** o lema del OSINFOR según su Plan Estratégico Institucional 2016-2018 es:

“Usemos responsablemente nuestros bosques”

Es conveniente reflexionar sobre el mensaje a transmitir por cada público objetivo:

Público objetivo	Mensajes centrales
1. Titulares de títulos habilitantes	El aprovechamiento forestal y de fauna silvestre que cumple la normativa y origen legal favorece la rentabilidad de las inversiones, a lo cual contribuye la intervención del OSINFOR.
2. Otros actores del sector forestal	El OSINFOR es una entidad que brinda información confiable y oportuna para mejorar la gestión pública del aprovechamiento forestal y de fauna silvestre sostenible y legal.
3. Personal del OSINFOR	El OSINFOR contribuye decisivamente a mejorar la gestión de nuestros bosques, y el trabajo de cada uno de sus colaboradores es fundamental para lograrlo.
4. Población en general	Nuestros bosques son indispensables para la vida de los peruanos, por lo cual se debe exigir su manejo responsable y apoyar la gestión de entidades como el OSINFOR.



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

A partir de aquí se definen **las estrategias de comunicación** para lograr los objetivos establecidos en los próximos tres años (2016-2018), por cada público objetivo.

Objetivos estratégicos específicos	Público objetivo	Estrategias
OEE 1	Titulares de títulos habilitantes	Comunicar los mensajes de interés del OSINFOR, preferentemente, a través de los talleres de capacitación y difusión, así como a través de medios de comunicación masiva con mayor costo-efectividad.
OEE 2	Otros actores del sector forestal	Comunicar los mensajes de interés del OSINFOR, preferentemente, a través de los talleres de capacitación y difusión, mesas de diálogo, así como a través de documentos oficiales, medios de comunicación electrónica y redes sociales.
OEE 3	Población en general	Comunicar los mensajes de interés del OSINFOR, preferentemente, a través de los medios de comunicación masiva con mayor costo-efectividad, así como mediante página web y redes sociales.
OEE 4	Personal del OSINFOR	Comunicar los mensajes de interés del OSINFOR, preferentemente, a través de eventos internos, correo institucional e intranet.



5.1.1 Ámbitos de la Comunicación

Comunicación externa

La comunicación externa, se enfoca en las relaciones que tiene el OSINFOR con entidades fuera de su competencia, como medios de comunicación, instituciones nacionales e internacionales, clientes, personas y organizaciones implicadas en el manejo de recursos forestales y de fauna silvestre, entre otros.

Es por ello que la comunicación externa del OSINFOR tiene base en canales de comunicación en donde se difunden las políticas y se interactúa con el público en general

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

En primera instancia, el OSINFOR concurrirá a los medios de comunicación como los principales ejecutores de estrategias de difusión y prensa y como los principales informantes permanentes de todo el pueblo peruano sobre las diversas funciones del organismo.

El OSINFOR necesita lograr una gran interacción con los periodistas de medios masivos de información que vean temas referentes al uso responsable de nuestros recursos forestales y de fauna silvestre, mediante la entrega de información veraz y oportuna.

Comunicación interna

Los principales objetivos de la comunicación interna son: establecer una relación fluida entre servidores civiles y funcionarios de la entidad en su calidad de empleadores, por medio de canales adecuados entre todos los niveles de la institución. Facilitar la circulación e intercambio de información entre todos los niveles de la entidad, permitiendo, así un funcionamiento más ágil y dinámico de los diferentes órganos y unidades orgánicas del OSINFOR y una mejor coordinación entre ellas.

Motivar y dinamizar la labor de los miembros de la entidad, contribuyendo a crear un clima de trabajo agradable, que redunde en una mejor calidad del trabajo y en la mejora de la productividad y competitividad de la entidad.

Obtener la aceptación y la integración de los servidores civiles a la filosofía, a los valores y a los fines globales de la entidad.

Crear y mantener una imagen favorable de la entidad en los miembros de la organización.

Comunicación Descendente



Es aquella que se realiza desde arriba hacia abajo en la jerarquía de la organización.

Objetivo: Crear un canal de comunicación formal e institucional que permita mantener informados a todos los integrantes del OSINFOR.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

5.2 ACTIVIDADES

En ese sentido se plantean las siguientes actividades, según el público objetivo:

Objetivos estratégicos específicos	Público objetivo	Acciones o medios
OEE 1	Titulares de títulos habilitantes	- Talleres de capacitación y mochila forestal - Talleres de difusión - Materiales gráficos (Trípticos, afiches) - Sistemas de información - Página web
OEE 2	Otros actores del sector forestal	- Talleres de difusión - Publicaciones - Directorio de correos - Documentos físicos y digitales - Sistemas de información - Videos institucionales
OEE 3	Población en general	- Radio y televisión - Redes sociales - Ferias, foros, caravanas y otros - Prensa local - Videoconferencias - Foro Virtual - Páginas web /blogs - Videos institucionales
OEE 4	Personal del OSINFOR	- Boletín informativo - Conversatorios - Periódico mural - Tomando café con el Presidente Ejecutivo y/o Secretario General - Buzón de sugerencias - Charlas o eventos internos - Intranet - Correo institucional (Notas de prensa interna).



		PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR			
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR						PL/PE/SG/			
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2016	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

Cabe precisar que existen acciones transversales a los Objetivos Estratégicos Específicos señalados en el cuadro precedente, los cuales son:

a) Atender las denuncias y quejas respecto al personal del OSINFOR.

El desarrollo de los lineamientos bajo los cuales se manejan las denuncias se desarrolla en el Anexo 01, donde se da un alcance detallado del procedimiento.

b) Atender las denuncias y las quejas de los actores involucrados respecto al manejo forestal y de fauna silvestre.

Esta acción está articulada con el MAPRO Misional (Aprobado con Resolución Presidencial 096-2016-OSINFOR), con el Macro Proceso: **M6** "Atención de requerimientos de terceros" y al Proceso nivel 1: **M6.4** "Elaboración de informes técnico-legales en atención a quejas y denuncias".

En ese sentido se establecen las siguientes actividades:

- Atender las denuncias referidas a los títulos habilitantes.
- Atender las denuncias en el ámbito del manejo forestal y fauna silvestre.

Es necesario señalar que actualmente la institución cuenta con un Sistema de Trámite Documentario que permite canalizar las denuncias a través de mesa de partes de la Sede Central y de las Oficinas Desconcentradas del OSINFOR.

El SITD permite realizar un filtro de las denuncias. No obstante es necesario que las Oficinas involucradas definan el reporte detallado de las denuncias registradas, los cuales deben ser actualizados en el SITD por la Oficina de Tecnología de la Información.

5.2.1 Comunicación dirigida a titulares de títulos habilitantes

Continuando con la labor de fortalecimiento de capacidades en comunidades nativas (CCNN), el OSINFOR seguirá organizando capacitaciones en el manejo de instrumentos de medición, el censo forestal y la cubicación de madera. En estas capacitaciones también se da a conocer la normativa relacionada al sector forestal.

Esta comunicación se realiza mediante las siguientes plataformas:

a) Talleres de capacitación y mochila forestal

Esta herramienta participativa de capacitación usa una metodología que permite mejorar el proceso de fortalecimiento de capacidades a las



		PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR									
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2016	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

comunidades nativas. Se trata de un proceso didáctico para lograr la trasmisión de conocimiento e interacción de los participantes de diversas etnias en su propio lenguaje.

La mochila forestal del OSINFOR como herramienta de aprendizaje consiste en presentar un franelógrafo con el fondo de color celeste y con bordes con alegorías étnicas amazónicas.

El facilitador o especialista forestal del OSINFOR construye el tema de capacitación con la ayuda directa y dinámica de los participantes, utilizando figuras o maquetas didácticas, fáciles de identificar, de colores agradables, para su mejor aprendizaje, conforme va avanzando con la explicación en el idioma del participante, despacio, fácil y repitiendo el contenido del tema siempre interactúa con el público objetivo, hasta el final de la presentación.

