OSITRAN

Firmado por: ZAMBRANO COPELLO Rosa Veronica FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 17:47:21 -0500

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA

N° 0001-2024-PD-OSITRAN

Lima, 03 de enero de 2024

VISTOS:

El Memorando N° 0201-2023-OCC-PD-OSITRAN, de la Oficina de Comunicación Corporativa; el Memorando Nº 0556-2023-GAJ-OSITRAN, de la Gerencia de Asesoría Jurídica; y el Memorando N° 00715-2023-GG-OSITRAN, de la Gerencia General; y,

CONSIDERANDO:

Que, mediante la Ley N° 26917, Ley de Supervisión de la Inversión Privada en Infraestructura de Transporte de Uso Público, se creó el Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público, encargado de normar, regular, supervisar, fiscalizar y resolver controversias respecto de los mercados relativos a la explotación de la infraestructura de transporte de uso público;

Que, el artículo 8 del Reglamento de Organización y Funciones del Ositrán, aprobado por el Decreto Supremo N° 012-2015-PCM, y sus modificatorias, señala que la Presidencia Ejecutiva, en el marco de los fines institucionales, conduce las estrategias de comunicación, proyección de la imagen y reputación institucional, así como las relaciones públicas en el ámbito nacional o internacional; para lo cual, cuenta con una Oficina de Comunicación Corporativa;

Que, de conformidad con el artículo 9, numeral 6 del citado Reglamento de Organización y Funciones, la Presidencia Ejecutiva tiene la función de aprobar normas, directivas, manuales y otros documentos de carácter institucional que se requiera para el cumplimiento de los fines de Ositrán;

Que, el Plan Operativo Institucional 2024, aprobado mediante la Resolución de Presidencia N° 056-2023-PD-OSITRAN, contempla como Objetivo Estratégico Institucional OEI 03: “Modernizar la gestión institucional”, siendo responsable la Oficina de Comunicación Corporativa de la Actividad Estratégica Institucional AEI.03.01: “Imagen institucional fortalecida del Ositrán”;

Que, por medio del Memorando N° 0201-2023-OCC-PD-OSITRAN, la Oficina de Comunicación Corporativa del Ositrán, en el marco de las estrategias de comunicación, ha presentado la “Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2024” del Ositrán, en la cual se señala que la gestión de la comunicación configura la proyección de una institución hacia la sociedad y es indispensable para transmitir y mostrar su razón de ser y de estar en el sistema del Estado, que convergen en satisfacer las necesidades de una comunidad, por lo que es importante la comunicación institucional como una pieza estratégica transversal en el proceso de crecimiento y desarrollo del Ositrán;

Que, asimismo, la Oficina de Comunicación Corporativa ha señalado que la aprobación de la “Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2024”, le permitirá desarrollar y gestionar con eficiencia y colaboración de las unidades orgánicas, la Estrategia planteada e implementar las actividades detalladas en el Plan de Comunicación orientados a fortalecer la imagen del Ositrán, en concordancia con el OEI 03 del Plan Operativo Institucional 2024;

Que, mediante el Memorando N° 0556-2023-GAJ-OSITRAN, la Gerencia de Asesoría Jurídica ha señalado que considera jurídicamente viable la aprobación de la “Estrategia y Plan de

Visado por: MEJIA CORNEJO Juan Carlos FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 12:28:08 -0500

Visado por: CHOCANO PORTILLO JAVIER EUGENIO MANUEL JOSE 20420248645 soft
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 12:19:10 -0500

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 11:47:39 -0500

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 11:46:36 -0500

Comunicación Institucional 2024", la cual se efectúa en el marco de la estrategia de comunicación del Ositrán, contemplado en el artículo 8 del Reglamento de Organización y Funciones del Ositrán;

Que, mediante Memorando N° 00715-2023-GG-OSITRAN, la Gerencia General ha expresado su conformidad con la aprobación de la "Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2024";

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 26917, Ley de Supervisión de la Inversión Privada en Infraestructura de Transporte de Uso Público, y el Reglamento de Organización y Funciones del Ositrán, aprobado por Decreto Supremo N° 012-2015-PCM, y modificatorias;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Aprobar la Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2024, que, como anexo, forma parte integrante de la presente resolución.

Artículo 2.- Disponer que la Oficina de Comunicación Corporativa sea la unidad de organización encargada de su implementación.

Artículo 3.- Publicar la presente Resolución en el Portal Institucional del Ositrán ubicado en la Plataforma Digital Única del Estado Peruano para Orientación al Ciudadano (www.gob.pe/ositran).

Regístrese, comuníquese y publíquese.

