



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo Supervisor de la
Inversión en Infraestructura de
Transporte de Uso Público

Presidencia del Consejo Directivo



Firmado por:
ZAMBRANO
COPELLO Rosa
Veronica FAU
20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 03/03/2025
15:16:28 -0500

RESOLUCIÓN DE PRESIDENCIA

Nº 0030-2025-PD-OSITRAN

Lima, 28 de febrero de 2025

VISTOS:

El Memorando N° 00192-2024-OCC-PD-OSITRAN, de la Oficina de Comunicación Corporativa; el Memorando N° 00113-2025-GAJ-OSITRAN, de la Gerencia de Asesoría Jurídica; el Memorando N° 00112-2025-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 2025, aprobado mediante Resolución de Presidencia N° 0089-2024-PD-OSITRAN, en concordancia con el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2024-2028 modificado del Ositrán, aprobado mediante la Resolución de Presidencia N° 0021-2024-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° 00192-2024-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 2025" 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 población, por lo que es importante la comunicación institucional como una pieza estratégica y transversal para alcanzar un posicionamiento diferenciado y generar una imagen favorable al servicio de los ciudadanos;

Que, asimismo, la Oficina de Comunicación Corporativa ha señalado que la aprobación de la "Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2025", 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 Estratégico Institucional 2024-2028;

Visado por: MEJIA CORNEJO Juan
Carlos FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 03/03/2025 13:57:45 -0500

Visado por: CHOCANO PORTILLO Javier
Eugenio Manuel Jose FAU 20420248645
soft
Motivo: Firma Digital
Fecha: 03/03/2025 09:52:15 -0500

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria
Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 28/02/2025 18:10:21 -0500





PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

Organismo Supervisor de la
Inversión en Infraestructura de
Transporte de Uso Público

Presidencia del Consejo Directivo

Que, mediante el Memorando N° 00113-2025-GAJ-OSITRAN, la Gerencia de Asesoría Jurídica ha señalado que considera jurídicamente viable la aprobación de la “Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2025”, 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° 00112-2025-GG-OSITRAN, la Gerencia General ha expresado su conformidad con la aprobación de la “Estrategia y Plan de Comunicación Institucional 2025”;

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 2025, el mismo que como anexo forma parte de la presente resolución.

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

Artículo 3.- Disponer que la Oficina de Comunicación Corporativa publique la presente Resolución y su anexo en el Portal Institucional del Ositrán ubicado en la Plataforma Digital Única del Estado Peruano para Orientación al Ciudadano (www.gob.pe/ositrán).

Regístrese, comuníquese y publíquese

Firmado por:

VERÓNICA ZAMBRANO COPELLO

Presidente del Consejo Directivo
Presidencia Ejecutiva

Visado por:

JUAN CARLOS MEJÍA CORNEJO

Gerente General
Gerencia General

Visado por:

JAVIER CHOCANO PORTILLO

Jefe de la Gerencia de Asesoría Jurídica
Gerencia de Asesoría Jurídica

Visado por

MARÍA DEL ROSARIO BAZALAR HUAMÁN

Coordinadora de la Oficina de Comunicación Corporativa
Oficina de Comunicación Corporativa

NT: 2025030015



Firmado por:
BAZALAR HUAMAN
Maria Del Rosario
FAU 20420248645
hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 18/02/2025
15:15:54 -0500

ESTRATEGIA Y PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2025



OFICINA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Visado por: BAZALAR HUAMAN Maria
Del Rosario FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 28/02/2025 18:10:47 -0500

Visado por: BELLIDO PASTOR Maria
Eugenia FAU 20420248645 hard
Motivo: Firma Digital
Fecha: 18/02/2025 13:33:19 -0500

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, converge en satisfacer las necesidades de una población. De ahí, la visión de la comunicación institucional como una pieza estratégica y transversal del Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público (Ositrán) para alcanzar un posicionamiento diferenciado y generar una imagen favorable al servicio de los ciudadanos.

La gestión de la comunicación es un encargo dado a la Oficina de Comunicación Corporativa (OCC), área que depende orgánicamente de la Presidencia Ejecutiva, la cual, 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 involucra a todas las unidades de organización de la entidad 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 360°.

Nuestra comunicación está alineada a los objetivos establecidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI), a nuestra política, valores, misión y visión, bajo un enfoque integral y dinámico encaminados a obtener un mejor conocimiento y valoración por los grupos de interés y ciudadanía en general.