Temas presentados:

- Gestión Forestal Comunitaria, referido a todo el proceso de cómo acceder a un permiso forestal en comunidades nativas.
- Cubicación de la madera, referido a las tres formas convencionales de cubicar:
 - a) Madera en pie,
 - b) Madera rolliza o trozas en la forma Smalian y Doyle
 - c) Madera aserrada.

b) Talleres de difusión

Mediante estos talleres el OSINFOR da a conocer las funciones y logros de la organización además de la normativa relacionada al sector forestal de modo que los participantes puedan nutrirse con contenido valioso que aporte a su conocimiento y bienestar.

c) Materiales gráficos

En las capacitaciones se hace entrega de elementos gráficos que puedan ayudar a los participantes en la recordación de lo aprendido tales como trípticos de información, constancias de participación, merchandising, volantes, etc.

d) Sistemas de información:

Dado el alcance de las actividades del OSINFOR se generó sistemas de información tales como el SIGO (Sistema de Información Gerencial del OSINFOR), que contiene los resultados de los procesos de supervisión, fiscalización y capacitación, permitiendo tener un conocimiento amplio del aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre por los títulos habilitantes a nivel nacional. Esta información clasificada y al alcance

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

de todos los actores del sector forestal ayuda a fortalecer la confianza hacia la institución.

e) Páginas web:

La página WEB del OSINFOR, debe actualizarse cada vez que haya información nueva relacionada con el cumplimiento de las funciones del organismo. De este modo, se espera que todos los avances y eventos relacionados al tema forestal se vean reflejados en la web.

5.2.2 Comunicación dirigida a otros actores del sector forestal:

a) Talleres de difusión:

Con el fin de exponer el trabajo del OSINFOR y explicar los lineamientos bajo los que se organiza se llevarán a cabo talleres interdisciplinarios con los distintos actores del sector forestal, de modo que los colaboradores profesionales de las distintas organizaciones puedan nutrirse con conocimiento compartido de sus experiencias.

b) Publicaciones:

Dada la cantidad de informes generados al año por el OSINFOR, se tiene como meta realizar publicaciones mensuales con contenido propio que pueda retratar las acciones y metas de la organización.



c) Directorio de correos:

Se realizará la creación de un directorio actualizado de personas relacionadas al sector forestal con el que se pueda mantener comunicación en determinado momento para gestionar reuniones, conversatorios, charlas, capacitaciones y otros eventos de modo que pueda generarse mayor integración entre los distintos actores del rubro.

d) Documentos físicos y digitales

El OSINFOR responderá y enviará información pertinente a las partes interesadas.

Estas comunicaciones serán firmadas únicamente por funcionarios o directivos del organismo.

e) Sistemas de información:

Dado el alcance de las actividades del OSINFOR se generó sistemas de información tales como el SIGO (Sistema de Información Gerencial del OSINFOR), que contiene los resultados de los procesos de supervisión,

		PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR									
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2016	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

fiscalización y capacitación, permitiendo tener un conocimiento amplio del aprovechamiento de los recursos forestales y de fauna silvestre por los títulos habilitantes a nivel nacional. Esta información clasificada y al alcance de todos los actores del sector forestal ayuda a fortalecer la confianza hacia la institución.

f) Videos institucionales:

Dado la gran acogida del material audiovisual en la actualidad, el OSINFOR expondrá sus alcances, desafíos, actividades y metas mediante el uso de videos con el fin de dar a conocer las acciones desarrolladas por la institución tanto a nivel nacional como internacional.

5.2.3 Comunicación dirigida a población en general:

a) Radio y televisión

De ser necesario, los funcionarios delegados del OSINFOR realizarán declaraciones a la Radio y la Televisión. Estos delegados deberían ser, generalmente, miembros de la alta dirección: Presidente Ejecutivo y Secretario General usualmente, o un vocero previamente nombrado para ocuparse de estas tareas.

La difusión de información sobre el cumplimiento de nuestras funciones y sus resultados a ser publicadas en Radio y Televisión serán previamente coordinadas por el Especialista en Comunicaciones del organismo.

b) Redes sociales

Las redes sociales del OSINFOR, tales como Facebook, Twitter, Instagram y LinkedIn deben publicar contenido de manera diaria o interdiaria, para mantener una elevada interacción con el público en general. De este modo, se usarán elementos atractivos para el público, tales como videos y fotos, retratando las acciones y funciones de la organización.

El presente Plan contiene las estrategias a seguir en el caso de las redes sociales. Ver Anexo 02.

c) Ferias, foros, caravanas y otros

Con el fin de dar a conocer nuestra institución a la población en general, el OSINFOR participará de ferias y caravanas tanto en instituciones del Estado como en organizaciones privadas, tales como universidades, institutos o empresas relacionadas al sector forestal.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

d) Prensa local

El OSINFOR realizará y coordinará la información a publicar en periódicos de tiraje local y/o nacional. Una de los retos fundamentales es generar contenido propio que pueda ser atractivo para los medios; por esta razón se harán informes o reportajes sobre OSINFOR de modo que el contenido pueda ser distribuido en los distintos medios. La alta dirección, de ser necesario, brindará declaraciones previa aprobación del gabinete de información y comunicaciones.

e) Videoconferencias

Cuando el OSINFOR lo crea conveniente, podrá hacer este tipo de comunicación para dar a conocer aspectos estratégicos de su gestión, de modo que pueda ser pública la exposición de avances, desafíos y logros de la institución.

f) Foro Virtual



El OSINFOR dispondrá, de preferencia en su página web, un sistema de foro virtual que permitirá a los ciudadanos interactuar con nuestros especialistas, simplificando así la necesidad de acercarse a nuestra sede principal o a una de nuestras oficinas desconcentradas.

Con esta plataforma se presentarán temas específicos de competencia del OSINFOR, en donde los ciudadanos podrán compartir sus conocimientos y sugerencias sobre es el cumplimiento de nuestras funciones. Se mantendrá una retroalimentación del conocimiento generado entre todos los usuarios del foro.

g) Páginas web /blogs

Los medios digitales, tales como las páginas webs y blogs serán aliados fundamentales del OSINFOR para dar a conocer el objetivo, misión, visión, metas y desafíos de la institución al público en general. De este modo, se trabajará en la generación de contenido propio y atractivo para los medios masivos. Se utilizarán infografías para retratar estadísticas y procesos complejos con el fin de facilitar la comprensión del mensaje.

h) Videos institucionales

Dado la gran acogida del material audiovisual en la actualidad, el OSINFOR expondrá sus alcances, desafíos, actividades y metas mediante el uso de videos dirigidos al público en general con el fin de dar a conocer a la institución tanto a nivel nacional como internacional.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016.
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

5.2.4 Comunicación dirigida a personal del OSINFOR:

a) Boletín informativo

Es un documento de comunicación que permite a la alta dirección de OSINFOR mantener informados a todos los integrantes de la entidad, logros de la empresa, además es el espacio apropiado para enviar mensajes de motivación que permitan la alineación de todos los integrantes de la entidad.

- **RESPONSABLE:** Jefe (e) de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto
- **PÚBLICO OBJETIVO:** todos los integrantes de OSINFOR independientemente de la modalidad de contratación. Se debe garantizar la entrega del boletín a todas las personas que pertenezcan a la entidad.
- **FORMATO:** El formato del Boletín Informativo será Doble Carta A (43 X 21.5 cms), impreso por ambas caras.
- **PERIODICIDAD:** Mensual.



SECCIONES:

Editorial. Corresponde a un mensaje del Secretario General en donde comparte con los servidores civiles las últimas novedades en materia de logros de OSINFOR, decisiones de gran importancia, mensaje motivacional y/o información que requiera ser conocida por todos los empleados.

Esta sección será compartida con el Jefe (e) de la Oficina de Asesoría Jurídica y Jefe (e) de la Sub Oficina de Recursos Humanos.

Aprendiendo del sector forestal. Este espacio se utiliza para consignar lo nuevo que haya en legislación o decisiones del gobierno, respecto al sector forestal y de fauna silvestre y que afecte directamente la labor de OSINFOR. Será escrito por la persona responsable de elaborar el boletín, quien tendrá que indagar e investigar acerca de las últimas actualizaciones de la legislación pertinente.

