



RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N° 089-2022-SERNANP

Lima, 30 de marzo de 2022

VISTOS:

El Memorándum N° 091-2022-SERNANP-GG con fecha 21 de marzo de 2022, emitido por la Gerencia General y el Informe N° 090-2022-SERNANP-OPP con fecha 23 de marzo de 2022, emitido por la Oficina de Planeamiento y Presupuesto de la Institución, y;

CONSIDERANDO:

Que, mediante el numeral 2 de la Segunda Disposición Complementaria Final del Decreto Legislativo N° 1013, se crea el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SERNANP), como organismo técnico especializado, adscrito al Ministerio del Ambiente; ente rector del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (SINANPE), el mismo que se constituye en su autoridad técnico-normativa;

Que, a través de la Ley N° 28874, Ley que regula la Publicidad Estatal, se establecen 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; así como, para la fiscalización de 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, el artículo 3 de la Ley N° 28874, señala como requisitos para la autorización de la realización de publicidad estatal, la elaboración de un plan de estrategia publicitaria acorde con las funciones y atribuciones de las entidades o dependencias, las cuales deberán adecuarse a los objetivos y prioridades establecidos en los programas sectoriales; así como, la descripción y justificación de las campañas institucionales y comerciales que se pretendan llevar a cabo; la propuesta y justificación técnica de la selección de medios de difusión, de acuerdo con el público objetivo y la finalidad que se quiera lograr, la cobertura, duración de la campaña, equilibrio informativo e impacto de los mismos; y, el proyecto de presupuesto para llevar a cabo las acciones comprendidas en las campañas;

Que, de acuerdo con el literal f) del artículo 13° del Reglamento de Organización y Funciones del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas, aprobado por Decreto Supremo N° 006-2008-MINAM, la Secretaría General de la entidad (hoy "Gerencia General", conforme a la Resolución Presidencial N° 143-2018-SERNANP) es el órgano encargado de coordinar las acciones vinculadas a comunicación social, prensa, imagen, protocolo, atención al usuario y relaciones públicas;

Que, a través del Memorándum N° 091-2022-SERNANP-GG, el Gerente General remite el proyecto del “Plan Anual de Publicidad - 2022 del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado”, indicando que el mismo está articulado con los objetivos estratégicos del Plan Estratégico Sectorial Multianual - PESEM del MINAM y del Plan Estratégico Institucional - PEI del SERNANP, mediante la realización de las campañas de comunicación que se desarrollarán en las Áreas Naturales Protegidas involucradas, contempladas en los Planes Operativos Anuales - POA correspondientes;

Que, de la misma forma a través del Informe N° 090-2022-SERNANP-OPP, la Oficina de Planeamiento y Presupuesto emite la opinión técnica favorable a la propuesta del “Plan Anual de Publicidad - 2022 del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado”, señalando que se ha verificado que las acciones programadas se encuentran previstas en los POA de las ANP involucradas, que responde al OEI.01: Consolidar el Sistema de Áreas Naturales Protegidas del Perú con muestras representativas de los ecosistemas, y del OEI.03: Fortalecer la gobernanza en las áreas naturales protegidas”, así como se encuentran recogidas en el OES 2 “Promover la sostenibilidad en el uso de la diversidad biológica y de los servicios ecosistémicos como activos de desarrollo del país”, que corresponde al objetivo estratégico del Plan Estratégico Sectorial Multianual-PESEM del MINAM 2017-2021 y su extensión al 2024;

Que, en consecuencia, resulta procedente emitir el acto resolutivo que aprueba el “Plan Anual de Publicidad - 2022 del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado”;

Con las visaciones de la Oficina de Planificación y Presupuesto, de la Oficina de Asesoría Jurídica y de la Gerencia General, y;

De conformidad con las atribuciones contenidas en el literal e) del artículo 11° del Reglamento de Organización y Funciones del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas – SERNANP;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar el “Plan Anual de Publicidad - 2022 del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado”, el mismo que como anexo forma parte integrante de la presente Resolución.