En esta línea, el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2024-2028 Modificado del Ositrán, aprobado mediante Resolución de Presidencia N° 0021-2024-PD-OSITRAN del 22 de abril de 2024, contempla la Acción Estratégica Institucional (AEI) 03.1 Imagen fortalecida del Ositrán, dentro del Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 03 Modernizar la gestión institucional, a cargo de la OCC.

Tomando estas consideraciones se desarrolla la Estrategia de Comunicación Institucional 2025, alineada, a su vez, al desarrollo 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 concesionadas¹.

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 usuarios¹.

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.

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.

¹ Plan Estratégico Institucional 2024-2028.

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 intervención².

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.

² Política de Calidad del Ositrán aprobada mediante Acta N° 1 del Sistema Integrado de Gestión (setiembre 2020).

2.5 La Oficina de Comunicación Corporativa (OCC)

La Presidencia Ejecutiva ha otorgado a la Oficina de Comunicación Corporativa la responsabilidad de gestionar la comunicación institucional y las relaciones interinstitucionales, a fin de coadyuvar al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Organismo. En consecuencia, la OCC se sustenta en las siguientes competencias:

- Liderar y supervisar la política y estrategias de comunicación institucional y de relaciones interinstitucionales para fortalecer la imagen del Ositrán orientada al servicio a la ciudadanía.
- Diseñar y proponer las estrategias de comunicación institucional y ejecutar el plan de comunicación y de relaciones interinstitucionales en línea con el Plan Estratégico Institucional (PEI).
- Asesorar a la Alta Dirección y ejercer rectoría ante las demás unidades orgánicas en temas y mensajes comunicacionales y prevención de crisis mediáticas.
- Gestionar las acciones y tareas de comunicación y de relaciones interinstitucionales en trabajo articulado con todas las unidades de organización.
- Administrar y gestionar las plataformas digitales de difusión institucionales: redes sociales, páginas web y otros.
- Supervisar la aplicación del *Manual de Identidad*, *Manual de estilo* y otros documentos guía para la transmisión de mensajes hacia dentro y fuera de la institución.

En el año 2025, de acuerdo al PEI 2024-2028, la OCC tiene a cargo la Acción Estratégica Institucional (AEI) 03.1 Imagen fortalecida del Ositrán como parte del Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 03 Modernizar la gestión institucional.

En consecuencia, para fortalecer la imagen del Ositrán al servicio de los usuarios de las infraestructuras se requiere aplicar estrategias de comunicación efectivas y de largo alcance, utilizando herramientas de difusión multimedia con mensajes de impacto visual y audiovisual. Para ello, priorizamos los siguientes ejes que contemplan un movimiento constante de trabajo en equipo y en crecimiento.

Ejes de la comunicación integral

Comunicación estratégica

Creación de estrategias y contenidos para responder al porqué de la comunicación institucional, precisión de objetivos, anticipación a diversos escenarios, análisis de factores que intervienen en la comunicación, definición de los públicos objetivo con atención en los usuarios, estudio de posicionamiento y percepción, y búsqueda de lo que se requiere para alcanzar las metas.

Comunicación mediática y editorial

Gestión de prensa y publicaciones para generar y difundir información mediática constante sobre el rol del Ositrán, deberes y derechos de los usuarios y acciones de supervisión, así como, gestión de crisis que afecten la imagen institucional.

Comunicación visual y audiovisual

Diseño gráfico y audiovisual diferenciados para transmitir mensajes a través del impacto visual y audiovisual como parte de la comunicación multimedia.

Comunicación multimedia digital

Para crear mensajes en diversos formatos de comunicación, directos, interactivos, atractivos y difundirlos a través de nuestras plataformas institucionales, como redes sociales, páginas web y otros medios digitales.

Comunicación interinstitucional

Para establecer vínculos o alianzas estables y fluidas con otras instituciones públicas o privadas, gestión de eventos funcionales, participación en ferias especializadas, promoción de convenios y desarrollo de actividades en conjunto.