Nuestra gente. Esta sección está dedicada a los servidores civiles; se hará una entrevista a un trabajador donde además de conocer aspectos de su trabajo como tiempo en la entidad, cargo que desempeña, experiencia laboral, etc, quedarán consignados datos de su vida personal, de su familia, entre otros. Lo que se pretende con esto es que las personas se sientan importantes dentro de la organización. Esta entrevista deberá incluir una foto. El criterio para elegir al personaje lo determina el Secretario General, pero

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

puede ser: el más antiguo, el de mayor edad, el que tenga anécdotas en su quehacer, etc.

Novedades. Este espacio estará reservado para registrar lo que ha pasado con el grupo de trabajo de OSINFOR; como ingresos, retiros, embarazos, matrimonios, etc. Es muy importante no solo consignar el nombre de quien se fue o llegó, sino agradecimientos por la labor o saludo de bienvenida, felicitaciones por la nueva etapa a emprender, etc, dependiendo del caso.

Actividad de importancia o cambios en el procedimiento. Sección dedicada a contar a todos los integrantes de OSINFOR una de las actividades de mayor relevancia que la entidad esté trabajando; será escrito por el líder del y registrará las acciones que se están ejecutando, cuales son las metas a alcanzar, cómo funciona y de qué manera puede toda la entidad participar de este proyecto, para alcanzar los objetivos propuestos.

Cumpleaños. Se registrarán los nombres y fechas de cumpleaños de quienes cumplan en el mes en que se entregue el boletín, siempre y cuando sea a principios del mes. Si se entrega a finales de mes, se registrarán las fechas de los que cumplen el mes siguiente con saludo de felicitación.



Comparte con tu familia. Este espacio incluirá alguna actividad que pueda ser realizada por grandes y por niños y que tenga que ver con el conocimiento de la entidad; Ej: sopa de letras con términos propios de OSINFOR, dibujo para colorear con imagen de elementos propios de la razón de ser de la institución. Se pretende no solo involucrar a la familia, sino lograr que los empleados lleven el boletín a sus casas para que lo conozca su familia y posicionar el boletín como una herramienta importante en la organización.

Evaluación y seguimiento: Partiendo de la premisa que todos los procesos de comunicación en las organizaciones funcionan de manera diferente y teniendo en cuenta que el objetivo principal de esta herramienta es tener un canal de comunicación formal, lo primero que deberá hacer quien se encargue del boletín es garantizar que cada persona lo reciba, esto es, confirmar la recepción del mismo por cada uno de los empleados, independientemente del medio de difusión que se elija.

Para determinar que los objetivos del boletín se cumplen, la reacción esperada es que los empleados empiecen a preguntar por el boletín: ¿cuándo vuelve a salir?; ¿Cuándo me entrevistan?, ¿Puedo escribir un artículo?, entre otras.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

b) Conversatorios

Consiste en la reunión de todos los trabajadores de OSINFOR, para conocer metas y logros alcanzados, nuevas políticas de la entidad y se deberá convertir en el espacio propicio para que la comunicación ascendente, descendente y horizontal fluya de manera adecuada, permitiendo a todos los asistentes expresar sus opiniones y sugerencias para la mejora continua de las actividades del OSINFOR.

Responsable: El responsable será el Secretario General o la persona a quien se le delegue, quien designará a una persona que se encargará de la logística del conversatorio.

Periodicidad: La determina el Director de Línea o Jefe de Oficina, pero no deberá superar los 3 meses, para no perder la continuidad y seguir alineando a los empleados en la consecución de objetivos y el conocimiento de los procesos.

Duración: El conversatorio debe durar mínimo 3 horas, para que se pueda desarrollar el programa completo.

Metodología: La persona encargada de la logística del evento deberá tener en cuenta:

- Elegir un sitio, cómodo, ventilado y con capacidad para que todos los servidores civiles de OSINFOR puedan estar cómodamente sentados.
- Contar con las ayudas audiovisuales necesarias para el desarrollo del evento (computador, video, DVD, equipo de sonido), entre otros.
- Contratar refrigerio para los asistentes con el ánimo de que se sientan cómodos e importantes en la reunión.
- Establecer una programación, teniendo en cuenta los siguientes puntos:
 - Apertura y bienvenida por parte del Secretario General o la persona a quien se le delegue.
 - Presentación de cada área para compartir los logros y/o actividades desarrollados durante el trimestre.
 - Espacio para comentarios, sugerencias e inquietudes por parte de los trabajadores, liderado por el Director de Línea o Jefe de Oficina.
 - Actividad de motivación y alineación con los objetivos del OSINFOR (película, conferencia, charla, etc).
 - Conclusiones y cierre por parte del Secretario General o la persona a quien se le delegue.

Evaluación y seguimiento: Los conversatorios deberán tener una adecuada preparación en la cual deben estar claros los objetivos que se pretende alcanzar en cada sesión. Al final de la misma, el equipo directivo evaluará el cumplimiento de los objetivos señalados. Así mismo, se diseñará una Encuesta de seguimiento



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

para ser diligenciada de manera anónima por los asistentes para determinar la satisfacción de los funcionarios con la información recibida y con la dinámica del conversatorio.

c) Periódico mural

Espacio en el primer piso de la sede central de OSINFOR estratégicamente ubicado para ser leídos, en los que la Direcciones u Oficinas del OSINFOR, según corresponda en forma mensual coloca escritos, cuadros, gráficos y fotografías, entre otros, en lugares de fácil visualización y lectura de información rápida dirigida a todos los empleados de la entidad. Requiere una supervisión ya que por sus características, la información se desactualiza. Su diseño debe ser ágil y llamativo.

Responsable: Directores de Línea o Jefes de Oficina

Secciones: Teniendo en cuenta que el espacio es reducido, se trabajarán máximo 6 secciones (Hay que tener en cuenta que esta cartelera es de uso exclusivo de los empleados de la organización):



- EDITORIAL
- CUMPLEAÑOS
- ACTUALIDAD INTERNA
- PARA REFLEXIONAR (frases cortas que inviten a pensar)
- INFORMACIÓN NACIONAL RELACIONADA CON EL SECTOR
- HUMOR FORESTAL Y DE FAUNA SILVESTRE

Evaluación y seguimiento: En los Conversatorios, los Directores o Jefes de Oficina podrán evaluar la efectividad de los anuncios publicados, haciendo referencia a los temas e indagando sobre la percepción de los empleados.

d) Tomando café con el Presidente Ejecutivo y/o Secretario General

Definición: Se refiere a reuniones individuales entre el Presidente Ejecutivo y/o Secretario General con cualquier servidor civil de mandos medios, para discutir asuntos propios de la entidad. Estas reuniones son muy eficaces para mejorar la comunicación interna porque permiten personalizar la información a transmitir, filtrar la información, flexibilizar la comunicación, escuchar directamente al interlocutor, conocer sus opiniones y sugerencias y hablar con mayor libertad sobre el impacto de la información, entre otros beneficios.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Responsable: La persona designada por el Secretario General, se encargará de apartar las citas a cada servidor de acuerdo a la disponibilidad del Presidente o Secretario General.

Duración: Las reuniones deberán ser de un máximo de 30 minutos, esto con el fin de que quien solicita la reunión lleve sus temas previamente organizados, para lograr dinamismo y efectividad en la reunión.

Al implementar esta estrategia puede suceder que las personas no se sientan con la tranquilidad de pedir una reunión con el Presidente o Secretario General; por ello, es importante que el Presidente o Secretario General tome la iniciativa y cite a empleados de distintos niveles y cargos para ir adoptando la cultura de las reuniones individuales, dentro de la organización.

Evaluación y seguimiento: Aunque los resultados no se perciben en el corto plazo, es importante observar y analizar los cambios que tengan los empleados después de un tiempo (mínimo 3 meses) de implementar la estrategia. Entre los cambios positivos está que deseen participar activamente del boletín interno, realizar propuestas concretas y de mejoramiento en los procesos de la organización, mostrar mayor sentido de pertenencia, etc.

