



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR**

**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL
ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS
FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE - OSINFOR**

Proceso de Nivel 0 vinculado:	PS3 Gestión del Talento Humano		
Propuesto por:	Oficina de Administración – Unidad de Gestión del Talento Humano	Fecha de propuesta:	18/02/2026
Aprobado por:	Gerencia General	Fecha de aprobación:	19/02/2026



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

CONTENIDO

PRESENTACIÓN.....	3
I. OBJETIVOS	4
II. FINALIDAD	4
III. BASE LEGAL	4
IV. ALCANCE	4
V. ACRÓNIMOS	5
VI. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	5
VII. EJES TEMÁTICOS	12
VIII. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES.....	13
VIII. PRESUPUESTO	20
IX. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	20

**PERÚ**Presidencia
del Consejo de MinistrosOrganismo de Supervisión de los
Recursos Forestales y de Fauna Silvestre
OSINFOR**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS
RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR****PRESENTACIÓN**

El Plan de Comunicación Interna 2026 del OSINFOR tiene como propósito fomentar la interacción, participación y compromiso del personal, tanto de la Sede Central como de las Oficinas Desconcentradas. Al situar a las personas en el centro de la estrategia comunicacional, busca generar un ambiente laboral en el que prime la confianza, la motivación y el sentido de pertenencia, aspectos claves en la gestión de una entidad moderna.

La gestión del plan recae en la Unidad de Gestión del Talento Humano, con el respaldo de la Alta Dirección y la colaboración de todos los órganos y unidades orgánicas. Esta articulación garantiza que los mensajes se transmitan de manera consistente y que la comunicación interna se consolide como una prioridad organizacional. Asimismo, el plan prevé un sistema de monitoreo y evaluación permanente que permitirá medir avances, identificar oportunidades y ajustar las acciones de acuerdo con las necesidades que surjan durante el año.

En síntesis, este plan busca que la comunicación interna del OSINFOR sea un factor de cohesión y fortaleza institucional. Más que un conjunto de actividades, constituye un compromiso de la entidad con su equipo humano, en el entendido de que una comunicación clara y participativa es indispensable para alcanzar los objetivos institucionales y para consolidar al OSINFOR como una organización íntegra, moderna y comprometida con el servicio público.



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

I. OBJETIVOS

Objetivo General

Fortalecer la comunicación interna en el OSINFOR, promoviendo la transparencia, el compromiso y la colaboración entre todo el personal, con el fin de consolidar una cultura organizacional basada en la integridad, la confianza y la gestión efectiva del talento humano.

Objetivos Específicos

- Fomentar la participación activa del personal en espacios de diálogo y co-creación.
- Consolidar una cultura de identidad institucional, fidelización y mejora de las relaciones internas.
- Fortalecer una cultura de integridad que fomente la conducta ética, la confianza y la transparencia, garantizando que la información de interés se comparta de manera clara y oportuna, con espacios de escucha activa.

II. FINALIDAD

Desarrollar un instrumento estratégico de gestión institucional, sustentado en criterios, pautas y canales de comunicación que reduzcan la incertidumbre, prevengan la desinformación y fortalezcan la integración; buscando fomentar la cultura organizacional del OSINFOR, su misión, sus valores y sus objetivos institucionales, promoviendo que el personal se reconozca como parte de la entidad y se comprometa con motivación y sentido de pertenencia.

III. BASE LEGAL

- Ley N° 32535, Ley de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.
- Decreto Legislativo N° 1085, Ley que crea el Organismo de Supervisión de los Recursos Forestales y de Fauna Silvestre - OSINFOR.
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 238-2014-SERVIR-PE, que aprueba la Directiva N° 002-2014-SERVIR/GDSRH "Normas para la Gestión del Sistema Administrativo de Gestión de Recursos Humanos en las entidades públicas".
- Resolución de Presidencia Ejecutiva N.º 151-2017-SERVIR-PE, que aprueba por delegación «La Guía para la Gestión del Proceso de Comunicación Interna».
- Resolución de Secretaría de Integridad Pública N° 004-2025-PCM/SIP, que aprueba la versión 2 de la Guía de evaluación del Modelo de Integridad en la Etapa N° 2: Institucionalización.
- Resolución de Jefatura N° 00003-2023-OSINFOR/01.1, Resolución que aprueba el Texto Integrado del Reglamento de Organización y Funciones del OSINFOR.
- Resolución de Jefatura N.º 00065-2024-OSINFOR/01.1, que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2025-2030 del OSINFOR.
- Resolución de Jefatura N.º 00013-2025-OSINFOR/JE, que aprueba el Plan Operativo Institucional Anual 2026 del OSINFOR.

IV. ALCANCE

La aplicación del Plan de Comunicación Interna es para todo el personal del OSINFOR, independiente del régimen laboral o contractual al que pertenezcan, incluyendo practicantes, terceros y locadores de servicios.