Para la gestión transversal de los ejes de la comunicación integral y estratégica, la OCC cuenta con el respaldo de los siguientes instrumentos, directivas y lineamientos:

- a. Mediante Resolución de Presidencia N° 036-2016-PD-OSITRAN, del 16 de setiembre de 2016, se aprobaron:
 - El *Manual de Identidad del OSITRÁN* [sic].
 - La DIR-PD-001-2016: Directiva sobre el Uso de elementos de identidad Visual del OSITRÁN [sic], con la finalidad de “garantizar la aplicación y uso correcto de los elementos gráficos que conforman la identidad visual de la institución, a fin de fortalecer la imagen institucional y posicionamiento de la Entidad [sic]”, con las siguientes disposiciones, entre otras:

5.3 Los órganos del OSITRÁN [sic] deben coordinar y solicitar asesoramiento a la Oficina de Comunicación Corporativa, respecto de las acciones de su competencia vinculadas con aspectos de comunicación externa e interna.

5.4 La Oficina de Comunicación Corporativa es la única responsable del uso, coordinación y aplicación de la línea gráfica del OSITRÁN [sic] en los documentos de comunicación interna y externa que requieran los órganos del OSITRÁN [sic] en el marco de sus competencias.

7.1 La Oficina de Comunicación Corporativa es responsable de verificar el cumplimiento de la presente Directiva, así como asistir directamente a los órganos del OSITRÁN [sic] para la aplicación de la misma, según corresponda.

- b. El *Manual de estilo* institucional, aprobado por Resolución de Presidencia N° 0004-2021-PD-OSITRAN, del 22 de enero de 2021, en la que se dispone su uso obligatorio y se encarga a la OCC la “supervisión de su aplicación”.
- c. El numeral 5.2.4 de la Directiva N° 003-2022-PCM/SCS Lineamientos para la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de las entidades del Poder Ejecutivo –aprobada por Resolución de Secretaría de Comunicación Social N° 04-2022-PCM/SCS–, indica que, “solo los titulares de las oficinas de Comunicaciones de cada sector, autorizan la creación, administración y supervisión de las cuentas de redes sociales de su entidad”.

El mismo documento considera, sobre la administración de las cuentas, lo siguiente:

6.2.1.1. El community manager o administrador de las cuentas de redes sociales es el responsable de generar, posicionar y sostener las relaciones de la institución con sus seguidores en el ámbito digital, de acuerdo a sus demandas de información y a la estrategia de comunicación de la entidad.

6.2.1.2. Solo el community manager o administrador de redes sociales y el director de la Oficina de Comunicaciones tendrán acceso a las contraseñas, para no dispersar responsabilidades y evitar posibles hackeos o pérdida de accesos. La responsabilidad de la custodia de correos, usuarios y contraseñas será parte de las funciones del encargado.

3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL

EL QUÉ (¿POR QUÉ?)

La Estrategia de Comunicación del Ositrán sustenta por qué es necesaria la comunicación institucional, se enfoca en determinar los objetivos parciales y finales, 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 de comunicación, 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 planificadas.

Siendo el Ositrán un organismo técnico, el reto de comunicar cada uno de los temas competentes de modo directo y simplificado 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 universo 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 indeludablemente la gestión de la comunicación efectiva, como son:

- *Manual de identidad visual*
- *Manual de estilo*

3.1 Análisis de la situación

Durante el 2024 hemos desarrollado una comunicación estrechamente correlacionada al POI de la OCC, las nuevas formas de comunicar asociadas a las plataformas de difusión con las que cuenta la institución y, recogiendo las lecciones aprendidas y oportunidades de mejora que son parte de la evolución de las comunicaciones.

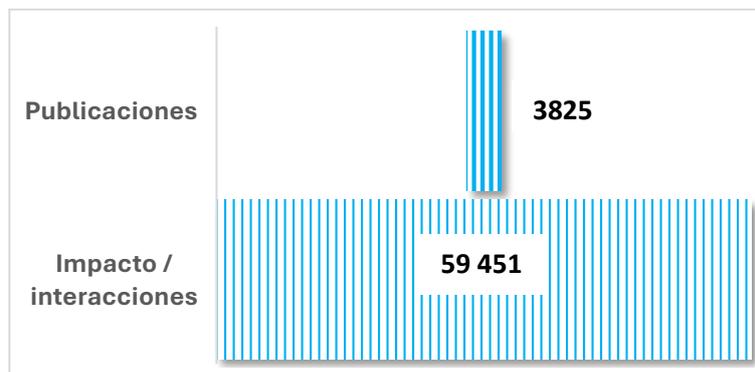
Con todo ello, se ha podido gestionar el relacionamiento con los medios de comunicación a través de la difusión de notas de prensa, 50 % más que en 2023, con un promedio mensual de diez, es decir, que más de dos veces a la semana, los medios masivos se enteraron de las acciones que el Ositrán realizó 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 2024