Artículo 2.- Encargar a la Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicación Social de la Gerencia General del SERNANP la difusión, seguimiento y evaluación del “Plan Anual de Publicidad - 2022 del Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado”.

Artículo 3.- Disponer la publicación de la presente Resolución en el portal institucional www.gob.pe/sernanp.

Regístrese y comuníquese.



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD 2022



JEFE

**OFICINA DE PLANEAMIENTO
Y PRESUPUESTO**

Firmado por

BAZAN LOPEZ Armando Rufino FAU
20478053178 hard

CN = BAZAN LOPEZ Armando Rufino FAU
20478053178 hard
O = SERVICIO NACIONAL DE AREAS
NATURALES PROTEGIDAS POR EL ESTADO -
SERNANP
SerialNumber = PNOPE-06277911



RESPONSABLE

**UOF DE PLANEAMIENTO Y
MODERNIZACIÓN DE LA
GESTIÓN - OPP**

Firmado digitalmente por:

RUIZ HUANQUI Luis Miguel

FAU 20478053178 hard

Motivo: Soy el autor del
documento

Fecha: 25/03/2022 15:28:48-0500

**Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicación Social
Gerencia General**



Firmado digitalmente por:

SANTOLALLA HUERTO Luis

Alberto FAU 20478053178 soft

Motivo: Soy el autor del
documento

Fecha: 25/03/2022 15:35:30-0500



PERÚ

Ministerio
del Ambiente



PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD 2022

Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicación Social
Gerencia General

PRESENTACIÓN

Desde el siglo pasado, los efectos del cambio climático han venido generando daños irreparables en nuestro país, y las áreas naturales protegidas no escapan a esta realidad, lo cual también ha ocasionado una mayor vulnerabilidad y un incremento del riesgo por desastres naturales en algunas regiones del país. Asimismo, desde marzo de 2020 nuestro país, y todo el mundo en su conjunto, vienen siendo afectados por el virus denominado Coronavirus SARS-CoV-2, que causa la enfermedad de la Covid-19, y que ha cambiado nuestra forma de vivir y de interrelacionarnos con los demás.

Por ello el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp), organismo adscrito al Ministerio del Ambiente (Minam), además de conservar la biodiversidad existente en las áreas naturales protegidas (ANP), gestionar de manera sostenible el aprovechamiento de los recursos naturales y mantener los servicios ecosistémicos que brindan beneficios a la sociedad, tiene también la misión de promover una cultura de la prevención.

Para nuestra institución la publicidad no solo responde a la necesidad de difundir la importancia de conservar las áreas naturales protegidas, su belleza paisajística y los beneficios del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales; sino también sensibilizar sobre la prevención de los desastres naturales y el cumplimiento, por parte de los visitantes a las ANP, de los protocolos sanitarios Covid-19 gracias a campañas de difusión oportunas, dirigidas a la población local.

La Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicación Social (UOFIICS) es la responsable de la elaboración del Plan Anual de Publicidad del Sernanp, documento que contribuye y justifica la necesidad de difundir en los medios de comunicación masivos los objetivos institucionales consignados en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2019-2024.

De acuerdo a la Ley N.º 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal, artículo 2.º, se define como tal “a aquella que tiene por finalidad promover conductas de relevancia social, tales como el ahorro de energía eléctrica, la preservación del medio ambiente, el pago de impuestos, entre otras, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias”. En este sentido, se presenta este Plan que contiene los lineamientos que se seguirán durante el año fiscal 2022 en materia de difusión en medios de comunicación masivos en los que se programe y comprometa presupuesto asignado.

Es por ello que gracias a la asignación de presupuesto otorgada por la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú (PdP), como parte del proceso de actualización del Plan Maestro, se contempla acciones de difusión en medios de comunicación en el Plan Operativo Anual (POA) de la Reserva Comunal El Sira y de la Reserva Nacional Matsés. Asimismo, como parte de la campaña “La casa más valiosa del mundo”, se tienen planificadas acciones de difusión en medios de comunicación digital en el presupuesto de la Iniciativa PdP, a través del POA 2022 del proyecto

GEF6-PdP¹. Todo esto permitirá cumplir con la ejecución de lo programado en el presente Plan.