Firmada por
VERONICA ZAMBRANO COPELLO
Presidente del Consejo Directivo
Presidencia Ejecutiva

Visada por
JUAN CARLOS MEJIA CORNEJO
Gerente General
Gerencia General

Visada por
JAVIER CHOCANO PORTILLO
Jefe de la Gerencia de Asesoría Jurídica
Gerencia de Asesoría Jurídica

Visada por
MARÍA DEL ROSARIO BAZALAR HUAMÁN
Coordinadora de la Oficina de Comunicación Corporativa
Oficina de Comunicación Corporativa

NT: 2024000489

Calle Los Negocios N°182, piso 4
Surquillo - Lima
Central Telefónica: (01)500-9330
www.ositran.gob.pe

ESTRATEGIA Y PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2024

OSITRÁN

OFICINA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 11:47:47 -0500

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 04/01/2024 11:46:47 -0500

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 29/12/2023 16:49:20 -0500

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

1. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La gestión de la comunicación configura la proyección de una institución hacia la sociedad y es indispensable para transmitir y mostrar su razón de ser y de estar en el sistema del Estado que, convergen en satisfacer las necesidades de una comunidad. De ahí, la visión de la Comunicación Institucional como una pieza estratégica fundamental y transversal en el proceso de crecimiento y desarrollo del Ositrán para alcanzar un posicionamiento diferenciado y generar una imagen favorable al servicio de los ciudadanos.

Este encargo ha sido dado a la Oficina de Comunicación Corporativa (OCC), área que depende orgánicamente de la Presidencia Ejecutiva, y quien, de acuerdo al artículo 8 del Reglamento de Organización y Funciones del Ositrán, aprobado por Decreto Supremo N° 012-2015-PCM, modificado por Decreto Supremo N° 006-2016-PCM y por Decreto Supremo N° 038-2016-PCM, en el marco de los fines institucionales, conduce las estrategias de comunicación, proyección de la imagen y reputación institucional, así como las relaciones públicas en el ámbito nacional o internacional.

La comunicación institucional es transversal a todas las unidades de organización del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositrán), y se desarrolla con mayor protagonismo a través del ecosistema multimedia que demanda la actualización constante de los medios de difusión y de los equipos de trabajo con visión 360º.

Nuestra comunicación está vinculada a los objetivos establecidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI), a nuestra política y valores en concordancia con la misión y visión, orientada por líneas de comunicación efectivas con enfoque integral y dinámico encaminados a obtener un mejor conocimiento y valoración del Ositrán por los grupos de interés y ciudadanía en general.

En esta línea, el Plan Estratégico Institucional 2024-2028 aprobado por Resolución de Consejo Directivo N° 0048-2023-CD-OSITRAN del 20 de octubre de 2023, contempla dentro de su Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 03 “Modernizar la gestión institucional”, la Acción Estratégica e Inversión 03.1 Imagen fortalecida del Ositrán”, a cargo de la OCC.

Tomando estas consideraciones se desarrolla la Estrategia de Comunicación Institucional 2024, alineada a su vez al desarrollo actual del ecosistema multimedia, a las nuevas tecnologías, al impacto de las tendencias y a la percepción del público objetivo; así como a los canales convencionales del proceso de información. Todo ello, con herramientas que se ven reflejadas en el Plan de Comunicación Institucional orientado a transmitir veraz y oportunamente información de interés a los usuarios de las infraestructuras y Empresas Prestadoras dentro de nuestro ámbito de supervisión.

2. NUESTRA INSTITUCIÓN

El Ositrán, creado en enero de 1998 por Ley N° 26917, es un organismo público descentralizado, adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con autonomía administrativa, funcional, técnica, económica y financiera.

El Ositrán tiene como funciones generales supervisar, regular, normar, fiscalizar, sancionar, solucionar controversias y atender reclamos respecto de actividades o servicios que involucren la explotación de la infraestructura de transporte de uso público como carreteras, aeropuertos, puertos, vías férreas –incluido el transporte de pasajeros en el Metro de Lima y Callao–, así como la Hidrovía Amazónica, contribuyendo al fortalecimiento institucional y en especial a las capacidades del Estado para atender necesidades del ciudadano que utiliza los servicios de carreteras, aeropuertos, puertos, vías férreas e hidrovías concesionadas[1].

2.1 Política Institucional

El Ositrán es una organización ágil, comprometida, dinámica, moderna y eficiente en todas sus funciones y atribuciones para verificar el cumplimiento de las obligaciones contractuales que tienen las empresas prestadoras y las prestaciones de servicios eficientes y de calidad para los usuarios[1].

Cuenta con una organización capaz de tomar decisiones rápidas, eficientes y articuladas, con la finalidad de impulsar el progreso sostenible de una infraestructura de transporte de calidad y en beneficio de los usuarios y el país. Para ello, se dota de personal competente y comprometido con los objetivos y actividades del Organismo.

La gestión está comprometida con la transformación digital, la generación de datos abiertos, el fortalecimiento de capacidades de sus servidores públicos, la promoción y gestión de un clima laboral saludable, así como la continuidad y mejora de gestión de riesgo de desastres como parte del enfoque preventivo a nivel institucional y en nuestras competencias misionales.

Asimismo, buscamos trabajar de manera coordinada, comprometida y articulada con los usuarios y las instituciones públicas, privadas nacionales e internacionales, estandarizando, sistematizando y compartiendo información; así como habilitando espacios para la difusión de lecciones aprendidas, y de esta manera generar conocimientos que apoyen en el accionar de la institución.