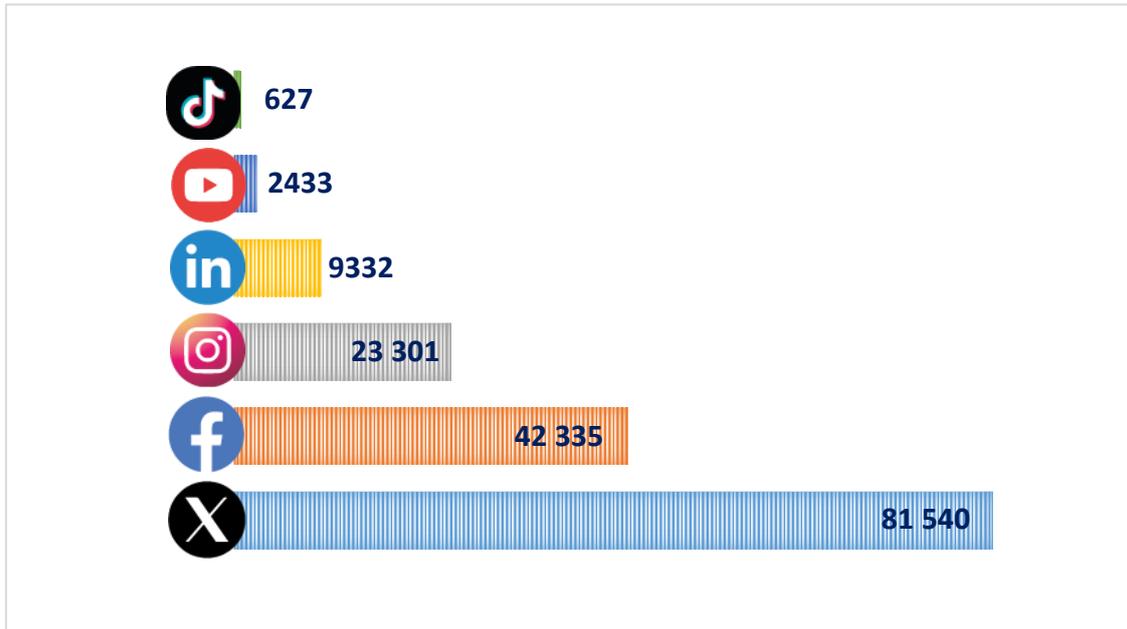
Herramientas	Emitidas	Impacto en medios
Notas de prensa	120	3025

La gestión de las redes sociales ha continuado siendo uno de los motores principales para la comunicación externa del Ositrán, habiendo alcanzado un crecimiento notable en X y sostenible en Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube y nuestra incursión reciente en Tik Tok.

Difusión en redes sociales 2024



Seguidores por red social 2024



La producción editorial de la OCC ha sido otra herramienta de comunicación que ha ampliado el alcance a los diversos grupos de interés, entre los cuales se encuentran la comunidad educativa, empresas prestadoras, instituciones públicas y privadas del sector, medios de comunicación, entre otros.