Esta estrategia trae beneficios tanto para la Comunicación Descendente, Ascendente y Horizontal y se utilizan especialmente para dar información desde la alta dirección a sus subalternos, este espacio permite la comunicación en todas las direcciones.



e) Buzón de sugerencias

Espacio ubicado en uno o varios sitios de la institución para que los empleados depositen allí sus sugerencias, inquietudes o comentarios a los directivos de la organización. Su efectividad depende de la cultura de la organización y del grado de compromiso que los empleados tengan con esta. Sin embargo al igual que todas las estrategias desarrolladas en comunicación, trae múltiples beneficios: Estimula el compromiso de sus empleados al sentir que sus sugerencias son atendidas y escuchadas ya que son ellos quienes viven el día a día en cada proceso y conocen a fondo el desarrollo de la organización y la manera de mejorar los procedimientos.

f) Charlas o eventos internos

Constituyen todas las reuniones comunicativas e informativas al interior del OSINFOR y que permiten hacer partícipes a todos los miembros de la entidad de lo que esta hace, motivándolos a colaborar, a sugerir, a comentar; de esta manera, el intercambio de información se vuelve bidireccional, adoptando así un verdadero carácter comunicativo.

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

g) Intranet

Permite compartir recursos entre los miembros del OSINFOR. La Intranet pone a disposición toda la información relevante las 24 horas del día, los 365 días del año, trabajando en la oficina, estando de viaje o desde la casa haciendo trabajo remoto. Todo bajo un esquema de seguridad y control de acceso que asegura que cada persona puede ver únicamente lo que le corresponde.

h) Correo institucional (Notas de prensa interna).

Se refiere a las notas de prensa interna que serán enviadas regularmente con motivo de celebraciones, charlas, eventos y otras reuniones llevadas a cabo dentro del OSINFOR, de modo que todos los integrantes de la organización puedan conocer detalladamente cada acción interna.

El presente Plan ha elaborado un modelo de Nota de prensa. Ver Anexo 03.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

VI. METAS E INDICADORES

Las **metas** para medir el avance del Plan de comunicación son las siguientes:

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
OEE 1	Titulares de títulos habilitantes	✓ Número de talleres de capacitación y/o difusión realizados	✓ 71	✓ 50	✓ 65	✓ 70
		✓ Materiales gráficos (trípticos, afiches) elaborados y difundidos.	✓ 6	✓ 8	✓ 10	✓ 12
		✓ Número de descargas de reportes del sistema de información SIGOsf.	✓ 0	✓ 26000	✓ 28000	✓ 30000
		✓ Número de descargas de reportes los Sistemas de información SISFOR.	✓ 0	✓ 11000	✓ 12000	✓ 13000
Presupuesto			s/.15,000.00	s/.15,000.00	s/.20,000.00	s/.30,000.00



		PERÚ	Presidencia del Consejo de Ministros	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR	PL/PE/SG/
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva			Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General			Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
OEE 2	Otros actores del sector forestal	✓ Número de Talleres de difusión	✓ 8	✓ 4	✓ 6	✓ 8
		✓ Número de Publicaciones difundidas	✓ 2	✓ 1	✓ 2	✓ 2
		✓ Número de Directorio de correos	✓ 0	✓ 0	✓ 1	✓ 1
		✓ Número de visitas a los Sistemas de información	✓ 8578	✓ 20979	✓ 40000	✓ 70000
		✓ Número de Videos institucionales	✓ 9	✓ 12	✓ 12	✓ 12
Presupuesto			s/.25,000.00	S/.20,000	s/.20,000.00	s/.30,000.00



		PERÚ	Presidencia del Consejo de Ministros	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR	PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR						
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
OEE 3	Población en general	✓ Número de spots de radio y televisión	✓ 3	✓ 0	✓ 5	✓ 10
		✓ Número de seguidores en redes sociales	✓ 1300	✓ 11800	✓ 20000	✓ 50000
		✓ Número de ferias, caravanas y otros	✓ 0	✓ 0	✓ 5	✓ 10
		✓ Número de publicaciones en prensa local	✓ 3	✓ 5	✓ 8	✓ 15
		✓ Número de Spot de radio transmitidos	✓ 0	✓ 0	✓ 2	✓ 4
		✓ Número de visitas a la página web	✓ 79,231	✓ 220,590	✓ 300 000	✓ 450 000
		✓ Número de videos institucionales, difundidos	✓ 9	✓ 12	✓ 12	✓ 12



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
Presupuesto			s/.30,000.00	s/.30,000.00	s/.50,000.00	s/.50,000.00

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
OEE 4	Personal del OSINFOR	✓ Número de Boletines informativos	✓ 12	✓ 12	✓ 12	✓ 12
		✓ Número de Conversatorios	✓ 0	✓ 0	✓ 4	✓ 8
		✓ Número de Periódicos murales	✓ 12	✓ 12	✓ 12	✓ 12
		✓ Número de Tomando café con el Presidente Ejecutivo y/o Secretario General	✓ 0	✓ 0	✓ 5	✓ 9



 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros	Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR	PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva			Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General			Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

OEE	Público objetivo	Indicadores	2015	2016*	2017	2018
		✓ Número de eventos internos por fechas especiales.	✓ 6	✓ 7	✓ 6	✓ 6
		✓ Número de ingresos a Intranet	✓ 111	✓ 97	✓ 200	✓ 250
		✓ Número de correo institucionales (Notas de prensa interna)	✓ 0	✓ 0	✓ 40	✓ 50
Presupuesto			s/.30,000.00	s/.30,000.00	s/.50,000.00	s/.50,000.00

*Datos a octubre del 2016



		PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR									
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:		13 DIC. 2016	
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:		14 DIC. 2016	

El presupuesto correspondiente a la Gestión de Comunicaciones para los próximos 3 años es el siguiente:

Presupuesto del Plan de Comunicaciones 2016 -2018	
Año	Monto S/
2017	140,000.00
2018	160,000.00

Para medir el **resultado** de la gestión se medirá el impacto del Plan de comunicación a través de los siguientes indicadores:

1. Porcentaje del grado de conocimiento de la institución por parte de los actores involucrados;
2. Porcentaje del nivel de aceptación de los actores involucrados;
3. Porcentaje del nivel de conocimiento y confianza de los administrados hacia el OSINFOR;
4. Porcentaje del nivel de conocimiento de actores involucrados del OSINFOR.



Para el **control y seguimiento** al presente Plan, de manera trimestral el equipo de comunicaciones, confirmado por un especialista en comunicación y el diseñador gráfico / diagramador de la entidad a través de la Secretaría General, los cuales elaborarán un informe de avances, que se remitirá a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto en el marco de la evaluación del POI respectivo (informe de gestión institucional trimestral).

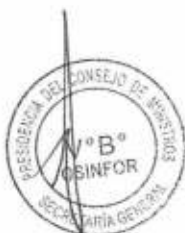
Para tal fin, las **funciones del equipo de comunicaciones** para el logro de los objetivos del plan, son las siguientes:

- ✓ Coordinar la formulación, validación y evaluación del Plan de Comunicaciones, y gestionar su implementación en complemento al Plan de Desarrollo de Capacidades, Plan de Estrategia Publicitaria y otros que correspondan.

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

- ✓ Diseñar, elaborar, coordinar la validación y difundir instrumentos de gestión complementarios, orientados a nivel externo e interno.
- ✓ Diseñar, elaborar, coordinar la validación y difundir materiales de comunicación de la entidad, orientados a nivel externo e interno.
- ✓ Mantener una estrecha relación con los medios de comunicación públicos y privados de interés.
- ✓ Administrar las cuentas de redes sociales y la sección correspondiente de la página web de la Institución (eventos, notas periodísticas, otros).
- ✓ Coordinar, según corresponda, el presupuesto de la entidad para implementar acciones en el marco del Plan de Comunicaciones.
- ✓ Diagramar los documentos o materiales físicos o virtuales de la entidad antes de su difusión, verificando que guarde conformidad con los instrumentos de gestión definidos.