Objetivos prioritarios:

1. Contribuir a la generación de una infraestructura de transportes de calidad, en beneficio de toda la población.
2. Generar las condiciones necesarias para una adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Infraestructuras de Transporte de Uso Público (ITUP) bajo competencia del Ositrán.
3. Gestión administrativa moderna, ágil y transparente.
4. Incrementar servicios públicos digitales inclusivos, seguros y empáticos disponibles para la organización y la ciudadanía.
5. Reducir la vulnerabilidad ante el riesgo de desastres en el Ositrán.

[1] Plan Operativo Institucional 2024-2026.

2.2 Misión

Promover el cumplimiento de las obligaciones contractuales en la infraestructura de transporte de uso público concesionada, en beneficio de toda la población, contribuyendo a la generación de conectividad eficiente y de calidad.

2.3 Cultura organizacional

Nuestros valores

Orientamos nuestra gestión al logro de resultados, demostrando profesionalismo y criterio técnico para el desarrollo de nuestras funciones y para brindar servicios eficientes y de calidad a nuestros usuarios. Con equipos versátiles, capaces de adaptarse al cambio, utilizando metodologías ágiles y apoyándonos en la tecnología para la mejora continua.

Tomamos decisiones de manera justa, objetiva, técnica y transparente en beneficio de la sociedad, cautelando el bien común y respetando los intereses de cada una de las partes.

Estamos comprometidos con la satisfacción de las necesidades y la generación de valor a nuestros usuarios y servidores, con calidad en el ejercicio de nuestro rol y espíritu innovador.

Somos honestos y congruentes con los principios de respeto, equidad, inclusión y autocontrol, cumpliendo la normativa. Compartimos información y rendimos cuentas para mantener la confianza y credibilidad en nuestra labor y funciones.

2.4 Política de Calidad

El Ositrán, alineado con su misión, visión y valores es un equipo de trabajo comprometido con la mejora continua de nuestros procesos para garantizar y maximizar el funcionamiento eficiente de los mercados de infraestructura de transporte de uso público (ITUP), del servicio de transporte de pasajeros del Metro de Lima y Callao, y su calidad en beneficio de los usuarios, las empresas concesionarias y el Estado a través de nuestra intervención[2].

[2] Política de Calidad del Ositrán aprobada mediante Acta Nº 1 del Sistema Integrado de Gestión (setiembre 2020).

En el ámbito de esta Política de Calidad, nos comprometemos públicamente con:

- La calidad de los servicios en las ITUP.
- La satisfacción y bienestar de los usuarios.
- La excelencia institucional interna y externa.
- El diseño y cumplimiento normativo en el ámbito de nuestras competencias, así como de otros requisitos voluntarios que el Ositrán decide cumplir.

3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

EL QUÉ (¿POR QUÉ?)

La Estrategia de Comunicación del Ositrán responde al por qué de la comunicación institucional, se enfoca en determinar los objetivos finales y parciales, se anticipa a los caminos a tomar para alcanzar las metas, analiza los factores que intervienen en el desarrollo de la misma, estudia a los públicos objetivo con atención en los usuarios, analiza el posicionamiento actual y lo que se requiere para mejorar. Es la base de todos los planes, pues ayuda a conocer cuál es verdadero objetivo que perseguimos y a tener en cuenta imprevistos, nuevos enfoques y otros factores importantes que pueden llegar a ser un impedimento para el correcto desarrollo de algunas de las tareas de los planes.

Siendo el Ositrán un organismo técnico, el reto de comunicar de modo directo y simplificado cada uno de los temas que nos competen, crece frente a públicos diversos y masivos.

Por ello, en esta estrategia reunimos la forma integral y coherente de una **comunicación asertiva** que prioriza el enfoque visual, audiovisual y sonoro dentro del espacio multimedia, por lo que, se requiere detectar los escenarios en que la sociedad se está moviendo para crear el soporte motivacional a proyectar con el fin de mantener el espacio que le corresponde.

Junto a la Estrategia de Comunicación, contamos con instrumentos que complementan la gestión de la comunicación efectiva, como son:

- Manual de identidad visual
- Manual de estilo

a. Análisis de la situación

Durante el 2023 hemos desarrollado una comunicación estrechamente correlacionada al POI 2023 de la OCC, las nuevas formas de comunicar asociadas a las plataformas de difusión con las que cuenta la institución; recogiendo las lecciones aprendidas y oportunidades de mejora que son parte de la evolución de las comunicaciones.

Con todo ello, se ha podido gestionar el relacionamiento con los medios de comunicación con la difusión de notas de prensa en un promedio mensual de seis, es decir, que más de una vez a la semana, los medios masivos se enteraron de las acciones que el Ositrán realiza como parte de sus funciones en beneficio de la ciudadanía; además de la gestión de entrevistas, principalmente a la presidenta de la institución en temas macro que marcan la pauta de la infraestructura de transporte concesionada.

Gestión periodística
(a noviembre 2023)

Herramientas	Emitidas	Impacto en medios
Notas de prensa	78	1596

La gestión de las redes sociales ha continuado siendo uno de los motores principales para la comunicación externa del Ositrán, habiendo alcanzado un crecimiento sostenible en Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin y Youtube.