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

V. ACRÓNIMOS

DECFFS: Dirección de Evaluación y Desarrollo de Capacidades Forestal y de Fauna Silvestre

OD: Oficinas Desconcentradas

OPPM: Oficina de Planeamiento, Presupuesto y Modernización

PEI: Plan Estratégico Institucional

POI: Plan Operativo Institucional

STPAD: Secretaría Técnica de las Autoridades del Procedimiento Administrativo Disciplinario

ST-TFFS: Secretaría Técnica del Tribunal Forestal y de Fauna Silvestre

UFC: Unidad Funcional de Comunicaciones

UFCA: Unidad Funcional de Calidad

UFII: Unidad Funcional de Integridad Institucional

UGTH: Unidad de Gestión del Talento Humano

UPI: Unidad de Presupuesto e Inversiones

UPMC: Unidad de Planeamiento, Modernización y Cooperación

VI. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

6.1. Caracterización del público interno

Según la información registrada por la Unidad de Gestión del Talento Humano (UGTH) al mes de noviembre de 2025, el OSINFOR cuenta con un total de 230 servidores civiles. En este marco, se han identificado tres aspectos relevantes: la distribución geográfica, la composición generacional y la antigüedad laboral, los cuales se detallan a continuación:

Aspectos identificados	¿Qué encontramos?	¿Qué dicen las cifras?	Análisis para comunicaciones
Distribución Geográfica	La mayor parte del personal se encuentra en la Sede Central (Lima) en comparación a las Oficinas Desconcentradas, lo que puede ser aprovechado para retroalimentar a la entidad.	El OSINFOR cuenta con: ✓ 192 servidores en la Sede Central (Lima) ✓ 38 servidores en las Oficinas Desconcentradas. La mayor parte del personal se concentra en la Sede Central (Lima).	Es muy importante incentivar una comunicación bidireccional a fin de integrar equitativamente a todo el personal sin distinción de la sede a la que pertenezca. Para ello, se sugiere apoyarse en dinámicas virtuales u otras herramientas que destaquen los logros de todas las sedes y refleje la valoración y reconocimiento.
Composición Generacional	La mayoría de los servidores pertenecen a la Generación Y : Nacidos entre 1981 y 1996, también conocidos como Millennials. Se caracteriza por haber crecido en el cambio de milenio y la llegada de la tecnología digital. Se les distingue por su creciente uso de internet y las redes sociales, un mayor enfoque en el desarrollo	Los servidores pertenecen a las siguientes generaciones: ✓ Generación Y: 138 ✓ Generación X: 69 ✓ Generación Z: 16 ✓ Baby Boomers: 7 Los servidores del OSINFOR en su mayoría son “nativos digitales” (Generación Y); crecieron durante la revolución tecnológica y del internet, viendo que estas	Estas diferencias generacionales representan retos y oportunidades que el OSINFOR busca equilibrar a través de una estrategia de comunicación interna con un enfoque digital, plataformas como redes sociales internas, videos cortos, mensajes interactivos y dinámicas visuales sin dejar de lado el cuidado por un lenguaje sencillo que pueda integrar e impactar positivamente a su público interno a fin de



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Aspectos identificados	¿Qué encontramos?	¿Qué dicen las cifras?	Análisis para comunicaciones
	personal y la flexibilidad laboral, y valores como la tolerancia, la colaboración y el compromiso social. Luego están quienes son de la Generación X: Nacidos entre 1965 y 1980, se caracterizan por su adaptabilidad a los cambios, por ejemplo, tuvieron una infancia analógica, mientras que en su adultez experimentaron la llegada de Internet y la tecnología digital, lo que los hace más versátiles. Generación Z: Nacidos entre 1997 y 2010, se caracterizan por ser nativos digitales; ya que han crecido inmersos en la tecnología e internet. Son conocidos por su creatividad, flexibilidad y pragmatismo, y tienen una fuerte conciencia sobre temas sociales y ambientales. Baby Boomers: Nacidos aproximadamente entre 1945 y 1964. Han experimentado el auge económico y tecnológico al ser la primera generación en presenciar la televisión. Se caracterizan por valores como la familia, el esfuerzo, la experiencia laboral y el compromiso con el trabajo.	herramientas han sido parte fundamental de su vida cotidiana.	asegurar el alcance y la participación de todos.
Antigüedad Laboral	El OSINFOR cuenta con 25 servidores con más de 10 años de antigüedad que está consolidado y apostando en su crecimiento profesional, frente a un grupo de 60	✓ 145 servidores: tienen de 2 a 9 años en la entidad ✓ 60 servidores: menos de un año ✓ 25 servidores: 10 o más años.	Contar con servidores antiguos resulta favorable porque ya conocen la cultura y valores de la entidad, a su vez, son un soporte para fortalecer el vínculo comunicacional entre los nuevos servidores y la identidad.



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Aspectos identificados	¿Qué encontramos?	¿Qué dicen las cifras?	Análisis para comunicaciones
	servidores que se están integrando a la entidad.		Además, a través de los canales de inducción y bienvenida, a los nuevos ingresantes se les da a conocer los mensajes sobre la cultura y los valores de la entidad.

Elaboración: UGTH

6.2. Comunicación interna: escuchando a nuestro público

Entre el 19 y el 24 de noviembre de 2025 se llevaron a cabo dos encuestas sobre comunicación interna: una dirigida a los servidores que ocupan cargos directivos y otra al resto de servidores del OSINFOR.

6.2.1. Resultados de la encuesta a cargos directivos:

Respecto a la **atención de sus solicitudes de comunicación y materiales difundidos**, el **81%** de directivos que respondieron la encuesta considera que sus solicitudes de comunicación interna son atendidas de manera oportuna y con la eficiencia que necesita; y, el **76%** señala que los materiales o piezas comunicacionales difundidas internamente cumplen con las expectativas de sus equipos.

Respecto a otros formatos o plataformas de comunicación que los directivos sugieren explorar para llegar de manera más efectiva a los equipos bajo su responsabilidad, identificaron las siguientes consideraciones:

- El **76%** considera necesario implementar infografías interactivas y buzón de sugerencias.
- El **38%** señala que, además de los formatos ya existentes, deberían incorporarse los podcasts.