¹ Esto como parte de su “Componente 2: Diversificación de fuentes para aumentar la financiación en ANP. Tarea 2.1.2.2. Iniciativas para fortalecer y reconocer el valor de las ANP”.

ÍNDICE

- I. Aspectos generales
- II. Marco normativo
- III. Diagnóstico
- IV. Justificación
- V. Descripción de las campañas programadas y herramientas de comunicación
- VI. Cronograma de actividades presupuestadas
- VII. Responsabilidades
- VIII. Información y transparencia
- IX. Reprogramación

I. ASPECTOS GENERALES

1.1. Finalidad

Difundir en los medios de comunicación masivos la importancia de conservar las áreas naturales protegidas (ANP), su belleza paisajística y los beneficios del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, así como la relevancia de la prevención de riesgos de desastres naturales y el cumplimiento de los protocolos sanitarios Covid-19 por parte de los visitantes a las ANP².

1.2. Objetivo

Sensibilizar a los pobladores del interior o de las zonas aledañas a las ANP, sobre la importancia de conservar estos espacios naturales y de promover una cultura de la prevención como pilar fundamental para el desarrollo sostenible de las poblaciones y la interiorización en la gestión de riesgos de desastres naturales y el cumplimiento de los protocolos sanitarios Covid-19 por parte de los visitantes a las ANP.

1.3. Público objetivo

Pobladores locales de las zonas aledañas o del interior de la Reserva Comunal El Sira y de la Reserva Nacional Matsés; así como pobladores de todo el país.

1.4. Vigencia

De marzo a diciembre de 2022.

II. MARCO NORMATIVO

2.1. Base legal

- Ley N.º 28874, Ley que Regula la Publicidad Estatal.
- Ley N.º 28278, Ley de Radio y Televisión.
- Decreto Supremo N.º 006-2008-Minam que aprueba el Reglamento de Organización Funciones (ROF) del Sernanp.
- Decreto Legislativo N.º 1013, que aprueba la “Ley de la Creación, Organización y Funciones del Ministerio del Ambiente”.
- Resolución Presidencial N.º 087-2021-Sernanp, que aprueba el Plan Estratégico Institucional (PEI) del Sernanp 2019-2024.

² Según lo establecido en el “Protocolo Sanitario ante el Covid-19 para la atención de visitas turísticas en las áreas naturales protegidas (segunda versión). Resolución Ministerial N.º 181-2021-Minam.

- Resolución Presidencial N.º 358-2016-Sernanp, que aprueba la conformación de la Unidad Operativa Funcional de Imagen Institucional y Comunicación Social de la Gerencia General del Sernanp.
- Resolución Ministerial N.º 181-2021-Minam, que aprueba el Protocolo Sanitario ante el Covid-19 para la atención de visitas turísticas en las áreas naturales protegidas (segunda versión).

III. DIAGNÓSTICO

El Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) ha logrado posicionarse como una organización sólida y moderna dentro del sector ambiente, avanzando en el fortalecimiento de sus bases institucionales, técnicas, normativas y sociales para la gestión y conservación del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sinanpe).

En ese contexto, la UOFIICS desarrolla acciones de información bajo la siguiente premisa: “La conservación solo es sostenible si el poblador entiende que de los ecosistemas adecuadamente manejados en las áreas naturales protegidas pueden obtenerse beneficios económicos tangibles para él y su familia”. Por ello nuestra entidad viene promoviendo el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, a través de mecanismos compatibles con los objetivos de conservación de las ANP.

En este sentido, las campañas y mensajes comunicacionales obedecen a la necesidad de difundir entre las poblaciones locales, ubicadas en el ámbito de influencia de las ANP, la importancia de estos espacios naturales; así como las medidas de prevención ante los desastres naturales, eventos que se suscitan en determinadas épocas del año, y el cumplimiento de los protocolos sanitarios para evitar el contagio y propagación de la Covid-19 entre nuestro personal y los visitantes a las ANP.