Redes sociales 2023
(a noviembre 2023)

	Seguidores		
	Octubre	Noviembre	Diciembre
FACEBOOK	38 309	38 614	38 816
TWITTER	73 533	73 751	73 988
LINKEDIN	18 218	18 297	18 562
INSTAGRAM		6533	6702
YOUTUBE	1478	1483	1502

Publicaciones	Alcance
1069	115 923
1040	240 300
621	166 245
753	11 764
74	223 404

b. Análisis estratégico

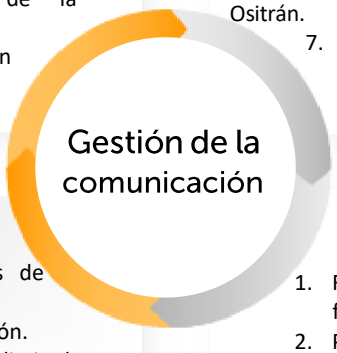
FODA comunicacional

Fortalezas

1. Contar con importantes alcances sobre supervisión, regulación, fiscalización, atención de reclamos, solución de controversias, deberes y derechos de interés para los usuarios y ciudadanía.
2. Ser el máximo organismo competente en materia de supervisión y regulación de infraestructura de transporte.
3. Ser un ente regulador que dentro del aparato estatal cuenta con autonomía técnica.
4. Oficina de comunicación con especialistas de los diferentes ámbitos de la comunicación.
5. Herramientas digitales a disposición para la comunicación multimedia.

Oportunidades

1. Contenidos para informar a diversos grupos de interés por tipo de ITUP.
2. Ser referente en aplicación de normativas para concesiones de infraestructuras.
3. Visibilizar el buen desempeño del equipo profesional del Ositrán a través de artículos de opinión.
4. Potenciar la comunicación visual, audiovisual y sonora online.
5. Utilizar las plataformas de difusión digital que tiene la institución.
6. Empleo de canales virtuales para difundir el rol de Ositrán.
7. Trabajo en equipo de la Alta Dirección para la gestión de la comunicación.



Debilidades

1. Limitación de vocería en temas de derechos y deberes de los usuarios supervisión, fiscalización y regulación.
2. Falta de supervisión in situ, lo cual limita la transmisión de información inmediata del rol supervisor hacia los canales de difusión.
3. Intemporalidad de la información para difusión.
4. Falta de documentos normativos que respalden la gestión de la comunicación.
5. Carencia de especialista en comunicación audiovisual por falta de presupuesto.

Amenazas

1. Reducir el impacto del rol del Ositrán frente a la ciudadanía.
2. Pérdida de presencia en medios de comunicación y de difusión masiva.
3. No lograr ser referente de supervisión de la infraestructura de transporte concesionada ante la opinión pública.
4. Afectación a la imagen institucional.
5. Pérdida de visión global para la comunicación transversal.
6. Salir de la esfera de la comunicación audiovisual de impacto y tendencia actual.
7. No se cuenta con partida presupuestal para publicidad.

3.2 Imagen Institucional

Es el conjunto de percepciones que los diversos grupos de interés, tanto internos como externos, tienen sobre Ositrán, caracterizado por un elevado grado de subjetividad (afectiva y racional) y dinamismo, sensible a los cambios del entorno y a los propios del usuario. Refleja el resultado del comportamiento desarrollado por la institución a lo largo de 25 años de existencia y describe su capacidad para distribuir valor a todos los grupos de interés, proporcionándoles experiencias satisfactorias que generan mayor recordación con la visión de mantener la razón de ser de la institución.

Por ello, que de una comunicación asertiva provienen activos, como una buena imagen, que siendo intangibles otorgan un gran valor para forjar estrategias y planes directos y enfocados en cada grupo de interés con el fin de generar afinidad, identificación, confianza, credibilidad, alianzas y atracción de talentos, cuyo origen reside en experiencias, creencias, actitudes e informaciones que el usuario tiene con respecto a la institución.

3.3 Posicionamiento

El posicionamiento radica en diferentes aspectos que configuran una imagen favorable para el público objetivo del Ositrán, reflejando parámetros diferenciados que generen una amplia permanencia en la sociedad. Para ello, la comunicación debe estar orientada a transmitir información con valor, de interés público, transparente, que aporte conocimiento y si es posible, entretenimiento. Del contenido que difundamos depende en gran parte el posicionamiento de la institución y garantiza visibilidad.

El desarrollo de la comunicación externa debe estar estrechamente vinculada a nuestro primer objetivo estratégico “Fortalecer el posicionamiento del Ositrán en relación a sus grupos de interés y ciudadanía en general”.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

En línea con el OEI 03 “Modernizar la gestión institucional”, el objetivo general es:

Fortalecer la imagen del Ositrán a través de sus tres indicadores:

- Medir el índice de efectividad de la gestión institucional.
- Medir el índice de percepción de los agentes relacionados a las ITUP sobre el Ositrán.
- Medir el índice de posicionamiento institucional.