Finalmente, entre las sugerencias recogidas en la encuesta, la más recurrente fue la de **“priorizar temas comunicacionales por temporadas para no saturar a los servidores con diversos temas en un mismo espacio de tiempo”**.

6.2.2. Resultados de la encuesta a los servidores

Con la finalidad de efectuar un análisis más preciso, teniendo en consideración la distribución geográfica del personal se ha visto por conveniente analizar por separado la percepción del personal de las Oficinas Desconcentradas y de la Sede Central.

a) Percepción del personal de Oficinas Desconcentradas

Satisfacción general: Poco más del **50%** del personal que respondió la encuesta se encuentra satisfecho con la comunicación interna y con los temas de ecoeficiencia, igualdad de género e integridad.

Frecuencia de comunicación: el **43%** del personal que respondió la encuesta considera estos temas deberían difundirse **una (1) vez al mes**, mientras que el **36%** considera que deberían difundirse entre **una (1) vez por semana o una (1) vez cada dos (2) semanas**.



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

Canales de información: el **93%** del personal señaló que los medios más utilizados para informarse sobre acontecimientos del OSINFOR son el **WhatsApp OSINFÓRMATE** y el **Correo Institucional**; y, el **79%** expresó su preferencia por **Videos o Cápsulas breves** para informarse y comprender mejor sobre los temas institucionales.

Nuevos formatos: el **86%** de los encuestados recomendó implementar **Podcasts e Infografías interactivas** como herramientas adicionales de comunicación.

Temas adicionales: entre las sugerencias más frecuentes se encuentran la difusión de actualizaciones sobre cambios normativos, resolución de conflictos, seguridad de la información, entre otros.

b) Percepción del personal de la Sede Central

Satisfacción en general: el **50%** del personal que respondió la encuesta manifestó estar satisfecho con la comunicación interna y los temas vinculados a ecoeficiencia, igualdad de género e integridad.

Frecuencia de comunicación: el **18%** del personal que respondió la encuesta considera estos temas deberían de comunicarse **una (1) vez al mes**, mientras que el **70%** opina que deberían difundirse entre **una (1) vez por semana o una (1) vez cada dos (2) semanas**.

Canales de información: el **93%** del personal encuestado señaló que los medios más utilizados para informarse sobre acontecimientos y actualizaciones del OSINFOR son el **WhatsApp OSINFÓRMATE** y el **Correo Institucional**. Además, los **fondos de pantalla** y las **reuniones** fueron identificados como canales importantes para informarse. En cuanto a formatos preferidos, el **53%** prefieren **Flyers digitales/infografías** y el **47%** prefieren los **Videos o Cápsulas breves**, al considerarlos más efectivos para informarse y comprender los temas institucionales.

Nuevos formatos: el **88%** de los encuestados recomendó implementar **Podcasts e Infografías interactivas** como herramientas adicionales de comunicación.

Temas Adicionales: entre las recomendaciones más frecuentes figuran la difusión de contenidos sobre trabajo en equipo, salud mental, trato entre compañeros, alimentación saludable, entre otros.

6.3. Identificación de los actos de comunicación interna que desean comunicar los órganos y unidades orgánicas del OSINFOR

La Unidad de Gestión del Talento Humano solicitó a los órganos y unidades orgánicas del OSINFOR una relación de los actos de comunicación interna que desearan comunicar, la cual debía contener la siguiente información:

- *Nombre de la Comunicación:* Asignar un nombre claro que denote la información que se quiere transmitir.
- *Objetivo de la comunicación:* Precisar el objetivo que se quiere alcanzar con la comunicación.
- *Emisor (quien envía la comunicación):* Definir el órgano o unidad orgánica de donde proviene el mensaje.



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- *Audiencia (quien recibe la comunicación)*: Definir a quién irá dirigido el mensaje. Por ejemplo, si es a toda la entidad o a determinados órganos, unidades orgánicas, puestos, niveles, entre otros.
- *Mensaje (es la información que se quiere enviar)*: Identificar qué es lo que se quiere decir a través de ideas clave que permitan desarrollar la comunicación. Asimismo, formular la propuesta de comunicación interna.
- *Canal*: Definir a través de que canal o canales se transmitirá la comunicación.
- *Frecuencia*: Definir la fecha y/o periodicidad con la que se enviará la comunicación.

De la revisión de la información recibida, se confirma que, para los órganos y unidades orgánicas, los canales preferidos para la difusión de sus actos de comunicación son: el WhatsApp OSINFÓRMATE y el Correo Institucional, seguidos por fondos de pantalla y periódico mural.

En cuanto a la periodicidad de los actos de comunicación interna, plantean que se efectúen de manera semanal o mensual, siendo los principales temas que deben difundirse los siguientes: Indicadores de tala ilegal, generación del conocimiento, riesgos de soborno, avances y resultados alcanzados en la implementación del PEI y POI, mejora de procesos, modelo de integridad, canales de denuncias, entre otros.