La UOFIICS para el desarrollo de sus actividades de comunicación se rige por la Ley N.º 28874: Ley que Regula la Publicidad Estatal; artículo 4.º, inciso c) promover una cultura preventiva en la sociedad respecto a asuntos relacionados a la seguridad pública, salubridad, recursos naturales, entre otros; inciso d) informar de las acciones adoptadas en materia de salud, preservación del medio ambiente, uso eficiente de los recursos naturales y seguridad de la población”, entre otros; los mismos que se encuentran relacionados con los objetivos estratégicos de nuestro sector y del Sernanp.

El objetivo principal de las acciones de comunicación en el presente Plan, es lograr que la mayor cantidad de ciudadanas y ciudadanos, como parte de sus derechos, puedan estar informadas e informados y tengan a su alcance las herramientas que les permitan contribuir con el desarrollo de sus familias y la conservación de las áreas naturales protegidas.

IV. JUSTIFICACIÓN

En la actualidad, la comunicación se ha convertido en una de las herramientas más importantes de difusión para el logro de los objetivos sociales y de posicionamiento de las políticas públicas del Estado en beneficio de la ciudadanía. La Comunicación para el Desarrollo es el mecanismo utilizado para ampliar el acceso público a la información de las acciones del Estado, fortalecer a las organizaciones sociales y promover su participación en el desarrollo a nivel nacional.

Es así que resulta primordial implementar estrategias de comunicación que permitan informar, educar y sensibilizar a la población sobre temas de interés social que contribuyan con su progreso. Por ello es necesario desarrollar mecanismos de comunicación que informen sobre las acciones del Estado, así como difundir mensajes que lo acerquen a la ciudadanía y promuevan prácticas democráticas que impulsen la mejora de su calidad de vida.

Por lo cual, a través de diferentes acciones y productos de comunicación, promovemos la difusión en los medios de comunicación masivos³ de la importancia de conservar las ANP, su belleza paisajística y los beneficios del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales, así como el cumplimiento de los protocolos sanitarios para evitar el contagio y propagación de la Covid-19 entre nuestro personal y entre los visitantes a las ANP, y lo primordial que resulta la prevención de los riesgos de desastres; que no solo podrían vulnerar la conservación de estos espacios naturales, sino también la seguridad de las comunidades que se asientan a su alrededor.

En este sentido, de acuerdo al público objetivo al cual nos vamos a dirigir, se realizarán diversas piezas comunicacionales que serán difundidas en los medios de comunicación de mayor alcance en la zona de influencia de las ANP. También se hará uso de medios de comunicación no tradicionales, como los medios digitales, para informar y sensibilizar a la población.

Asimismo, gracias al apoyo de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú se ejecutará la campaña denominada: “La casa más valiosa del mundo”, donde se tiene planificado una serie de acciones de difusión en medios de comunicación digital. Esta campaña no demandará gasto al Sernanp, ya que será ejecutado a través de los fondos de la Iniciativa PdP.

³ Antes de elegir el medio de comunicación en el cual se va a realizar la difusión de los mensajes estratégicos para las áreas naturales protegidas comprendidas en este Plan, se debe realizar un análisis de percepción para identificar qué medio es el que tiene mayor alcance, según las poblaciones a las cuales nos estamos dirigiendo. La selección del medio de comunicación (radio, televisión, prensa u otro) depende también de los presupuestos asignados.

Es por ello que se formula el Plan Anual de Publicidad para el año 2022, que permitirá difundir los mensajes sobre las acciones que realiza el Servicio Nacional de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp), priorizando algunas campañas relacionadas con su posicionamiento y la importancia de conservar las ANP, por un monto que asciende a S/ 21 100.00 soles.