4.2 Objetivos específicos

- Promover la visibilidad del Ositrán ante la opinión pública como el ente supervisor y regulador que garantiza la calidad de la infraestructura de transporte de uso público concesionada.
- Reafirmar el compromiso de la institución en la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

- Convertirse en referente de supervisión, regulación y fiscalización de infraestructura de transporte público concesionada.
- Afianzar el relacionamiento con los medios de comunicación como canal de difusión y llegada masiva.
- Diferenciar el rol del Ositrán con el de otras instituciones del sector.
- Promover campañas de comunicación temáticas hacia los distintos grupos de interés.
- Fortalecer la comunicación gráfica y audiovisual en las plataformas de comunicación de la institución.
- Fomentar la participación de los usuarios a través de nuestras redes sociales.
- Impulsar el desarrollo de contenidos educativos hacia la comunidad escolar y universitaria.
- Generar alianzas informativas con las instituciones vinculadas al sector y los medios de comunicación.
- Optimizar y adecuar las nuevas tecnologías y herramientas de comunicación en el proceso informativo.
- Establecer canales directos y de retroalimentación con el público objetivo.

5. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- Gestionar la difusión de contenidos informativos y explicativos en los medios de comunicación semanalmente, mediante notas de prensa, entrevistas a voceros y columnas de opinión.
- Reforzar la difusión y los mensajes clave en las plataformas de comunicación digital con el desarrollo de la comunicación audiovisual, visual y sonora.
- Diseñar un plan de contenidos de difusión que conecte y fidelice a los grupos de interés con la institución.
- Promover campañas informativas creativas, con impacto visual y audiovisual en nuestras redes sociales y plataformas digitales.
- Proporcionar herramientas educativas dirigidas a los diferentes grupos de interés: usuarios finales e intermedios, periodistas, líderes políticos, congresistas, etc.
- Anticiparse a posibles escenarios de conflicto mediante el estado alerta del Comité de Crisis.
- Fortalecer las relaciones institucionales en el ámbito nacional e internacional para generar alianzas informativas, de capacitación e intercambio de experiencias.

6. EL MENSAJE

El mensaje es el factor clave de nuestra comunicación. Transmitirlo con nitidez nos permitirá llegar a tiempo al público objetivo, cumpliendo su misión sin interferencias y sin intermediarios.

Los mensajes institucionales deben ser:

- Directos
- Lenguaje sencillo (no simple)

- Explicativos y concisos en temas técnicos
- Para todo público
- Permanentes
- Repetitivos en menciones a Ositrán
- Reiterativos en el rol de Ositrán

6.1 Mensajes de la gestión

- Somos el supervisor de la infraestructura de transporte de uso público concesionada.
- Los usuarios son el fin último del Ositrán.
- Buscamos mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
- Garantizamos los deberes y derechos de los usuarios de las ITUP.
- El rol de Ositrán es vital para lograr que los proyectos en infraestructura de transporte se transformen en inversión efectiva, contribuyendo a la reducción de la brecha en infraestructura en el país.
- Neutralidad, es la principal característica del Regulador.
- Entregamos a la ciudadanía y al Congreso de la República nuestro Informe Anual de Desempeño como parte de nuestra política de mejora regulatoria y transparencia.
- Nuestra idea principal es generar confianza en el administrado. Saber que el organismo impone medidas o herramientas que hagan posible que nuestro trabajo sea siempre muy técnico y lo más alejado de intereses subalternos.
- Somos un equipo humano comprometido con todos los usuarios de las ITUP.

7. PÚBLICO OBJETIVO: GRUPOS DE INTERÉS

- Usuarios finales de las ITUP
- Usuarios intermedios: Consejos de Usuarios, gremios, asociaciones
- Medios de comunicación: periodistas, columnistas, líderes de opinión
- Instituciones públicas
- Colaboradores del Ositrán
- Organizaciones del sector
- Empresas Prestadoras: Concesionarias, CORPAC y ENAPU
- Comunidad educativa escolar y superior
- Organismos Internacionales

8. TÁCTICAS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Para poner en marcha la estrategia de comunicación del Ositrán se han previsto utilizar las siguientes tácticas:

8.1 Eslogan institucional

Ositrán, contigo en tu ruta

8.2 Plan anual de contenidos

Mapear y proyectar los temas para difusión, diferenciados y clasificados con valor añadido para cada público objetivo permitirán captar la atención de estos, despertar su interés, fidelizarlos, incentivarlos a ponerse en contacto con la institución y convertirlos, finalmente en un aliado.

Los contenidos de interés público que debemos transmitir se relacionan con las funciones de supervisión, regulación, fiscalización, normativa, solución de reclamos y controversias, así como, a la defensa de los derechos y deberes de los usuarios, rendición de cuentas, transparencia, concurso de cuentos, tecnologías de la información al servicio de los ciudadanos, canales de atención presenciales y virtuales, entre otros.

8.3 Relacionamiento con medios de comunicación

La estrategia se centra en la gestión de la comunicación periodística focalizada por sectores de competencia, desarrollando un plan de medios con base en los objetivos anuales, de modo que nos permita alcanzar el posicionamiento deseado, poner temas en agenda, establecer un relacionamiento con los medios y sus líderes de opinión sustentable en el tiempo y, generando noticias de interés para desarrollar un impacto real en los usuarios y la ciudadanía. De este modo, podremos reforzar nuestra identidad institucional y reconocimiento.