Publicaciones editoriales

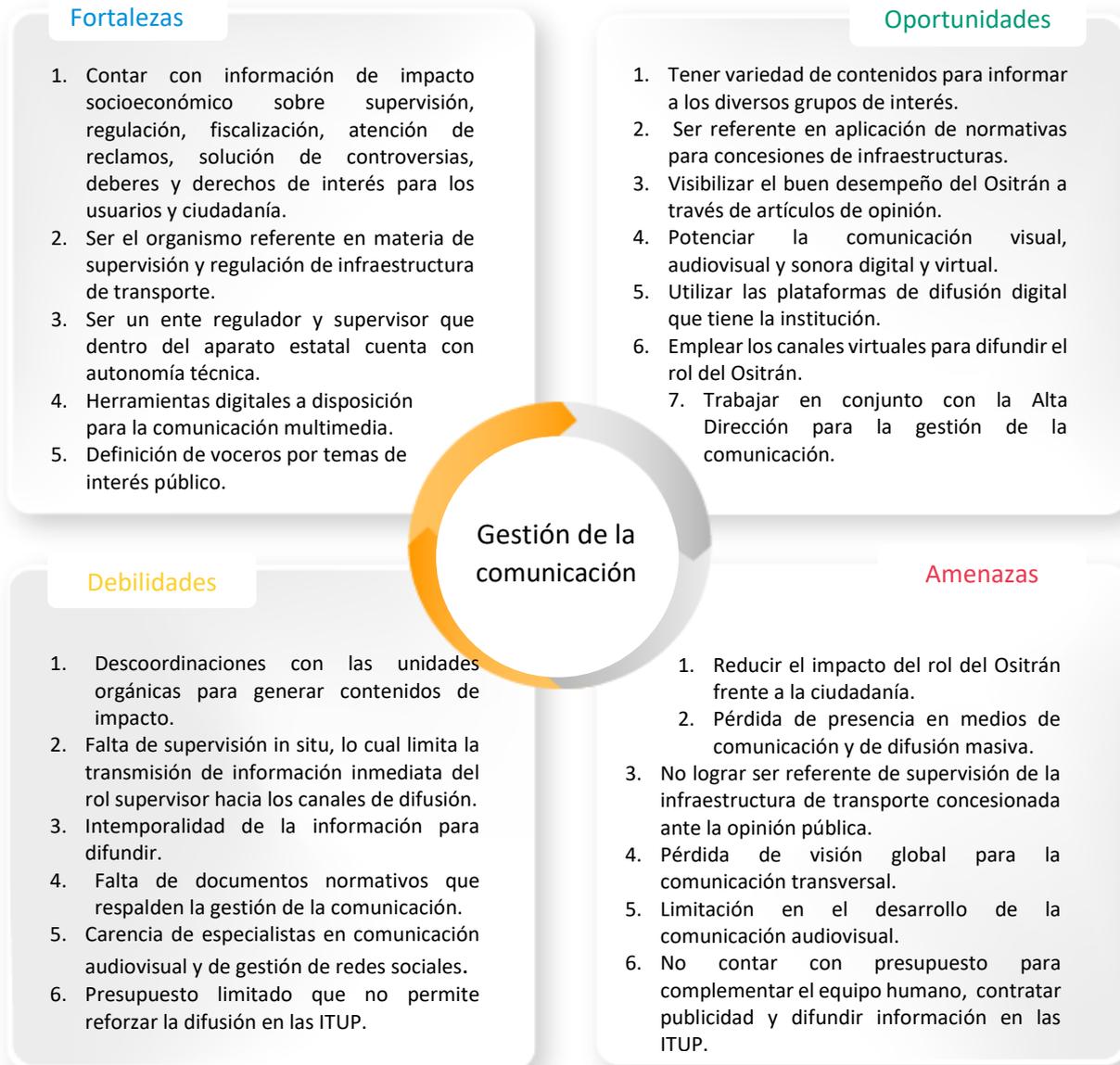
Libro del concurso de cuentos en español y lenguas originarias	7
Memoria institucional	1
Anuario estadístico	1
Libro 25 años Ositrán	1
Reporte de reclamos	1
Boletín trimestral	4

Productos internos

Resumen de noticias	198
Reporte de coyuntura (diario)	190
Semáforo de noticias	190
Podcast interno (diario)	190
Ositrán en la Noticia (diario)	190

3.2 Análisis estratégico

FODA comunicacional



3.3 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 27 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, sentimientos e informaciones que el usuario tiene con respecto a la institución.

3.4 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 genere interacción. Del contenido que difundamos depende en gran parte el posicionamiento de la institución y la garantía de visibilidad.

El desarrollo de la comunicación externa debe estar estrechamente vinculada a nuestros objetivos estratégicos:

OEI.01 Contribuir el cumplimiento de las obligaciones legales y contractuales de forma efectiva de las ITUP

OEI.02 Fortalecer la protección de los derechos de los usuarios de las ITUP bajo competencia del Ositrán

OEI.03 Modernizar la gestión institucional

OEI.04 Fortalecer la Transformación digital en el Ositrán

OEI.05 Reducir la vulnerabilidad ante el riesgo de desastres en el Ositrán

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 vela por 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, 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 de información 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 ni 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.
- 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.
- Buscamos confianza en el regulador apuntando a la recertificación del Sistema de Gestión de la Calidad y del Sistema de Gestión Antisoborno.
- 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: pasajeros, viajeros y dueños de carga.
- Usuarios intermedios: persona natural o jurídica que utiliza las ITUP para brindar a terceros servicios de transporte o servicios vinculados a la actividad de transporte, como las líneas aéreas, agentes de aduanas u operadores ferroviarios.
- Medios de comunicación: periodistas, columnistas, líderes de opinión.
- Instituciones públicas: Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), Congreso de la República, ProInversión, gobiernos locales y regionales, Indecopi, universidades y organismos reguladores.
- Organizaciones del sector: gremios asociaciones.
- Empresas prestadoras: empresas concesionarias, CORPAC y ENAPU.
- Empresas supervisoras del Ositrán.
- Comunidad educativa escolar.
- Organismos internacionales.
- Colaboradores del Ositrán.