V. DESCRIPCIÓN DE LAS CAMPAÑAS PROGRAMADAS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

La orientación de las campañas de comunicación está alineada al Plan Estratégico Sectorial Multianual (Pesem) del Minam 2017-2021⁴ y al PEI del Sernanp 2019-2024⁵, que se puntualiza de la siguiente manera:

5.1. Descripción y justificación de las campañas de comunicación⁶, alineados a los objetivos estratégicos del Minam y del Sernanp

Como parte del proceso de actualización del Plan Maestro de las ANP, se tiene previsto destinar presupuesto, con el apoyo de la Iniciativa PdP, para la difusión a nivel local de estos procesos, tal como se detalla a continuación:

a) Campaña de difusión del proceso de actualización del Plan Maestro de la Reserva Comunal El Sira

Descripción. - Se realizará la difusión del inicio del proceso y de la realización de talleres informativos en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro de la Reserva Comunal El Sira, en los medios de comunicación local que tengan mayor recepción y llegada entre las comunidades y poblados relacionados con su ámbito de influencia.

Justificación. - Se busca informar a la población local e instituciones aliadas del sector público y privado sobre el inicio del proceso y los talleres a realizarse en las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización de Plan Maestro de la Reserva Comunal El Sira. Esto debido a que este es un proceso de gestión participativa donde el involucramiento de los aliados es fundamental para la correcta toma de decisiones en bien de la buena gestión del ANP.

⁴ Pesem del Minam 2017-2021, aprobado por Resolución Ministerial N.º 174-2016-Minam, del 7 de julio de 2016 y la extensión al 2024 aprobado por Resolución Ministerial N.º 090-2020-Minam, del 23 de abril de 2020.

⁵ Aprobado mediante RESOLUCIÓN PRESIDENCIAL N° 087-2021-SERNANP, del 23 abril de 2021.

⁶ Estos recursos serán ejecutados siempre que no se presenten otras necesidades derivadas de la pandemia sanitaria generada por el virus denominado Coronavirus SARS-CoV-2, que causa la enfermedad de la Covid-19.

La campaña se encuentra alineada a los siguientes objetivos estratégicos:

Objetivo Estratégico N.º 2: OES2-Pesem Minam 2017-2021

OES2: “Promover la sostenibilidad en el uso de la diversidad biológica y de los servicios ecosistémicos como activos de desarrollo del país”.

Objetivo Estratégico N.º 1: OEI.01 - PEI Sernanp 2019-2024

OEI.01 Consolidar el Sistema de Áreas Naturales Protegidas del Perú con muestras representativas de los ecosistemas

OEI.03: Fortalecer la gobernanza en las áreas naturales protegidas.

b) Campaña de difusión del proceso de actualización del Plan Maestro de la Reserva Nacional Matsés

Descripción. - Se realizará la difusión del inicio del proceso y de la realización de talleres informativos en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro de la Reserva Nacional Matsés, en los medios de comunicación local que tengan mayor recepción y llegada entre las comunidades y poblados relacionados con su ámbito de influencia.

Justificación. - Se busca informar a la población local e instituciones aliadas del sector público y privado sobre el inicio del proceso y los talleres a realizarse en las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización de Plan Maestro de la Reserva Nacional Matsés. Esto debido a que este es un proceso de gestión participativa donde el involucramiento de los aliados es fundamental para la correcta toma de decisiones en bien de la buena gestión del ANP.

La campaña se encuentra alineada a los siguientes objetivos estratégicos:

Objetivo Estratégico N.º 2: OES2-Pesem Minam 2017-2021

OES2: “Promover la sostenibilidad en el uso de la diversidad biológica y de los servicios ecosistémicos como activos de desarrollo del país”.

Objetivo Estratégico N.º 1: OEI.01 - PEI Sernanp 2019-2024

OEI.01 Consolidar el Sistema de Áreas Naturales Protegidas del Perú con muestras representativas de los ecosistemas

OEI.03: Fortalecer la gobernanza en las áreas naturales protegidas

Asimismo, como parte de la campaña “La casa más valiosa del mundo”, se tienen planificadas acciones de difusión en medios de comunicación digital, según el siguiente detalle:

a) Campaña “La casa más valiosa del mundo” de la Iniciativa PdP, para promocionar la importancia de las áreas naturales protegidas en el desarrollo de las poblaciones:

Descripción. - Será una campaña que buscará difundir los diversos beneficios que las áreas naturales protegidas brindan a la ciudadanía en general, gracias a los servicios ecosistémicos, la regulación del clima, la gran biodiversidad existente, entre otros recursos que nos proporciona la naturaleza. Es por ello que a través de mensajes sencillos y de fácil recordación se buscará que las personas conozcan qué son las ANP, por qué es importante su conservación, cómo todas y todos podemos contribuir a su protección, y qué debemos hacer para que muchas más personas se identifiquen con la conservación de nuestros tesoros naturales.