6.4. Hallazgos más importantes del diagnóstico situacional

- **Brecha geográfica**: el 83% del personal se concentra en Lima (192 servidores), mientras que solo el 17% se ubica en oficinas desconcentradas (38 servidores). Esta distribución genera diferencias en la percepción de integración institucional y evidencia la necesidad de reforzar la comunicación bidireccional y el reconocimiento del trabajo regional.
- **Predominio generacional joven**: el 60% del personal pertenece a la Generación Y, caracterizada por su familiaridad con entornos digitales y mensajes ágiles. El 30% pertenece a la generación X, quienes en su adultez convivieron con la llegada de Internet y la tecnología digital. Finalmente, el 10% del personal son perfiles de mayor experiencia (Generación Z y Baby Boomers), que demandan formatos más tradicionales y mensajes de reconocimiento.
- **Diversidad en la antigüedad laboral**: el 26% servidores tienen menos de un año en la institución, lo que plantea la necesidad de reforzar procesos de inducción y socialización de la cultura organizacional. Al mismo tiempo, el 11% cuenta con más de diez años de servicio en la entidad, representando un activo clave para transmitir valores y consolidar la identidad institucional, junto con el 63% que tiene entre 2 y 9 años de servicio.
- **Atención de solicitudes de comunicación y materiales difundidos**: desde la perspectiva de los cargos directivos, se percibe una brecha en la celeridad de atención a los requerimientos de elaboración y difusión de comunicaciones sobre temas considerados prioritarios. Esta situación podría responder a falta de personal especializado en comunicación interna o a limitaciones presupuestales.
- **Contenido de materiales o piezas comunicacionales para los directivos**: si bien los directivos se encuentran mayoritariamente satisfechos con el contenido de las comunicaciones, se plantea la necesidad de implementar nuevas estrategias y formato que permitan a los equipos interiorizar mejor los mensajes; así como, reevaluar o mejorar los contenidos existentes.



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- **Percepción de la comunicación interna:** tanto en las Oficinas Desconcentradas como en la Sede Central, menos del 60% del personal se encuentra satisfecho con la comunicación interna, percepción que coincide con la de los cargos directivos.
- **Preferencia por canales digitales:** tanto en las Oficinas Desconcentradas como en la Sede Central, el WhatsApp OSINFÓRMATE y el Correo Institucional son los canales más utilizados por el personal para informarse sobre acontecimientos en la entidad; seguido de los fondos de pantalla.
- **Periodicidad en las comunicaciones:** la mayoría del personal considera que los temas de ecoeficiencia, igualdad de género e integridad deben efectuarse una (1) vez por semana o una (1) vez cada dos (2) semanas; incluso gran porcentaje considera que deberían comunicarse una (1) vez al mes. En esa línea, los cargos directivos sugieren que las comunicaciones se organicen por temas y temporadas, a fin de no saturar al personal, lo que también podría conllevar a una mejor interiorización de dichos temas.
- **Preferencia por formatos dinámicos:** los directivos, el personal de las Oficinas Desconcentradas y de la Sede Central sugieren la implementación de infografías interactivas, Videos o Cápsulas breves y Podcasts.
- **Necesidad de espacios de participación anónimos:** los cargos directivos consideran pertinente implementar un buzón de sugerencias.
- **Temas de interés institucional sugeridos:** se identificó la necesidad de comunicar las contribuciones de las oficinas desconcentradas, políticas y enfoques institucionales, seguridad y riesgos en las supervisiones, actualizaciones sobre cambios normativos, resolución de conflictos, seguridad de la información, trato entre compañeros, alimentación saludable, Indicadores de tala ilegal, generación del conocimiento, riesgos de soborno, avances y resultados alcanzados en la implementación del PEI y POI, mejora de procesos, modelo de integridad, canales de denuncias, entre otros.
- **Espacios valorados para la participación institucional:** Los espacios bidireccionales híbridos, como “Entre tazas y charlas” y las jornadas de integración, son altamente valorados por el personal, al ser percibidos como entornos cercanos que promueven la escucha activa, el diálogo abierto y la comunicación bidireccional. Estos espacios permiten que los servidores de todos los niveles compartan de manera directa sus percepciones sobre el clima laboral, identifiquen oportunidades de mejora en la cultura organizacional y planteen inquietudes o propuestas vinculadas a los procesos internos y la coordinación entre áreas. Asimismo, contribuyen a fortalecer la interacción entre equipos y la Alta Dirección, generando mayor confianza, alineamiento institucional y una mejora progresiva en las coordinaciones internas, lo que impacta positivamente en el desempeño y el sentido de pertenencia a la institución.

6.5. Canales de comunicación y formatos a priorizar

El **canal** es el medio a través del cual se transmiten los mensajes al público objetivo, a quienes queremos llegar, ya sea en forma física o digital. El **formato** corresponde a la manera en la que se presenta el acto comunicacional. En ese sentido, y considerando los hallazgos del diagnóstico, se plantea priorizar los siguientes canales y formatos para la comunicación interna en el OSINFOR:



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

a) Canales

El OSINFOR cuenta actualmente con diversos canales de comunicación interna que se encuentran implementados y en funcionamiento, los cuales permiten la difusión oportuna de información institucional y facilitan la interacción con el personal. A continuación, se detallan los canales utilizados actualmente por la entidad:

- **Correo institucional:** esta herramienta se caracteriza por el grado de seguridad que se le otorga debido a la información confidencial que almacena. Refuerza la identidad institucional bajo el dominio “@osinfor.gob.pe” y cuenta con al menos 369 direcciones registradas lo que permite difundir comunicaciones formales.
- **Grupo WhatsApp “Osinfórmate”:** espacio destinado a la difusión de información de las distintas áreas del OSINFOR mediante piezas gráficas como comunicados, eventos, efemérides, celebraciones, entre otros. Al ser una plataforma de uso amigable y cotidiano tiene la ventaja de contar con alto porcentaje de visualización.
- **Fondos de pantalla:** imágenes o patrones digitales que se usan como decoración en la pantalla de los dispositivos electrónicos que pueden contener información institucional relevante que se desee compartir.
- **Periódico mural:** espacios vivos, participativos y visualmente atractivos que pueden incluir “reconocimientos”, cumpleaños, frases inspiradoras, noticias destacadas y campañas en curso.
- **Buzón de sugerencias:** mecanismo que permite al personal del OSINFOR hacer llegar propuestas o recomendaciones para ser atendidas internamente.
- **Intranet:** plataforma institucional amigable y de fácil acceso para todo el personal que ofrece secciones informativas sobre noticias, comunicados, eventos, entre otros, actualizadas constantemente. En este espacio, los servidores públicos pueden acceder a recursos compartidos, comunicarse de manera efectiva, almacenar documentos y consultar datos internos de forma segura.