Para una mejor implementación de dichas funciones, se adjunta como anexo al presente plan, los **procedimientos en materia de gestión de imagen y comunicaciones**.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

VII. ANEXOS

- 7.1. **Anexo 01:** Lineamientos para la atención de denuncias ciudadanas y quejas Administrativas
- 7.2. **Anexo 02:** Estrategia para redes sociales del OSINFOR
- 7.3. **Anexo 03:** Modelo de nota de prensa



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

7.1. ANEXO 01: LINEAMIENTOS PARA LA ATENCIÓN DE DENUNCIAS CIUDADANAS Y QUEJAS ADMINISTRATIVAS

Anexo 01

Lineamientos para la atención de denuncias ciudadanas y quejas administrativas

A) Procedimiento para el trámite de denuncias ciudadanas

Para el caso de la denuncia de competencia de la Contraloría General de la República y del Órgano de Control Institucional del OSINFOR

La Sub Oficina de Administración Documentaria y Archivo asume las siguientes funciones:

1. Identifica si el ciudadano desea presentar una denuncia, que puede ser:

Presencial	No presencial
Cuando el denunciante presenta la denuncia en las instalaciones de OSINFOR, ya sea en la sede central o en los órganos desconcentrados a nivel nacional.	Cuando el denunciante lo presenta a través de correo postal, o del Portal Web de OSINFOR mediante "Formulario web para presentar una denuncia".



Para tal fin, en el caso de los presenciales, se proporcionará copia de la Directiva N° 011-2015-CG/GPROD "Servicio de Atención de Denuncias" aprobada por Resolución de Contraloría N° 268-2015-CG de fecha 04 de setiembre del 2015, y el Formulario para presentar una denuncia, Anexo N° 02 de dicha Directiva.

2. Luego, la misma unidad orgánica se contacta con el OCI del OSINFOR, para la atención del denunciante y se coordina con el personal de seguridad, a fin de brindar las facilidades para el ingreso del denunciante a las instalaciones del OCI, velando por la reserva de la identidad del denunciante, de acuerdo a lo dispuesto por el numeral 7.3 "Medidas de Protección y beneficios al denunciante en el marco de la Ley N° 29542" de la Directiva N° 011-2015-CG/GPROD.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

- La atención de la denuncia por parte del Órgano de Control Institucional – OCI OSINFOR se ciñe a los procedimientos y plazos establecidos en la normativa de la materia.

Para el caso de la denuncia de competencia de la Secretaría Técnica de los Órganos Instructores del Procedimiento Administrativo Disciplinario del OSINFOR

En este caso, la Sub Oficina de Administración Documentaria y Archivo recibe la denuncia y la deriva en el mismo día a la Secretaría Técnica de los Órganos Instructores del Procedimiento Administrativo Disciplinario del OSINFOR, usando el Anexo A "Formato de denuncia" de la Directiva N° 02-2015/SERVIR-GPGSC. La denuncia también puede presentarse directamente a dicha Secretaría Técnica.

Se trata de denuncias por la presunta comisión de las faltas administrativas de carácter disciplinario previstas en la Ley N° 30057, Ley del Servicio Civil y su Reglamento General —aprobada por Decreto Supremo N° 040-2014-PCM, la cual, incluye aquellas faltas previstas en la Ley N° 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General y en la Ley N° 27815, Ley del Código de Ética de la Función Pública.



La atención de la denuncia se realiza siguiendo el procedimiento establecido en la Ley N° 30057, su Reglamento General y la Directiva N° 02-2015/SERVIR-GPGSC, aprobada por Resolución Ejecutiva N° 101-2015-SERVIR-PE, "Régimen Disciplinario y Procedimiento Sancionador de la Ley N° 3007, Ley del Servicio Civil".

La Sub Oficina de Trámite Documentario y Archivo deberá, dentro de un plazo no mayor de treinta (30) días hábiles computados desde el día siguiente de recibida la denuncia, remitir una respuesta al ciudadano en la que se detalle el estado situacional del trámite de su denuncia.

B) Procedimiento para la atención de quejas administrativas

El personal de Trámite Documentario y Archivo asume las siguientes funciones, dentro del marco de lo dispuesto en el Art. 158 de la Ley de Procedimiento Administrativo General:

- Recibe el documento entregado por el interesado y verifica si la queja ha sido formulada contra algún funcionario o servidor de OSINFOR.
- Si la persona quejada no es funcionario o servidor de OSINFOR, informa de este hecho al interesado, consultándole si aún desea presentar el documento. En este caso, recibe los documentos que serán derivados a la Unidad Orgánica, según corresponda, para su atención.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

3. Presentado el documento, revisa si en él se consignan los siguientes requisitos:
 - a) Nombres y Apellidos completos, domicilio real y número de Documento Nacional de Identidad o carné de extranjería del interesado y, en su caso, la calidad de representante y de la persona a quien represente.
 - b) Los fundamentos de hecho que apoyan la queja.
 - c) El supuesto deber infringido y la norma que lo exige.
 - d) Indicación del área o autoridad a la cual es dirigida la queja, que es el superior jerárquico inmediato del funcionario o servidor quejado.
 - e) La dirección del lugar donde se desea recibir las notificaciones del procedimiento, cuando sea diferente al domicilio real.
 - f) La relación de documentos y anexos que acompaña.
4. Acepta el documento entregado por el interesado, aun si no cumple los requisitos descritos en el numeral anterior, o no esté acompañado de los recaudos correspondientes o se encuentre afectado por otro defecto u omisión formal prevista en el TUPA de OSINFOR, que amerite corrección.

En estos casos, en un solo acto y por única vez, el personal de Trámite Documentario y Archivo, realiza las observaciones por incumplimiento de requisitos que no puedan ser salvadas de oficio, invitando al interesado a subsanarlas dentro de un plazo máximo de dos (2) días hábiles. Las observaciones deben anotarse bajo firma del receptor en el documento presentado y en la copia que conservará el interesado, con las alegaciones respectivas si las hubiere, indicando que, si así no lo hiciera dentro del plazo otorgado, se tendrá por no admitida la queja.



5. Admitida la queja, ingresa y registra los datos del documento en el Sistema de Información de Trámite Documentario del OSINFOR – SITD - (datos personales del remitente, el asunto, la sumilla de lo que trata el documento, entre otros datos), el SITD asigna de manera automática asignándole un número de registro al trámite.
6. Deriva la queja al superior jerárquico inmediato del funcionario o servidor quejado el mismo día en que es presentada.

El superior jerárquico del funcionario quejado asume las siguientes funciones:

Recibe la queja derivada por Trámite Documentario y Archivo, analiza su contenido y, a más tardar al día siguiente de haberla recibido, corre traslado de la misma al funcionario o servidor quejado para que informe sobre el supuesto deber infringido. El quejado debe presentar el informe a más tardar a los dos días calendario de haber sido solicitado, como plazo máximo.

En un plazo máximo de un (1) día, evalúa el contenido del informe del funcionario o servidor quejado –conjuntamente- con la queja y emite la Resolución correspondiente, declarando fundada o infundada la queja. La

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

notificación de la resolución de la queja deberá practicarse a más tardar dentro del plazo de cinco (5) días.

En caso de declararse fundada la queja, dicta las medidas correctivas pertinentes respecto del procedimiento, disponiendo además en la misma resolución el inicio de las actuaciones necesarias para sancionar al responsable de los defectos incurridos en el procedimiento.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Anexo 2 de la Directiva N° 011-2015-CG/GPROD