Justificación. - Se busca difundir el valor de las ANP y lo primordial que es conservar el bioma amazónico para las peruanas y los peruanos y para la humanidad. También mostrar como las personas se benefician de los recursos naturales que nos proporcionan estos espacios, sobre todo en salud, economía y alimentación. Del mismo modo se quiere revalorar el rol de las y los gestores de las ANP, así como de las y los guardaparques, especialistas y jefas y jefes. Con esto se busca impulsar a la acción ciudadana y sensibilizar sobre la importancia de conservar estos espacios naturales para el bienestar de la ciudadanía.

La campaña se encuentra alineada a los siguientes objetivos estratégicos:

Objetivo Estratégico N.º 2: OES2-Pesem Minam 2017-2021
OES2: “Promover la sostenibilidad en el uso de la diversidad biológica y de los servicios ecosistémicos como activos de desarrollo del país”.

Objetivo Estratégico N.º 1: OEI.01 - PEI Sernanp 2019-2024
OEI.01 Consolidar el Sistema de Áreas Naturales Protegidas del Perú con muestras representativas de los ecosistemas

5.2. Justificación para la difusión en medios de comunicación masivos

Tomando en cuenta el tipo de mensaje a transmitir y el público objetivo al cual está dirigido, se apostará principalmente por las radios de frecuencia local. Asimismo, en ciudades más grandes, capitales regionales o la ciudad capital, se difundirá a través de prensa escrita, canales de televisión, pantallas gigantes o medios digitales. Todas estas acciones de comunicación serán

acompañadas con actividades de relaciones públicas y gestión en medios de informativos.

a) Radio

El “Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes 2018”, del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, considera que en el Perú la radio es el segundo equipo con mayor presencia en los hogares, tanto de Lima (80%) como en provincia (81%). Asimismo, se le considera como el medio de comunicación “más cercano a la gente” y “plural”.

En muchos de los departamentos del Perú, el número de estaciones radiales es abundante, lo cual permite diversificar las posibilidades para la contratación de postores. Las radios locales permiten incluso la participación de los principales actores de las ANP en la producción de los *spots*, por lo que el proceso se vuelve participativo. Para identificar las más idóneas, cada jefatura del ANP ha realizado un análisis de la cobertura de la emisora elegida a fin de que llegue a su público objetivo priorizado.

Además, en términos presupuestales, la radio ofrece un elevado nivel de audiencia a un bajo costo, por lo que invertir en este medio es efectivo y permite alcanzar los objetivos esperados.

b) Televisión

Según el reporte de “Estudio cuantitativo sobre consumo televisivo y radial en niños, niñas y adolescentes 2018”, del Consejo Consultivo de Radio y Televisión, la televisión está presente en los hogares del 100% de las y los peruanos en Lima y provincias.

Además, está posicionada como el medio de comunicación más consumido por la población peruana. A través de su señal conseguimos un impacto masivo gracias a su carácter visual. La mezcla de imágenes y sonidos transmite cercanía con la y el televidente, posicionándose como uno de los mejores medios para informar y entretener.

c) Medios escritos

Son medios con alto nivel de recepción y alcance. La lectoría diaria supera los miles de personas al interior del país, donde existen periódicos y revistas locales enfocados en noticias e informaciones regionales. Según el estudio TGI de Kantar

Ibope Media en el 2018, el 83% de peruanas y peruanos a nivel nacional lee los principales diarios semanalmente.

Su recepción se amplía ya que los medios escritos son leídos no solo por la persona que lo adquiere, sino que también pueden ser compartidos. Por otro lado, los diarios y revistas tienen una segmentación de mercado bien definida, por lo que es posible dirigir el mensaje a los nichos elegidos para la campaña. La selección de los medios escritos se ha realizado en base a estudios de niveles de lectoría y tiraje.