b) Formatos

En atención a los hallazgos del diagnóstico y a las preferencias manifestadas en las encuestas realizadas, se priorizarán aquellos formatos que faciliten la comprensión de los mensajes, promuevan la participación y resulten más dinámicos y accesibles para los servidores. A continuación, se detallan los formatos priorizados:

- **Flyers digitales:** volantes o folletos publicitarios que se diseñan y distribuyen en formato electrónico, utilizando imágenes y elementos personalizables para difundir información de manera atractiva.
- **Infografías:** representación visual que combina elementos gráficos, diagramas e imágenes con textos breves para presentar información compleja de manera clara y resumida.
- **Videos o cápsulas breves:** contenidos audiovisuales con información concisa, diseñados para comunicar un mensaje específico, una idea o un concepto de manera rápida y clara.
- **Activaciones lúdicas:** implementación de retos, trivias y concursos entre áreas, orientados a reforzar mensajes institucionales, incentivar la participación y fortalecer el sentido de pertenencia.
- **Capacitaciones cápsula:** contenidos formativos breves, de fácil comprensión y aplicación práctica, dirigidos a reforzar conocimientos clave de manera ágil y continua.



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

- **Espacios bidireccionales híbridos:** implementación de reuniones presenciales y virtuales orientadas a asegurar la participación activa de los servidores, en especial de las Oficinas Desconcentradas, fortaleciendo el intercambio, la retroalimentación y la comunicación bidireccional.
- **Podcasts:** Es un formato de comunicación interna que se implementará para fortalecer la difusión de información, mensajes estratégicos y contenidos de interés institucional de manera cercana, accesible y periódica. A través del podcast interno, las distintas áreas podrán comunicar lineamientos, avances, experiencias y buenas prácticas, así como recoger y reflejar percepciones del personal, contribuyendo al fortalecimiento de la cultura organizacional, el sentido de pertenencia y la alineación con los objetivos institucionales. Su carácter flexible permitirá el acceso a los contenidos en distintos momentos y espacios, promoviendo una comunicación más humana, participativa y continua.

VII. EJES TEMÁTICOS

En función del diagnóstico de la situación actual, se han determinado 6 ejes temáticos que estructuran los mensajes de comunicación del Plan; y permiten organizar y orientar las acciones comunicacionales de manera coherente y estratégica. Los ejes definidos son los siguientes:

- **Eje 1: Gestión institucional y transparencia:** fortalece la confianza institucional mediante información clara y accesible sobre planes, procesos y avances.
- **Eje 2: Integridad, ética y cumplimiento:** promueve la cultura de integridad y el respeto a las normas, reforzando la lucha contra la corrupción.
- **Eje 3: Cultura organizacional y valores:** consolida la identidad institucional y fomenta un clima laboral inclusivo, participativo y positivo.
- **Eje 4: Talento humano y desarrollo profesional:** impulsa el aprendizaje continuo y el crecimiento profesional para transformar la acción institucional.
- **Eje 5: Seguridad, calidad, ecoeficiencia y bienestar:** garantiza procesos seguros y de calidad, promoviendo la protección de la información, una cultura ecoeficiente y el bienestar laboral.
- **Eje 6: Participación y dinámica interna:** incentiva la interacción, la creatividad y el sentido de pertenencia mediante actividades y espacios de diálogo.

A continuación, se presentan los seis ejes temáticos que enmarcan los mensajes comunicacionales. Estos mensajes están desarrollados en la matriz del Plan de Comunicación Interna, siguiendo la estructura definida en la “Guía para la gestión del proceso de comunicación interna” de SERVIR. Cabe precisar que, estos ejes se articulan con los objetivos del Plan, el cual a su vez se alinea con el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2025 - 2030 del OSINFOR, específicamente con el segundo Objetivo Estratégico institucional (OEI.02) Modernizar de la gestión institucional y con la Acción Estratégica institucional (AEI.02.1) Gestión del talento humano fortalecida en el OSINFOR.

Eje 1: Gestión institucional y transparencia	Eje 2: Integridad, ética y cumplimiento
1. Aprendo con OSINFOR	1. Tolerancia cero
2. SIG al Día.	2. Hablemos de Integridad.
3. Ruta del PEI 2025-2030	3. Denuncia la corrupción, nosotros te protegemos.
4. Avances del PEI 2025-2030	4. Tu conducta cuenta: Respeta la neutralidad electoral.
5. Documentos aprobados, conocimiento compartido.	5. Alerta Preventiva
6. Procesos claros, mejora constante.	