Para ello se requiere, además de a difusión de notas de prensa, contar con voceros para entrevistas en medios de comunicación y artículos sobre temas clave firmados por los líderes de las unidades orgánicas.

8.4 Redes Sociales

Estas plataformas virtuales continúan atrayendo a usuarios de todas las edades con intereses muy diversos. A través de ellas, podemos crear y mantener comunidades digitales de usuarios, fortaleciendo la presencia de la institución con difusión de contenido de valor técnico vinculado a nuestros objetivos y a los intereses de los usuarios. De este modo se informa, educa, conecta y convence desde la emotividad (inspiración), la autenticidad y la interacción.

Este año apostaremos por el nacimiento de nuestra cuenta en TikTok, una red que extiende sus raíces aceleradamente para muchos tipos de contenido, incluidos los provenientes de las instituciones públicas.

El Digital News Report 2022 del Instituto Reuters reveló que los peruanos siguen prefiriendo Facebook, y que TikTok y Youtube son las redes que más han crecido en dicho año.

Top social media and messaging

Peru

Rank	Brand	For news	For all
1	Facebook	67% (-2)	81%
2	YouTube	39% (+4)	74%
3	WhatsApp	34% (-8)	70%
4	Instagram	22% (+4)	47%
5	TikTok	16% (+9)	37%
6	Twitter	15% (+2)	26%

Get the data · Embed

REUTERS INSTITUTE | UNIVERSITY OF OXFORD

Por ello, esta táctica de la estrategia está orientada a nuestras cinco redes sociales, como parte del ecosistema digital en el siguiente orden de prioridades:

- Facebook: potenciar el sentimiento de pertenencia y engagement (relación sólida)
- Youtube: fuente de consulta audiovisual permanente con fines periodísticos y educativos.
- Instagram: humanizar a Ositrán mediante fotos y/o videos con mensajes cercanos.
- Twitter: informar a los medios de prensa las acciones realizadas desde el Ositrán
- LinkedIn: reforzar la percepción de los usuarios profesionales del sector y otros.

8.5 Comunicación digital multimedia

Muy cercana a las redes sociales está la comunicación 2.0 (web 2.0), lo que ha generado el nacimiento de un nuevo usuario que pasa de ser pasivo a un creador de contenidos para compartirlos con su entorno y más allá. Ha propiciado que todos seamos emisores en potencia y la información esté a disposición de todos los que tienen acceso a múltiples plataformas: blogs, web, redes sociales, formatos de audio y video, textos). En ese sentido, el desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales deben tener prioridad en la comunicación institucional.

8.6 Periodismo de Marca: Más valor

Da la oportunidad de crear contenidos de valor e ideas virales o noticiosas para inspirar, educar, informar y convencer a las audiencias, generando vínculos emocionales. Nos permite atraer y guiar a los usuarios con contenido informativo, actual, relevante, valioso y de entretenimiento que, de un modo indirecto se relaciona al Ositrán. Hablamos de los podcasts informativos, el desarrollo de storytelling, que es la forma de plantear una historia; y Transmedia, que es un fraccionamiento intencionado de la historia y su difusión a través múltiples canales.

8.7 Entrenamiento en Medios: Potencia tus encuentros

Esencial en la Estrategia de Comunicación Institucional porque permite a los voceros desempeñarse de manera eficaz durante un encuentro con medios para codirigir las entrevistas, salvar situaciones y marcar la pauta mediática. El entrenamiento en medios brinda elementos, técnicas y habilidades necesarias para entregar los mensajes que, como institución deseamos. El entrenamiento potencia los encuentros con todo tipo de medios de comunicación y ayudan a convertirnos en fuente de información confiable, accesible y empática.

8.8 Manejo de Crisis: La oportunidad de la adversidad

Como sabemos, las percepciones desfavorables afectan la reputación. Por ello, la atención a la Comunicación de Crisis permitirá anticiparse, reaccionar y mantener abiertas las líneas informativas, ya sea en un entorno mediático tradicional o digital o en un entorno político, para evitar que nuestros grupos de interés obtengan una mala imagen. A pesar de lo inesperado de las crisis, la institución es la responsable de delimitar los posibles riesgos que ella misma pueda generar, derivados de nuestra propia actividad. La idea es darle la vuelta a la adversidad y coinvertirla en la oportunidad para sacar a luz una fortaleza.

8.9 Visualización de datos

La visualización de datos es una representación gráfica de la información y los datos. Mediante el uso de elementos visuales, como gráficos y mapas, la visualización de datos ofrece una manera accesible para detectar y comprender las tendencias, los valores atípicos y los patrones en los datos. En el mundo de los big data, las herramientas y las tecnologías de visualización de datos son esenciales para analizar grandes cantidades de información y tomar decisiones basadas en los datos.

PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2024

El plan es el camino al éxito. Es la forma de estructurar tareas, responsables y medir resultados.