Formulario para presentar una denuncia

TIPO DE DENUNCIA	
¿Ud. Presenta una denuncia anónima?	
SI ☐ (Si marcó esta opción complete las secciones II y III)	NO ☐ (Si marcó esta opción complete todo el formulario)
MEDIDAS DE PROTECCION Y BENEFICIOS	
¿Ud. Desea acogerse a la ley de protección al denunciante en el ámbito administrativo y de colaboración eficaz en el ámbito penal - PENAL - LEY N° 29542?	
SI ☐ (Si elige esta opción, su denuncia debe cumplir con los requisitos establecidos en el artículo 7° de la Ley N° 29542 y en el artículo 6° de su Reglamento, y proporcionar obligatoriamente la información marcada con (*) en el presente formulario, y adjuntar el formato de compromiso.	NO ☐ (Si elige esta opción, su denuncia se atenderá en el marco del artículo 6° y el literal n) del artículo 22° de la Ley N° 27785)
REQUISITOS DE LA LEY N° 29542	
Los hechos comprendidos en una denuncia, deben cumplir con los siguientes requisitos:	
Artículo 7° de la Ley N° 29542	
a) Que estén referidas a acciones u omisiones que revelen hechos arbitrarios o ilegales. b) Que se formulen por escrito y estén debidamente sustentadas. c) Que incluyan la identificación o individualización de los autores y, si fuera el caso, de quienes participen en los hechos denunciados. d) Que los hechos denunciados no sean materia de proceso judicial o administrativo en trámite, tampoco que versen sobre hechos que fueron objeto de sentencia judicial consentida ejecutoriada e) Que contenga la suscripción del compromiso del denunciante a brindar información cuando lo solicite la autoridad competente. Ante la negativa, renuncia o desistimiento del mismo, la investigación es promovida por la autoridad competente.	
Artículo 6° del Reglamento de la Ley N° 29542	
a) Nombres y apellidos completos, domicilio y, de ser el caso, número telefónico y correo electrónico del denunciante, acompañándose copia del respectivo documento de identidad. La denuncia no debe tener origen anónimo. b) Los actos materia de denuncia deben ser expuestos en forma detallada y coherente, incluyendo identificación de partícipes en hechos denunciados, la información o adjuntando la documentación u otros elementos de prueba que permitan su evaluación y, en c) Las pruebas pertinentes se adjuntan en copia simple; o se indicará la correspondiente evidencia y sus características o lugar de ubicación para acceder a ella d) El compromiso del denunciante para permanecer a disposición de la Contraloría General de la República, a fin de brindar las aclaraciones o mayor información disponible a que hubiere lugar e) Lugar y fecha f) Firma y huella digital	





PERÚ

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

PL/PE/SG/

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL
OSINFOR

Aprobado por:

Presidencia Ejecutiva

Fecha de
Aprobación:

13 DIC. 2016

Propuesto por:

Secretaría General

Fecha de
Publicación:

14 DIC. 2016

SECCIÓN I: DATOS PERSONALES DEL DENUNCIANTE

Tipo de documento: (*)

N° de Documento: (*)

Apellido paterno: (*)

Apellido materno: (*)

Nombres: (*)

En caso de Persona Jurídica:

Razón Social: (*)

N° de RUC: (*)

¿Cuál es el medio por el que solicita recibir notificaciones?. Marque solo una opción (*)

a) Notificación domiciliaria

☐

(Si eligió esta opción indique los datos del domicilio donde será notificado)

Dirección: (Avenida, calle, jirón, N° y urbanización)

Distrito:

Provincia:

Departamento:

País:

Referencia para la ubicación del domicilio:

b) Notificación electrónica

☐

(Si eligió esta opción indique la dirección electrónica en la cual será notificado)

Dirección de correo electrónico:

N° de teléfono (celular o fijo):

¿Ud. trabaja en la entidad pública denunciada? (*)

SI ☐NO ☐

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva		Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:		Secretaría General		Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

SECCIÓN II: INFORMACIÓN DE LA DENUNCIA			
Nombre completo de la entidad pública donde ocurrió el hecho que denuncia (*):			
Ubicación de la entidad pública donde ocurrió el hecho que denuncia (*):			
Distrito:	Provincia:	Departamento:	
Fecha aproximada cuando ocurrió el hecho que denuncia (*):			
Desde (dd/mm/año)			Hasta (dd/mm/año)
Descripción del (los) hecho(s) denunciado(s) (*):			
El hecho debe corresponder a lo especificado en los Numerales 6.1 y 7.2 de la Directiva del Servicio de Atención de Denuncias.			
<i>Los hechos deben estar expuestos en forma precisa, ordenada y coherente adjuntándose o indicándose la información o documentación necesaria que permita su evaluación, y responder a las preguntas qué, cómo, dónde y cuándo sucedieron los hechos.</i>			





PERÚ

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

PL/PE/SG/

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL
OSINFOR

Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Funcionarios involucrados en el hecho denunciado (*):
(Indicar los datos que conoce)

Nombres y apellidos

Cargo

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

¿Ud. cuenta con documentos que sustentan la denuncia?

SI

☐

(Si marcó esta opción, adjunte la documentación al formulario)

NO

☐

SECCIÓN III: INFORMACIÓN ADICIONAL

¿Ud. presentó la denuncia ante otra entidad?

SI

☐

(Si marcó esta opción, indique el nombre, fecha, estado del trámite y N° del documento generado por la entidad.)

NO

☐

Nombre de la entidad que recibió su denuncia:

Fecha de presentación de la denuncia (dd/mm/aa):

N° de documento generado por la entidad:

Estado del trámite de la denuncia:

SECCIÓN IV: DECLARACIÓN JURADA

(No aplica para denuncias anónimas)

Declaro bajo juramento que estoy proporcionando a la Contraloría General de la República la documentación que tengo a mi disposición y que la misma se ajusta a la verdad, cuya autenticidad puede ser verificada por la Contraloría General de la República conforme a sus atribuciones legales. Asimismo, declaro tener conocimiento pleno, que la administración de mis datos personales serán tratados por la Contraloría la General de la República con la finalidad de atender la denuncia presentada, dentro del marco normativo de la Ley N° 27785, Ley Orgánica del Sistema Nacional de Control y de la Contraloría General de la República, Ley N° 27806, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

Firma del ciudadano que presenta la denuncia o del representante
Legal en caso de Persona Jurídica denunciante

Huella digital

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Anexo A de la Directiva N° 02-2015/SERVIR-GPGSC

Formato de denuncia

ANEXO A FORMATO DE DENUNCIA

Ciudad de, a los días del mes de

Yo, identificado con
(nombre completo y apellidos, en caso de ser persona natural y nombre de la empresa y de su representante, en caso de ser persona jurídica)

y domicilio en me presento ante usted,
con la finalidad de dejar constancia de una denuncia contra el servidor(es)
..... de vuestra entidad, conforme a los hechos que a continuación
expongo:

.....
.....
.....
(Se debe realizar una exposición clara de la relación de los hechos, las circunstancias de tiempo, lugar y modo que permitan su constatación, la indicación de sus presuntos autores y partícipes y el aporte de la evidencia o su descripción, así como cualquier otro elemento que permita su comprobación)

Adjunto como medios probatorios copia simple de lo siguiente:

1.
2.
3.

EN CASO NO SE CUENTE CON LA PRUEBA FÍSICA, declaro bajo juramento que la autoridad la tiene en su poder.

EN CASO NO SE TRATE DE UNA PRUEBA DOCUMENTAL, adjunto como prueba
.....

.....
(Nombre y firma del denunciante)

(Se debe adjuntar copia simple del documento de identidad: D.N.I., Carné de Extranjería o Pasaporte y vigencia de poder, de ser el caso, de la persona natural o representante de la empresa).

Nota: El denunciante puede solicitar una copia de la denuncia que presenta, la misma que se le debe otorgar sin costo adicional.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

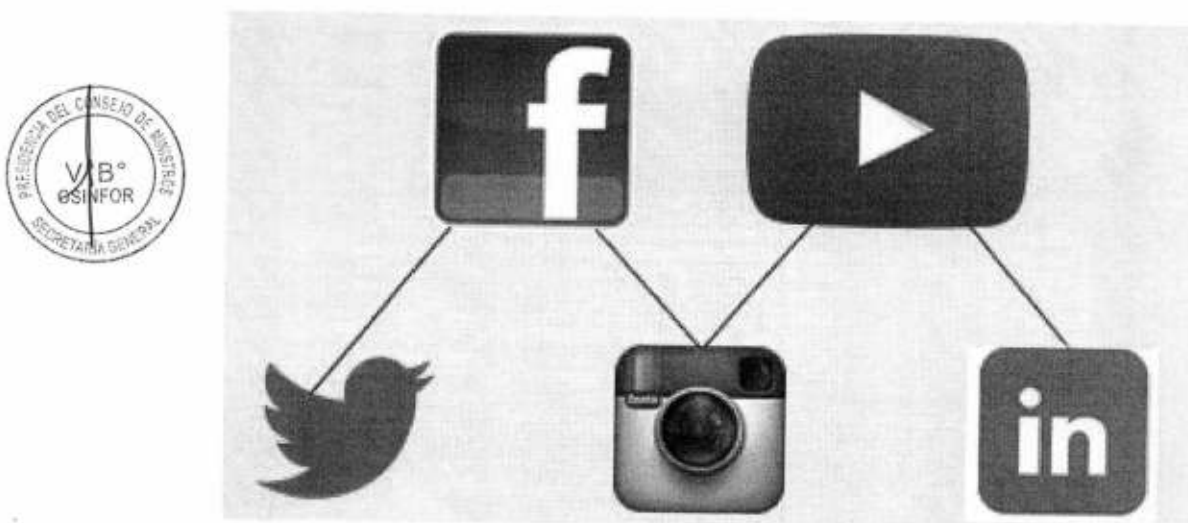
7.2. ANEXO 02: ESTRATEGIA PARA REDES SOCIALES DEL OSINFOR