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

7. Misión Cumplida POI. 8. Conociendo el TFFS. 9. Conociendo a las OD.	
Eje 3: Cultura organizacional y valores	Eje 4: Talento humano y desarrollo profesional
1. Igualdad y convivencia segura. 2. Sillón de la confianza. 3. Reconocimiento en el OSINFOR.	1. Evolución PDP. 2. Impulsa tu talento OSINFOR 3. Domina el SGTH.
Eje 5: Seguridad, calidad, ecoeficiencia y bienestar	Eje 6: Participación y dinámica interna
1. Yo sumo bienestar 2. Protegemos la Información, Protegemos el Bosque. 3. Conociendo el RIS 4. Tu salud/ seguridad primero (SST) 5. Beneficio para el ambiente, ahorro para ti.	1. ¡Somos GDR! 2. Buzón OSINFOR. 3. Eventos OSINFOR

VIII. PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

A continuación, se presentan las actividades previstas para el periodo 2026. Sin embargo, la comunicación interna es un proceso dinámico, susceptible de variaciones según las necesidades de la entidad. En ese sentido, durante el año 2026 podrán incorporarse acciones adicionales de comunicación interna que no hayan sido contempladas en el presente plan, y que no afecten el presupuesto programado en el plan.

8.1 Responsables

- **Alta Dirección:** brinda el respaldo institucional necesario para consolidar la comunicación interna como una prioridad estratégica. Su rol es promover el liderazgo, la coherencia y la legitimidad de los mensajes clave, asegurando su alineamiento con los objetivos institucionales y fortaleciendo el compromiso de las unidades orgánicas.
- **Directores y jefes de unidades orgánicas:** cumplen la función de articular las estrategias de comunicación en sus equipos, actuando como puente entre la Alta Dirección y la Unidad de Gestión del Talento Humano. Promueven la participación activa de los servidores, transmiten información relevante y recogen la retroalimentación necesaria para ajustar las acciones comunicacionales. De este modo, contribuyen a reducir brechas en la percepción de los mensajes y a la creación de espacios de participación.
- **Coordinadores de oficinas desconcentradas:** desempeñan un papel clave para superar la brecha territorial identificada en el diagnóstico. Adaptan y ejecutan las estrategias de comunicación interna considerando los contextos locales y regionales, asegurando que los mensajes tengan el mismo impacto en todas las sedes del país. Además, son responsables de visibilizar los logros de las Oficinas Desconcentradas y de generar retroalimentación hacia la Sede Central, fortaleciendo la cohesión y la representatividad institucional.
- **Unidad de Gestión del Talento Humano:** lidera la implementación y ejecución del plan con la asesoría técnica de la UFC; asimismo, realiza el seguimiento y evaluación del



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

cumplimiento de las actividades e informa a la Oficina de Administración y a la Gerencia General.

- **Unidad Funcional de Comunicaciones:** brinda asesoría técnica en la elaboración de materiales comunicacionales garantizando su coherencia, oportunidad y calidad; asimismo, participa en la implementación del Plan en coordinación con la UGTH y propone estrategias comunicacionales alineadas con los objetivos institucionales.

8.2 Indicadores

Objetivo General	Indicador	Método de Cálculo	Meta
Fortalecer la comunicación interna en el OSINFOR para fomentar el compromiso, la motivación y el sentido de pertenencia de los servidores civiles, en el marco de una cultura de integridad.	Porcentaje de satisfacción de los servidores con las acciones de comunicación interna implementadas.	= (Número de servidores que respondieron la encuesta de comunicación interna con muy satisfecho o satisfecho respecto de las acciones de comunicación interna implementadas/Total de servidores que respondieron la encuesta de comunicación interna) x100	70%
	Porcentaje de servidores que demuestran conocimiento sobre el contenido difundido en los mensajes de comunicación interna	= (Número de servidores que contestaron de manera correcta más de la mitad de las preguntas relacionadas a los mensajes de comunicación interna /Total de servidores que respondieron la encuesta de comunicación interna) x100	70%



PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

8.3 Matriz del Plan de Comunicación Interna 2026 del OSINFOR

NOMBRE DE LA COMUNICACIÓN	OBJETIVOS	EMISOR	AUDIENCIA	MENSAJES CLAVES	CANAL	FRECUENCIA
1. Aprendo con OSINFOR	Fortalecer el conocimiento de los servidores, respecto a los servicios que brinda la DECFFS.	DECFFS	Todo el personal	- Como se gestiona el PDC: propósitos, principales resultados (data). - Públicos objetivos. - Intervención en territorio. Indicadores de tala ilegal: cómo se gestiona, propósitos, a que contribuye. - Generación de conocimiento: planificación e implementación de estudios. - Viernes del conocimiento por la SDIE, SDC y otras oficinas invitadas.	- WhatsApp OSINFÓRMATE. - Correo institucional. - Reuniones presenciales y/o virtual, y/o - Intranet	Bimestral
2. SIG al Día.	- Sensibilizar a los servidores sobre la importancia del SIG. - Promover buenas prácticas de gestión. - Fortalecer el cumplimiento normativo y operativo.	UFCA	Todo el personal	- Qué es el SIG y su utilidad. - Beneficios para la entidad y el usuario. - Buenas prácticas de calidad y mejora continua. - Cambios en procedimientos y documentos de gestión del SIG. - Indicadores y resultados relevantes. - Riesgos de calidad	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Fondo de pantalla.	2 veces al mes
3. Ruta del PEI 2025-2030	Fortalecer el grado de conocimiento de los elementos del PEI.	UPMC	Todo el personal	- Comprender el PEI para trabajar con claridad y compromiso. - Misión, objetivos institucionales, lineamientos y valores.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
4. Avances del PEI 2025-2030	Aumentar el compromiso y motivación de los servidores sobre el cumplimiento de metas del PEI-POI.	UPMC	Todo el personal	- Conocer los avances y resultados alcanzados en la implementación del PEI. - Informe de evaluación del PEI-POI: descubrir cómo avanzamos en el cumplimiento del objetivos y acciones estratégicas del PEI-POI.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Cuando se aprueben los productos del proceso de seguimiento y evaluación del PEI-POI
5. Documentos aprobados, conocimiento compartido.	Fortalecer la institucionalidad y convertir el conocimiento en motor de desarrollo sostenible	UPMC	Todo el personal	- Difundir los documentos aprobados y dar a conocer al personal que participó en su formulación.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Cuando se aprueben documentos normativos.