Después de definir la Estrategia de Comunicación, corresponde establecer cómo, dónde y cuándo se pondrá en marcha. Presentamos la lista de tareas analizadas y establecidas para el desarrollo eficaz de la comunicación institucional, acorde a la evolución de las comunicaciones, las cuales se deben implementar, seguir, medir y evaluar. Este plan recopila la información proporcionada por las unidades de organización, en cuanto a sus necesidades de comunicación externa, las indagaciones propias de la OCC sobre temas clave y se correlaciona con las actividades contempladas en el POI OCC 2024. Vale aclarar que en este plan no se incluyen los contenidos y temas de inmediatez y coyuntura del día a día por ser variables.

OEI 03 Modernizar la gestión institucional
AEI 03.1 Imagen fortalecida del Ositrán
AOI 01.02.01: Gestión del Plan de Comunicación Institucional

TAREAS ESTRATÉGICAS	ACCIONES		PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA I TRIM	II TRIM	III TRIM	IV TRIM
Diseño de estrategias y planes de comunicación específicos		Crear y proyectar estrategias de comunicación por temas clave con un plan de acciones y/o actividades orientadas a lograr los objetivos propuestos de difusión y alcance.	Todos los grupos de interés	Audiencia Pública de Rendición de Cuentas 2024 (OCC)			x		
				CEU 2025 Charla presencial en universidades para difundir el curso de extensión universitaria. Colocación de afiches en universidades.			x	x	x

				Asistencia a ferias de empleabilidad				
				Banco de Proveedores (JLCP)	x		x	
				Portal de Datos Abiertos (JTI)	x			
				Firma Digital Móvil (JTI)	x	x		
				Implementación del SGE (Sistema de Gestión de Expedientes Electrónicos) (JTI)			x	
				Implementación de OSITRÁN WORKSPACE			x	
				Reglamento para el uso de la Mesa de Partes Virtual y Casilla Electrónica del Ositrán	x			
				Cómo acceder a un documento notificado a través de la Casilla Electrónica del Ositrán.	x			
				Cómo visualizar los anexos de un documento notificado por el Ositrán.	x			
				Cómo restablecer la contraseña de mi	x			

				usuario de la Sede Digital del Ositrán.					
				Cómo acceder al Libro de Reclamaciones del Ositrán			x		x
Gestión y cobertura periodística institucional		• Cobertura fotográfica y audiovisual, redacción de notas de prensa y difusión. Gestión de entrevistas con medios de comunicación. Difusión dirigida con medios especializados. • Cobertura integral de las actividades públicas de la PD. • Establecer contacto directo con los supervisores in situ para difundir actividades de supervisión acompañadas de fotos de la infraestructura con información descriptiva.	Opinión pública	Planes de Negocios 2024	Notas de prensa y comunicados difundidos	x			
				Consejos de usuarios de alcance regional y nacional		x	x	x	x
				Encuentro Nacional de los Consejos de Usuarios			x		
Gestión de contenidos económicos para difusión masiva y especializada		• Búsqueda permanente de información de interés público en las diferentes áreas de la institución. • Redacción de notas y artículos de interés. • Difusión en medios.	Opinión pública	Inversiones Supervisión Atención al usuario Regulación Atención de reclamos y solución de controversias	Notas de prensa o artículos publicados	x	x	x	x
Gestión de contenidos de los portales web		• Actualización a solicitud de las unidades de organización. • Mejora publicaciones, memoria institucional. • Sala de prensa: Ubicar el material de las secciones de	Todos		Acciones	x	x	x	x

		comunicaciones: Notas de prensa, comunicados, boletines informativos, galería multimedia, concurso de cuentos, otras periodístico (notas de prensa, comunicados, informes, galerías de foto en alta calidad, videos y otros en un espacio de la web para uso de los periodistas y público en general. • Mapa de concesiones: Desarrollar el mapa de concesiones a través de Google Earth para facilitar la ubicación inmediata y precisa de las concesiones supervisadas. • Actualizar y difundir el link del Comité para Igualdad de Género e Inclusión							
Gestión de redes sociales		• Elaborar la estrategia mensual de publicaciones por cada red social. Desarrollar la malla semanal de publicaciones con piezas gráficas y audiovisuales de impacto. • Proyectar contenidos de coyuntura e inmediatez con una visión estratégica de temas y eventos de coyuntura y campañas de conocimiento sobre deberes y derechos de los	Todos	Deberes y derechos de los usuarios	Crecimiento de la comunidad Número de interacciones	x	x	x	x
				Canales de atención		x	x	x	x
				Supervisión in situ		x	x	x	x
				Reclamos y denuncias		x	x	x	x
				Aniversario de concesiones		x	x	x	x
				Inversiones		x	x	x	x
				ITUP		x	x	x	x
				Uso de la MPV (OGD)			x		