Anexo 02



Jerarquía de Redes

Los principales “motores de contenidos” serán Facebook y YouTube ya que son dos redes sociales con formatos de publicación distintos y son las más seguidas por el público en general, cada una en su clasificación. Twitter funcionará como “espejo” de lo que se publique en Facebook al igual que LinkedIn cuyo público objetivo son profesionales. Instagram, por su parte, será espejo de ambos motores, dándole prioridad a las imágenes destacadas. Todas las redes mencionadas y su correcto forman parte de la estrategia digital cuyo principal objetivo es hacer reconocida la labor del OSINFOR.



Facebook:

Frecuencia y horarios de publicación

Existen horarios de publicación que, en teoría, hacen que una publicación tenga más alcance por la cantidad de usuarios conectados.

 PERÚ		Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR							
Aprobado por:		Presidencia Ejecutiva				Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2015
Propuesto por:		Secretaría General				Fecha de Publicación:	14 DIC. 2015

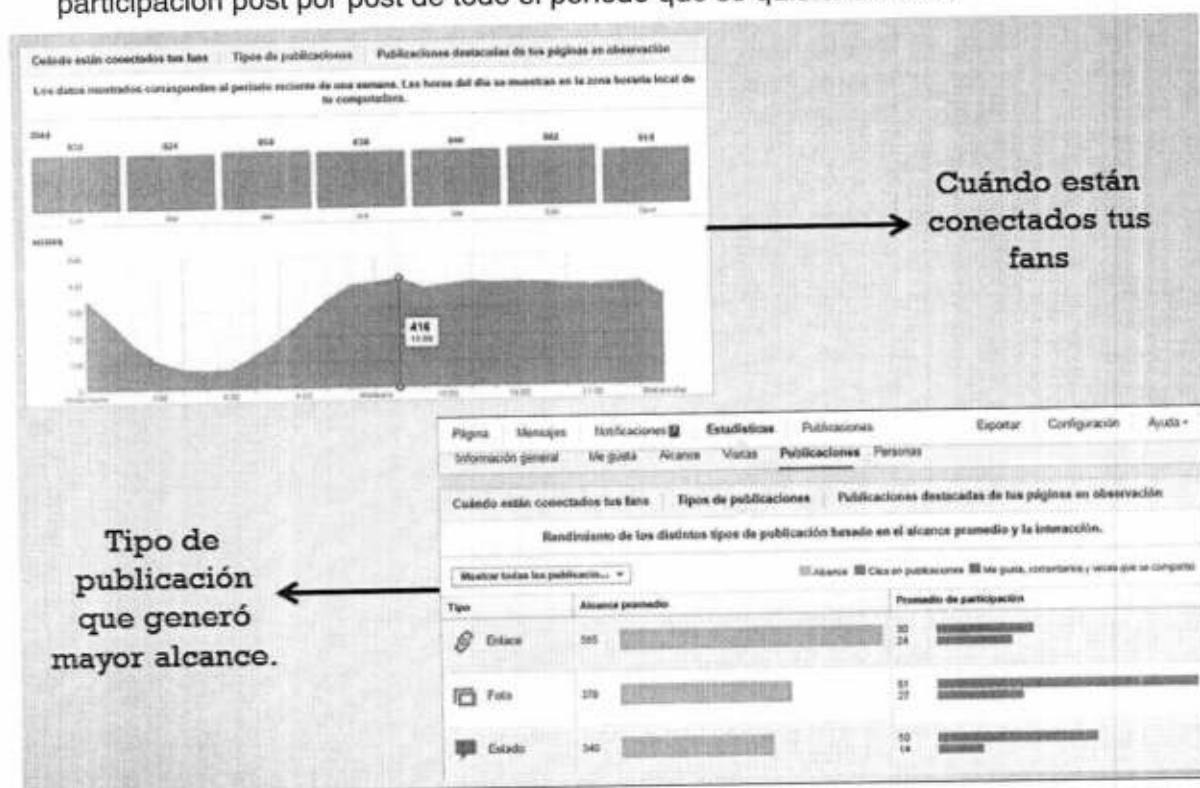
La frecuencia de publicación que se suele utilizar en facebook es de 2 a 3 "posts" diarios de lunes a viernes, uno el sábado y otro el domingo. Esto puede variar dependiendo del tema y de la cantidad de información que se dispone para generar el contenido.

Sin embargo, los horarios y frecuencia de publicación suelen diferir bastante por varios factores: tema, coyuntura, marca, campaña, etc.

Por ello es muy importante ir monitoreando el alcance que tienen nuestras publicaciones, ir probando horarios y frecuencias de posteo y así ir definiendo cual es el tramo horario en el que nuestras publicaciones tienen más alcance y en qué día de la semana, además si es que nos conviene publicar dos veces al día, tres, una, o inclusive interdiario.

Para medir el "éxito" de nuestros horarios y frecuencias y así ir definiéndolas, la misma plataforma de páginas en facebook nos brinda estadísticas bastante útiles.

En: estadísticas – publicaciones, se encuentran las estadísticas que revelan en qué momento del día está conectada la mayor cantidad de fans, además del tipo de publicación que tuvo mayor alcance (foto, estado, enlace) y también la especificación de alcance y participación post por post de todo el período que se quiera analizar.



 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Formato de publicación:

Las publicaciones pueden contar con un texto, una imagen, un link, un video, entre varias otras cosas más. Por lo general, se usan varios de estos tipos de publicación en un solo post, haciéndolo más atractivo.

Un texto pequeño, de no más de tres líneas, en este caso una pregunta que llama a la interacción con su comunidad (comentarios) / una gráfica limpia sin demasiados elementos / logo en gráfica / texto en gráfica no muy extenso, que no quite protagonismo a la imagen.

Organización de contenidos



Si se quiere cumplir con un número de publicaciones a la semana o a la quincena, es de mucha utilidad tener un formato en donde se puedan diseñar todos los contenidos y pasarlos así de área a área, para corregirlos y/o dar a entender la idea gráfica a quien la vaya a armar. Así, ir adelantando los contenidos para las siguientes semanas. Este formato se llama "**Matriz de Contenidos**".

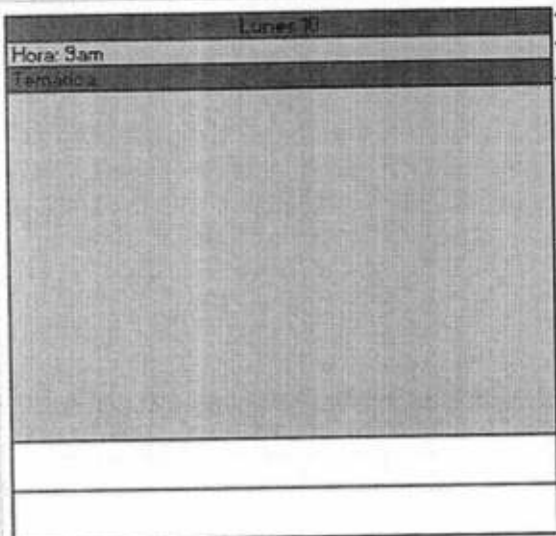
Matriz 1
Hora: 9am Temática:

Matriz 2
Hora: Temática:

Matriz 3
Hora: Temática:

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Encontraremos los siguientes cuadros



→ **Fecha**

→ **Hora**

→ **Tema de la publicación (video, foto, enlace/Coyuntura - Actividades de OSINFOR - Especies protegidas)**

→ **Acá va toda la idea del post, desde la redacción de la cabecera, hasta la idea gráfica o foto que acompañaría el texto. Toda la confección de la publicación se desarrolla en este cuadro.**

→ **En estos cuadros se pueden hacer las correcciones, citar fuentes, especificar los enlaces que se usarán, etc.**



Si vamos a soltar un video, por ejemplo de "La Mochila Forestal", esta matriz de contenidos nos podría ayudar para organizar la información que soltaremos los días previos a la publicación del video.