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

NOMBRE DE LA COMUNICACIÓN	OBJETIVOS	EMISOR	AUDIENCIA	MENSAJES CLAVES	CANAL	FRECUENCIA
6. Procesos claros, mejora constante.	Fortalecer una cultura de reconocimiento de la mejora continua de los procesos.	UPMC	Todo el personal	- Mejorar procesos es avanzar hacia la eficiencia y calidad. - Difundir los documentos aprobados y la importancia de la gestión por procesos.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Cuando se aprueben documentos de la gestión por procesos.
7. Misión Cumplida POI.	- Felicitar a las Unidades de Organización el cumplimiento de sus Actividades Operativas. - Motivar a las demás UO el cumplimiento de su POI.	UPI	Todo el personal	- Cumplimiento de las metas físicas de las Actividades Operativas del POI.	- Correo institucional - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
8. Conociendo el TFFS.	Fortalecer el conocimiento de los servidores, respecto a las funciones que brinda el TFFS.	ST-TFFS	Todo el personal	- Comunicar el rol y funciones del TFFS y la STTFFS - Informar las funciones e importancia de la segunda instancia en la tramitación del PAU al personal en general del OSINFOR.	- Correo institucional - WhatsApp OSINFÓRMATE	Trimestral
9. Conociendo a las OD.	Unificar la identidad institucional entre la sede central y las regiones.	OD	Todo el personal	- Actividades en las que participan las OD. - El territorio es dinámico y desafiante. - Conectar con el terreno para mejorar la comprensión institucional.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
10. Tolerancia cero	- Reforzar el compromiso institucional contra el soborno. - Erradicar cualquier riesgo de soborno	UFCA	Todo el personal	- Conductas prohibidas. - Obligación de reportar sospechas. - Canales protegidos de denuncia. - Riesgos de soborno	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	2 veces al mes
11. Hablemos de Integridad	Concientizar los componentes del Modelo de Integridad como parte del comportamiento ético de todo servidor	UFII	Todo el personal	- Identificar los 9 componentes del Modelo de Integridad.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Fondo de pantalla. - Periódico mural.	2 veces al mes
12. Denuncia la corrupción, nosotros te protegemos.	Promover y difundir el uso de los canales establecidos para denunciar presuntos actos de corrupción. Fomentar la protección de quienes denuncien actos de corrupción.	UFII	Todo el personal	- Conocer los canales de denuncias y su uso adecuado uso. - Conocer las medidas de protección al denunciante.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Fondo de pantalla. - Periódico mural.	Bimestral



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

NOMBRE DE LA COMUNICACIÓN	OBJETIVOS	EMISOR	AUDIENCIA	MENSAJES CLAVES	CANAL	FRECUENCIA
13. Tu conducta cuenta: Respeta la neutralidad electoral.	Sensibilizar el cumplimiento del deber de neutralidad durante el período electoral.	UFII	Todo el personal	- No comuniqués tus preferencias o rechazo por un partido político o candidato.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Fondo de pantalla.	Bimestral de enero a julio
14. Alerta Preventiva	Prevenir al personal sobre la comisión de faltas administrativas en el cumplimiento de sus funciones.	STPAD	Todo el personal	- Cumplimiento correcto de funciones. - Infracciones recurrentes. - Faltas tipificadas en el RIS, Ley N° 30057 y Código de Ética.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
15. Igualdad y convivencia segura	- Sensibilizar sobre los temas del plan de igualdad y género. - Asegurar un entorno laboral seguro y respetuoso, con tolerancia cero a actos de hostigamiento sexual laboral.	UGTH	Todo el personal	- Igualdad de oportunidades - Actos de hostigamiento sexual laboral. - Canales de denuncias por actos de hostigamiento sexual laboral. - Medidas de protección al denunciante de actos de hostigamiento sexual laboral. - Procedimiento interno para denunciar actos de hostigamiento sexual laboral.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Mensual
16. Sillón de la confianza.	Conocer las experiencias del personal y fortalecer la confianza del servidor interno	UGTH	Por grupos	- Comunicación bidireccional. - Tomar en cuenta la opinión del personal.	- Reunión interna.	Trimestral
17. Reconocimiento en el OSINFOR.	Difundir los reconocimientos establecidos en la Directiva para el Reconocimiento del OSINFOR que no implique la organización de una ceremonia presencial o virtual.	UGTH	Todo el personal	- Reconocimientos en los distintos rubros de la Directiva para el Reconocimiento del OSINFOR.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	En caso corresponda
18. Impulsa tu talento OSINFOR	Maximizar el crecimiento profesional del personal logrando una alta participación en capacitaciones estratégicas.	UPMC	Todo el personal	- Oportunidades de becas o cursos abren puertas a experiencias y conocimientos de alcance mundial. - Acciones de formación con el apoyo de la cooperación técnica.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Cuando se presenten los cursos por parte de la cooperación técnica.
19. Evolución PDP	Mejorar las el desempeño y las competencias de los servidores	UGTH	Todo el personal	- Actividades de la Gestión de la capacitación	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Semestral