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 cuentas, 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, afianzar 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 la identidad institucional y el reconocimiento.

Para ello se requiere, además de la difusión de notas de prensa, contar con voceros para entrevistas en medios de comunicación y artículos periodísticos 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.

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.
- X: Informar a los medios de prensa las acciones realizadas desde el Ositrán.
- LinkedIn: Reforzar la percepción de los usuarios profesionales del sector y otros.
- Tik Tok: Comunicar de manera lúdica y entretenida sin perder seriedad técnica.

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, video y 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 atractivo 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.

Desde este año, contamos con una lista de voceros asignados por temas, lo que dará más oportunidad de comunicación asertiva y oportuna ante cualquier situación mediática.

8.8 Manejo de crisis: La oportunidad de la adversidad

Como sabemos, los eventos adversos 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.

Por todo ello, hemos elaborado un *Manual de crisis* que permitirá gestionar efectivamente nuestra comunicación en situaciones adversas.

9. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

En los últimos años, la OCC ha generado la difusión de nuevas herramientas informativas (productos), y ha fortalecido las existentes, dirigidas a público interno y externo, con el fin de ampliar la llegada a los diferentes públicos y fomentar el conocimiento del rol de la institución en beneficio de los usuarios de todas las infraestructuras. Para ello, se utilizan las plataformas de difusión del Ositrán y los medios de comunicación.

Este 2025, utilizaremos las siguientes herramientas enfocadas en públicos específicos para alcanzar los objetivos propuestos:

Público interno (colaboradores del Ositrán)

- Resumen periodístico: Reporte de noticias diario con priorización de temas acerca de la institución, el sector y la coyuntura nacional dirigido a todos los colaboradores del Ositrán.
- Reporte de coyuntura: Resumen diario de las principales noticias vinculadas directamente vinculadas a la institución y al sector dirigido a la Alta Dirección.
- Semáforo de noticias: Análisis periodístico diario de las noticias que benefician, afectan o pueden afectar a la institución, dirigido a la Alta Dirección.
- Ositrán en la noticia: Reporte visual de las réplicas en medios sobre las notas de prensa difundidas por la institución.

Público externo (usuarios y ciudadanía)

- Boletín informativo *Ositrán comunica*: publicación trimestral que da cuenta de las acciones y actividades propias de la institución con repercusión en los usuarios finales e intermedios.
- Programa online “En ruta”: producción y publicación audiovisual de frecuencia quincenal con temas de interés para los usuarios y ciudadanía en general.
- Podcast informativo: resumen diario en formato radial con información de interés para los usuarios y ciudadanía en general.
- Boletín *Ositrán quincenal*: publicación que informa las acciones de la institución y el sector con repercusión en los usuarios intermedios, empresas prestadoras, medios de comunicación, poderes del estado y organizaciones del sector.
- Notas de prensa.
- Comunicados.
- Campañas.
- Actualización permanente de información.
- Concurso de cuentos “Ositrán, contigo por las rutas del Perú” y edición del libro de los cuentos ganadores en español y seis lenguas originarias.
- Edición de la *Memoria institucional*.
- Edición del *Glosario de términos*

10. MEDICIÓN Y EVALUACIÓN

Las métricas están detalladas en el Plan de Comunicación por tarea específica, pero, adicionalmente se gestionará la medición del indicador “Porcentaje de menciones favorables en medios de comunicación e información y redes sociales”, en concordancia con el AEI 3.1.1 del PEI 2024-2028.

PLAN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2025

Después de la Estrategia de Comunicación Institucional, corresponde establecer cómo, dónde y cuándo se pondrá en marcha, esta. 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 el Plan Operativo Institucional 2025 de la OCC. Vale aclarar que en este plan no se incluyen los contenidos y temas de inmediatez y coyuntura por ser variables.