		usuarios, etc., con textos que resalten mensajes y datos clave. • Desarrollo de campañas de difusión con temas de posicionamiento estratégico. • Lanzamiento de la red TikTok • Utilizar las herramientas modernas de comunicación visual: videos (informativos, periodísticos, animados, educativos, orientadores), piezas gráficas 2D y 3D (gifs, cinemagrafías, infografías, flyers, 360°) galería de fotos (informativas, descriptivas, expositivas, arquitectónicas). • Desarrollo del periodismo de marca a través del podcast de Ositrán. • Creación de la sección de videos "el supervisor", que muestran la labor de supervisión del Ositrán por infraestructura. • Videos del alcance de cada una de las infraestructuras • Creación del espacio "Ositrán360°" que muestra fotografías en ángulo de 360°, las infraestructuras supervisadas. • Difusión de videos editados por otras áreas. • Concurso "aciertos Ositrán en el que se planteen preguntas dos		Actividad de sensibilización en red vial (GAU)				x	x
				Actividad de sensibilización en O.D. Arequipa, Cusco y Loreto			x	x	

		veces x semana sobre lo antes difundido.							
Gestión de las directrices para la comunicación institucional		Consolidar las nuevas formas de comunicación para redefinir la política y los lineamientos que permitan el uso enfocado de los elementos de la comunicación externa del Ositrán, con la finalidad de transmitir los mensajes de manera directa, asertiva y estratégica.	Colaboradores	Actualización Manual de Identidad Visual Glosario de términos	Documento		x	x	x
Diseño visual para comunicación digital e impresa		• Diseñar las diferentes piezas gráficas de la institución para fortalecer la comunicación visual. • Diagramar contenidos editoriales. • Ilustrar contenidos educativos e informativos.	Todos		Número de piezas	x	x	x	x
Creación, diseño y edición de contenidos para la comunicación audiovisual		• Proponer y diseñar contenidos en formato audiovisual para difusión en las diferentes plataformas de la institución.	Todos		Contenidos publicados	x	x	x	x

		• Editar videos de impacto comunicacional.							
Gestión de eventos		• Identificación de socios estratégicos para la organización del evento. • Gestión y difusión. • temas de regulación, brecha de infraestructura, entre otros. • Participación del Ositrán en eventos relacionados con el Regulador.	Sector y opinión pública	Foro infraestructuras	Número de eventos		x		
Gestión de Audiencia Pública de Rendición de Cuentas		• Recopilación de la información, organización del evento virtual o presencial, transmisión y difusión	Ciudadanía		Acciones		x		
Monitoreo de noticias y elaboración de reportes periodísticos		• Seguimiento en tiempo real de las noticias de impacto y coyuntura en medios de comunicación impresos, audiovisuales y digitales. Seguimiento permanente de las noticias vinculadas al sector. • Monitoreo de rebotes de notas de prensa y comunicados enviados por la institución a los medios de comunicación y evaluación de difusión. • Elaboración de informes mensuales y por evento relevante de réplicas en medios para la Alta Dirección.	Colaboradores		Noticias recibidas	x	x	x	x

		• Archivo de noticias vinculadas a la institución. • Elaboración de reportes periodísticos internos: Resumen Periodístico, Semáforo, Reporte de Coyuntura, Ositrán en la Noticia, alertas.							
Gestión de crisis		• Mantener la alerta con los miembros del Comité de Crisis y monitorear posibles riesgos. • Actualizar el Manual de crisis alineado con los objetivos de la institución y de la gestión actual, bajo el enfoque de la comunicación mediática. • Sostener reuniones de análisis para prevenir conflictos y resolver los que surgen. • Identificar los posibles procesos y temas sujetos a riesgo. • Evaluar y cuantificar la probabilidad de ocurrencia de riesgos. • Medir el posible daño potencial económico, funcional y político. • Establecer mecanismos de prevención a futuro.	Medios de comunicación, alta dirección		Número de crisis	x	x	x	x
Producción y edición de programas online		• Producción, edición y propuestas de mejora del programa de TV "Ositrán Comunica". • Podcast externo para redes sociales	Ciudadanía		Programas		x	x	x

Organización del concurso nacional de cuentos		• Definición de bases • Relacionamiento con comunidad educativa • Convocatoria y promoción en medios • Recepción de obras y coordinaciones con el Jurado Calificador • Premiación	Comunidad educativa		Participantes		x	x	x
Producción de material promocional		Identificar los materiales que permitan promocionar la marca Ositrán en los grupos de interés externos.							x
Ejecución de campañas de comunicación en coordinación con otras áreas		Ejecutar el plan de comunicación por campaña validado y aprobado. Desarrollar otras campañas en coordinación con otras áreas.	Opinión pública	Seguimiento de las SAIP a través de la Sede Digital (OGD).	Número de campañas			x	
				Beneficios de la afiliación a la Casilla Electrónica (OGD).					x
				Madurez del Modelo de Gestión Documental del Ositrán (OGD).					x
				Actividades para promover la equidad de género (GAU)				x	
Producción editorial		Identificar y editar las publicaciones de corte editorial	Todos	Boletín externo de la institución	Número de publicaciones	x	x	x	x
				Tercer concurso de cuentos: Ositrán contigo por las rutas del Perú.					x

				Anuario estadístico				x	
Edición de la Memoria Institucional		Recopilar y consolidar la informaciónde las áreas Coordinar con el área de diseño Corrección de estilo Solicitar aprobación a CD Enviar a publicación	Todos		Publicación		x		
Talleres con periodistas en Lima y provincias			Periodista sy líderes de opinión		Número de talleres	x		x	