5.3. Presupuesto programado por área natural protegida

Detalle de la programación presupuestal dividida por ANP, correspondiente a las campañas de difusión en radio, televisión, medios escritos, entre otros, para el año fiscal 2022.

a. Reserva Comunal El Sira

ANP Y CAMPAÑA	MES	MEDIOS			INVERSIÓN TOTAL MENSUAL
		Radio (S/)	TV (S/)	Medios escritos (S/)	
Informar sobre el inicio del proceso de actualización del Plan Maestro.	MAY	150.00			150.00
Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	JUL	200.00		250.00	450.00 ⁷
SUBTOTAL		350.00	0	250.00	600.00

Programación presupuestal:

META N.º : 282 POA RESERVA COMUNAL EL SIRA
Fuente de financiamiento: Iniciativa PdP

ACTIVIDAD : INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y
DESARROLLO EN ANP ELABORADOS

⁷La asignación de este monto por parte de la Iniciativa PdP, en el segundo semestre, está sujeta a la ejecución que realice la jefatura de la Reserva Comunal El Sira de lo asignado en el I semestre.

b. Reserva Nacional Matsés

ANP Y CAMPAÑA	MES	MEDIOS			INVERSIÓN TOTAL MENSUAL
		Radio (S/)	TV (S/)	Medios escritos (S/)	
Informar sobre el inicio del proceso de actualización del Plan Maestro.	MAR			1000.00	1000.00
Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	ABR	500.00			500.00
Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	JUN	500.00			500.00
SUBTOTAL		1000.00	0	1000.00	2000.00

Programación presupuestal:

META N.º : 295 POA RESERVA NACIONAL MATSÉS
Fuente de financiamiento: Iniciativa PdP

ACTIVIDAD : INSTRUMENTOS DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO EN ANP ELABORADOS

c. Iniciativa Patrimonio Natural del Perú

ANP Y CAMPAÑA	MES	MEDIOS			INVERSIÓN TOTAL MENSUAL
		Radio (S/)	TV (S/)	Redes sociales (S/)	
Difundir la importancia de las áreas naturales protegidas y cómo beneficia a las poblaciones.	MAR			800.00	800.00
Difundir la importancia de las áreas naturales protegidas y cómo beneficia a las poblaciones.	ABR			17 700.00	17 700.00
SUBTOTAL		0	0	18 500.00	18 500.00

Programación presupuestal:

META N.º : 02 EVENTOS DE CONCIENTIZACIÓN
(Financiado por Profonampe a través del POA 2022 del Proyecto GEF6-PdP)

ACTIVIDAD : INICIATIVAS PARA FORTALECER Y RECONOCER EL VALOR DE LAS ANP

5.4. Resumen de presupuesto programado

El presupuesto total programado para la difusión de las campañas de comunicación es de S/ 21 100.00 soles; que corresponde a la fuente de financiamiento DyT de tipo de ingreso Iniciativa PdP, según el POA programado de cada ANP y de las actividades propias de la Iniciativa PdP.

N.º	ANP	Programación Financiera
1	RESERVA COMUNAL EL SIRA ⁸	600.00
2	RESERVA NACIONAL MATSÉS ⁹	2000.00
3	INICIATIVA PATRIMONIO NATURAL DEL PERÚ	18 500.00
TOTAL SERVICIO DE PUBLICIDAD		21 100.00

Fuente: Saldos SIAF al 10 marzo de 2022.

Nota: La Iniciativa PdP ejecutará estos gastos con sus propios recursos financieros.

⁸ Con presupuesto de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú.

⁹ Con presupuesto de la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú.

VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PRESUPUESTADAS

El nivel de cumplimiento de estas actividades de comunicación se reportará a través del informe trimestral, según se indica en el cronograma:

N.º	ANP	CAMPAÑA		CRONOGRAMA												
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
1	RESERVA COMUNAL EL SIRA	Informar sobre el inicio del proceso de actualización del Plan Maestro.	Radio					150.00								150.00
			Televisión													
			Medios escritos													
		Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	Radio							200.00						200.00
			Televisión													
			Medios escritos								250.00					
SUBTOTAL															600.00	
2	RESERVA NACIONAL MATSÉS	Informar sobre el inicio del proceso de actualización del Plan Maestro.	Radio													
			Televisión													
			Medios escritos			1000.00										1000.00

N.º	ANP	CAMPAÑA		CRONOGRAMA												
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
		Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	Radio				500.00									500.00
			Televisión													
			Medios escritos													
		Difundir la realización de los talleres informativos a las comunidades de influencia al ANP, en el marco del proceso de actualización del Plan Maestro.	Radio						500.00							500.00
			Televisión													
			Medios escritos													
SUBTOTAL															2000.00	
3	INICIATIVA PATRIMONIO NATURAL DEL PERÚ	Difundir la importancia de las áreas naturales protegidas y cómo beneficia a las poblaciones.	Radio													
			Televisión													
			Medios escritos													
			Redes sociales			800.00									800.00	
		Difundir la importancia de las	Radio													

N.º	ANP	CAMPAÑA		CRONOGRAMA												
				ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
		áreas naturales protegidas y cómo beneficia a las poblaciones.	Televisión													
			Medios escritos													
			Redes sociales				17 700.00									17 700.00
SUBTOTAL																18 500.00
TOTAL GENERAL																21 100.00

Fuente: POA de la Reserva Comunal El Sira y de la Reserva Nacional Matsés, así como el presupuesto asignado por la Iniciativa PdP para difundir las áreas naturales protegidas, con financiamiento de Profonanpe a través del POA 2022 del Proyecto GEF6-PdP, en su "Componente 2: Diversificación de fuentes para aumentar la financiación en las ANP. Tarea 2.1.2.2. Iniciativas para fortalecer y reconocer el valor de las ANP. Meta: 02 eventos de concientización".

VII. RESPONSABILIDADES

La UOFIICS será la encargada de supervisar el cumplimiento de los objetivos del Plan Anual de Publicidad 2022, de acuerdo a lo coordinado con la jefatura de la Reserva Comunal El Sira, la jefatura de la Reserva Nacional Matsés y la Iniciativa Patrimonio Natural del Perú.

Los encargados de estas campañas reportarán la ejecución mostrando el nivel de avance de las campañas de comunicación de acuerdo a la programación de su POA y del presente Plan Anual de Publicidad, en las evaluaciones trimestrales.

VIII. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Se coordinará con la (el) responsable titular del Portal de Transparencia a fin de efectuar la publicación de los contratos de publicidad, así como las tarifas a las que estén sujetos y/o la duración de los espacios contratados. La publicación deberá presentarse dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada trimestre en el Portal del Estado Peruano, así como en el portal institucional del Sernanp.

La UOFIICS deberá realizar un informe que contenga la evaluación de los resultados de la publicidad estatal. Dicho informe deberá ser emitido, a través de la Gerencia General, al Órgano de Control Institucional dentro de los diez (10) días siguientes al vencimiento de cada campaña, según lo dispuesto en el artículo 6.º de la Ley N.º 28874, que Regula la Publicidad Estatal.

IX. REPROGRAMACIÓN

Durante el ejercicio presupuestal es posible una actualización del Plan Anual de Publicidad 2022, en función a las acciones y políticas del sector dispuestas por la Alta Dirección bajo coordinación con las dependencias o jefatura de las ANP involucradas. En caso de existir una actualización para la ejecución de alguna de las campañas de publicidad programadas se deberá coordinar con la UOFIICS, la misma que deberá hacer mención si esta afectará o no al logro de los objetivos establecidos en cada campaña presentada en el presente Plan Anual de Publicidad.

De proceder la justificación, el ANP podrá solicitar la reprogramación de su respectivo Plan Operativo Anual en periodos posteriores al trimestre evaluado, siguiendo el procedimiento PPI 02-02: "Reprogramación del POI", aprobado en el "Manual de Procesos y Procedimientos" de la Oficina de Planeamiento y Presupuesto. Una vez realizada la reprogramación del POA se procederá a realizar la actualización del Plan Anual de Publicidad.