Procuremos no repetir el mismo tipo de publicación muy a menudo, es decir, si publicamos un video, la siguiente publicación deberá ser una foto, un enlace, una noticia de interés o una infografía con datos estadísticos llamativos, etc.

YouTube:

Si bien Facebook también permite subir videos, lo mejor es hacerlo desde youtube para darle más protagonismo a nuestro canal en esta red social con respecto a estos videos, además que es una plataforma mucho mejor adecuada en este aspecto.

Facebook actuará como espejo en caso de la publicación de los videos. Es decir, no se subirá el mismo video que subimos a nuestro canal de youtube, lo que haremos en nuestra página de facebook es compartir el enlace de nuestro video en youtube acompañado de una redacción no muy extensa.

La frecuencia de publicación en youtube no será la misma que en Facebook ya que la elaboración de contenidos para esta red social lleva mucho más tiempo, por obvias razones. No se contará con una frecuencia definida, mas sí con un horario, que en primera instancia será igual que en facebook, luego se evaluará si es conveniente cambiar los horarios.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

También podemos invitar a los usuarios en nuestras diferentes redes sociales para que conozcan nuestro canal de youtube, puede ser una excusa para generar un contenido, aunque no se debe hacer muy seguido para no saturar a los usuarios con un mismo tipo de publicación.

Twitter:

La principal función de Twitter será la de ser “espejo” para lo que se publique en nuestros motores de contenidos. Se redactará una pequeña descripción de lo que queremos rebotar y se compartirá el enlace de la publicación que estamos lanzando; como twitter solo permite 140 caracteres por tweet, <http://bitly.com/> será de mucha ayuda.

En twitter es donde principalmente se utilizan los Hashtags, en todo caso ahí fue donde nacieron, por esto podemos inventar los HT's que creamos convenientes en esta red social; estos no deben ser muy largos para que así se puedan apreciar con facilidad, por ejemplo: #ManejoForestal #Supervisión #FaunaSilvestre; que no pasen de 3 o 4 palabras máximo por cada HT.

Los HT, se pueden usar en Twitter, Facebook e Instagram. No se suelen usar mucho en Vimeo ni YouTube.

En twitter también encontraremos a muchos líderes de opinión que podemos involucrar a nuestro favor, desde pedirles ReTwitts (RT), hasta plantearles preguntas que inciten al debate. Esto con el fin de lograr un mayor alcance.

Linkedin:

LinkedIn es una herramienta potente para cualquier tipo de organización, ya que funciona también como una red de contactos lo que la convierte en una agenda de contactos incomparable a cualquier agenda tradicional: una vez que te conectas con alguien vas a tener a tu disposición toda su información profesional, proporcionándote así configuraciones con la que puedes hacer networking activo buscando empresas y gente con la que te interesa relacionarte.

Esta red social es ideal para llegar a público profesional, ya sea para promocionar talleres, eventos, actividades así como también dar a conocer las labores del OSINFOR.

Instagram:

Instagram se usará para rebotar lo publicado en Facebook (en caso de que la publicación lleve una foto o gráfica) y YouTube. Además de alguna actividad que podamos estar realizando y queramos compartir un contenido en vivo, de algo que está pasando en ese momento.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

Con respecto a los videos, Instagram solo te permite subir videos de 1 minuto aproximadamente, por lo que el espejo de YouTube se tratará de un extracto del video publicado.

Ejes temáticos para redes sociales del OSINFOR

- **Actividades del OSINFOR:**

El fuerte y/o básico de nuestro contenido en redes, se basará en los trabajos que realicemos y que queramos dar a conocer, como lo hemos venido haciendo últimamente.



Este eje temático también puede variar un poco en el sentido de darle un lado más humano al contenido, que no sea tan informativo al nivel de solo mostrar lo que hacemos, sino quienes están detrás de nuestro trabajo.

- **Información de interés:**

También publicaremos contenido de interés de nuestros fans, no necesariamente producido por Minkaprod pero que sí tenga que ver con realización audiovisual y que nos llame la atención. También podemos compartir noticias que se relacionen con los temas que solemos trabajar, como cambio climático, pasivos ambientales, minería, cultura, etc; además de anunciar posibles exposiciones, eventos que nos interese dar a conocer.

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR			
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva	Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General	Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016



Osinfor
18 de agosto · 🌐

Informe del Gobierno de EE.UU. confirma importación de madera ilegal del Perú, en base a resultados de verificación reportada con información de supervisión y fiscalización del Osinfor.

U.S. Timber Committee Reacts to Peru's Timber Verification | United States Trade Representative
Washington, D.C. - Today, the Office of the United States Trade Representative, on behalf of the United States Timber Committee, issued a statement reviewing the overall findings of the Government of Peru's verification report regarding a 2015 timber shipment from Peru to the United States, and iden...

646 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta Comentar Compartir

👤👤👤 Idefonso Riquelme, Zyz Kapry y 8 personas más

1 vez compartido

• Coyuntura:

Aprovechemos la actualidad para generar contenido, además de saludar por aniversarios o días conmemorativos.




Osinfor
22 de abril · 🌐

En el #DíaDeLaTierra recordemos la importancia del uso responsable de nuestros bosques para evitar la contaminación ambiental y hacer frente al cambio climático, a fin de asegurar sus beneficios para las generaciones presentes y futuras.

LA NATURALEZA HACE GRANDES OBRAS SIN ESPERAR RECOMPENSA ALGUNAS

**22 DE ABRIL
DÍA INTERNACIONAL
DE LA
MADRE TIERRA**

Usamos responsablemente nuestros bosques

5.138 personas alcanzadas Promocionar publicación

Me gusta Comentar Compartir

👤👤 Vania Carlo, Carmen Vicerle y 48 personas más

15 veces compartido

 PERÚ Presidencia del Consejo de Ministros		Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR		PL/PE/SG/	
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2016-2018 DEL OSINFOR					
Aprobado por:	Presidencia Ejecutiva			Fecha de Aprobación:	13 DIC. 2016
Propuesto por:	Secretaría General			Fecha de Publicación:	14 DIC. 2016

7.3. ANEXO 03: MODELO DE NOTA DE PRENSA

Anexo 03

Nota de Prensa 0__-201_-OSINFOR

OSINFOR...

(El título debe iniciar con OSINFOR y tener máximo 1 línea)

La Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), a través del Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre (OSINFOR),.....

(Este es el párrafo inicial estándar, y como todos los párrafos debe tener máximo 4 ó 5 líneas para facilitar la lectura)



(Máximo 2 ó 3 imágenes a lo largo de la nota. Las imágenes deben remitirse también como archivos aparte, para mejor resolución y porque PCM lo requiere así)

...

(Los párrafos siguientes deben tener máximo 4 ó 5 líneas para facilitar la lectura, una idea por cada párrafo, por ejemplo en uno se debe indicar la importancia o trascendencia del evento, en otro se señala los participantes indicando el número y diferenciando cuántos corresponden al público externo y cuántos al OSINFOR según lista de asistencia, precisando ubicación y fecha sobre todo cuando son varios eventos en diferentes localidades, etc.)

Cabe señalar que el OSINFOR es el Organismo Público Ejecutor encargado a nivel nacional, de supervisar y fiscalizar el aprovechamiento sostenible y la conservación de los recursos forestales y de fauna silvestre, fortaleciendo asimismo las capacidades de los diversos actores del sector forestal, en concordancia con la Política Forestal dictada por la Autoridad Nacional Forestal.

(Párrafo final estándar)

Lima, __ de ____ de 201_