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

NOMBRE DE LA COMUNICACIÓN	OBJETIVOS	EMISOR	AUDIENCIA	MENSAJES CLAVES	CANAL	FRECUENCIA
20. Domina el SGTH.	Lograr que el personal autogestione sus trámites en el SGTH de forma eficiente.	UGTH	Todo el personal	- Actividades de Control de Asistencia. - Solicitud de vacaciones - Otros temas de preguntas frecuentes sobre el SGTH.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Mensual
21. Yo sumo bienestar	Mejorar el clima institucional y promover el bienestar físico y mental.	UGTH	Todo el personal	- Resolución de conflictos - Trato correcto entre compañeros - Alimentación saludable	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
22. Protegemos la Información, Protegemos el Bosque.	Concientizar al personal sobre la protección de la información. Reducir vulnerabilidades y riesgos.	UFCA	Todo el personal	- Buenas prácticas de ciberseguridad. - Manejo adecuado de contraseñas. - Clasificación y protección de información. - Alertas de phishing Riesgos de seguridad de la información.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	2 veces al mes
23. Conociendo el RIS	Mantener una convivencia laboral transparente mediante el dominio pleno de los derechos y deberes del RIS.	UGTH	Todo el personal	- Contenido del RIS	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Bimestral
24. Tu salud/ seguridad primero (SST)	Consolidar una cultura preventiva que promueva el bienestar laboral y minimice la ocurrencia de accidentes laborales.	UGTH	Todo el personal	- Accidentes laborales - Normativa interna de SST - Documentos de SST - Comité de SST	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Periódico Mural	Trimestral
25. Beneficio para el ambiente, ahorro para ti	Concientizar sobre la importancia de una cultura de ecoeficiencia y sostenible entre todos los servidores del OSINFOR.	UGTH	Todo el personal	- Difusión del decálogo de ecoeficiencia - Campaña de mensajes de concientización relacionadas al consumo de energía eléctrica, de agua, de papel y tóner, combustible, gestión y manejo de residuos sólidos.	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Periódico Mural	Trimestral
26. ¡Somos GDR!	Lograr una evaluación del desempeño transparente y productiva que impulse la mejora profesional de cada servidor.	UGTH	Todo el personal	- Actividades de las etapas de Gestión del Rendimiento	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE.	Trimestral
27. Tu buzón OSINFOR.	Transformar las ideas del personal en mejoras reales para la entidad.	UGTH	Todo el personal	- Comunicación bidireccional. - Tomar en cuenta la opinión del personal. - Proponer iniciativas de mejoras internas o externas	- Correo institucional. - WhatsApp OSINFÓRMATE. - Periódico Mural.	Bimestral



PERÚ
Presidencia
del Consejo de Ministros

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

**PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE
– OSINFOR**

NOMBRE DE LA COMUNICACIÓN	OBJETIVOS	EMISOR	AUDIENCIA	MENSAJES CLAVES	CANAL	FRECUENCIA
28. Eventos OSINFOR.	- Aumentar el nivel de participación y satisfacción del personal sobre las actividades del Plan de Clima, Cultura Organizacional y Bienestar Laboral. - Difundir las actividades internas organizadas por la UGTH.	UGTH	Todo el personal	- Información sobre actividades de integración y recreación. - Actividades del Plan de Clima, Cultura Organizacional y Bienestar Laboral	- Correo institucional. - Periódico Mural - WhatsApp OSINFÓRMATE.	En caso corresponda

* Sin perjuicio de las acciones de comunicación incluidas en la matriz, los órganos y unidades orgánicas podrán solicitar la difusión de otros actos de comunicación internos a la Unidad de Gestión del Talento Humano (UGTH), previa coordinación y siguiendo la estructura comunicacional (**ANEXO 1**).



Presidencia
del Consejo de Ministros

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

PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA 2026 DEL ORGANISMO DE SUPERVISIÓN DE LOS RECURSOS FORESTALES Y DE FAUNA SILVESTRE – OSINFOR

VIII. PRESUPUESTO

La ejecución de las actividades del Plan de Comunicación Interna del OSINFOR para el año 2026 se encuentran financiadas con el presupuesto asignado a la UGTH.

En este sentido, las actividades se encuentran alineadas en el Plan Operativo Institucional Anual 2026 aprobado mediante Resolución de Jefatura N° 000013-2025-OSINFOR/JE, alineadas en la AOI00131900352 Gestión de las Relaciones Humanas y Sociales.

IX. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La UGTH efectuará un seguimiento mensual al cumplimiento de las actividades de comunicación y elaborará reportes trimestrales que sistematicen los avances alcanzados, acompañados de las evidencias correspondientes. Estos reportes serán remitidos a la UPMC de la OPPM, en el marco del proceso de seguimiento a la implementación de los planes institucionales.

Asimismo, la UGTH realizará una evaluación de implementación mediante dos informes (julio y diciembre), que se sustentarán en el avance de ejecución del Plan y en los resultados de la encuesta de medio término (primera semana de julio) y de la encuesta de fin de término (segunda semana de diciembre), los cuales pueden tomarse como sustento para modificar el Plan, de considerarse necesario.

Los informes de evaluación serán remitidos a la Oficina de Administración y a la Gerencia General, quien derivará a la Unidad Funcional de Comunicaciones con el propósito de informar sobre el nivel de implementación del Plan y aspectos relevantes que hayan contribuido o limitado su ejecución.