OEI 03 Modernizar la gestión institucional

AEI 03.1 Imagen fortalecida del Ositrán

AOI 03.01.01: Gestión del Plan de Comunicación Institucional

Tarea 1: Formulación, ejecución y evaluación del Plan de Comunicación Institucional

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
Comunicación estratégica	1	Diseño de estrategias y planes de comunicación	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)	Planes de comunicación y difusión diseñados		x		
					CEU 2025: clases		x			
					CEU 2025: Desarrollo del curso CEU 2026: Charla presencial en universidades para difundir el curso de extensión universitaria. Colocación de afiches en universidades. Asistencia a ferias de empleabilidad		x	x	x	x
					Lanzamiento de la estrategia digital del Ositrán (JTI)	x				
		Implementación de la Firma Digital en APP Móvil (JTI)	x							
		Promoción del uso del Portal de datos abiertos del Ositrán: Ositrán Data (JTI)	x							
		Actualización Manual de Identidad Visual Glosario de términos	Documento	x		x				
		Gestión de las directrices para la comunicación institucional		Consolidar las nuevas formas de comunicación para redefinir la política y los lineamientos que	Colaboradores					

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
			<p>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.</p>							
Gestión de prensa y publicaciones editoriales	1	Redacción y cobertura periodística integral para difundir información mediática constante sobre el rol del Ositrán, deberes y derechos de los usuarios y acciones de supervisión, así como, gestionar crisis que afecten la imagen institucional.	<ul style="list-style-type: none"> Redacción de notas de prensa y difusión. Cobertura fotográfica y audiovisual. Gestión de entrevistas con medios de comunicación. Difusión dirigida con medios especializados (artículos, columnas). 	Opinión pública	Planes de Negocios 2024	Número de notas de prensa, comunicados, artículos, coberturas, transmisiones.	x			
			<ul style="list-style-type: none"> Establecer contacto directo con los supervisores in situ para difundir actividades de supervisión acompañadas de fotos de la infraestructura con información descriptiva. Búsqueda permanente de información de interés público en las diferentes áreas de la institución. Difusión en medios. 		Consejos de usuarios de alcance regional y nacional		Alcance de la difusión	x	x	x
		Gestión de crisis	<ul style="list-style-type: none"> Mantener la alerta con los miembros del Comité de Crisis y monitorear posibles riesgos. 	Opinión pública		Reporte	x	x	x	x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
			<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar el <i>Manual de crisis</i> alineado con los objetivos de la institución y de la gestión actual, bajo el enfoque de la comunicación estratégica. • 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. 							
		Publicaciones editoriales	Creación y desarrollo de publicaciones de alcance interno y externo	Opinión pública Todos	Glosario de términos	Documento	x			
					Boletín externo	Número de publicaciones	x	x	x	x
					Libro del octavo concurso de cuentos: Ositrán contigo por las rutas del Perú.	Publicación				x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
		Gestión de contenidos económicos para difusión masiva y especializada	Búsqueda permanente de información económica para difusión multimedia.		Inversiones Supervisión Atención al usuario Regulación Atención de reclamos y solución de controversias	Notas de prensa o artículos publicados Alcance de la difusión	x	x	x	x
		Elaboración de reportes periodísticos internos	Resumen Periodístico, Semáforo, Reporte de Coyuntura, Ositrán en la Noticia, alertas.	Colaboradores	Información de interés interno	Mailing	x	x	x	x
		Monitoreo de noticias	<ul style="list-style-type: none"> 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. Archivo de noticias vinculadas a la institución. 	Colaboradores		Mailing	x	x	x	x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
Gestión de Plataformas Digitales	1	Administración de contenidos de los portales web	<ul style="list-style-type: none"> Actualización a solicitud de las unidades de organización. Actualización de publicaciones propias de la OCC. Mejora en la funcionalidad de los espacios gestionados por la OCC. Sala de prensa: Ubicar el material de las secciones de 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. 	Todos		Publicaciones alcance	x	x	x	x
		Gestión de redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> 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 usuarios, etc., 	Todos	Deberes y derechos de los usuarios Canales de atención Supervisión in situ Reclamos y denuncias Aniversario de concesiones Inversiones	Publicaciones Alcance Crecimiento	x	x	x	x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
			<p>con textos que resalten mensajes y datos clave.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de campañas de difusión con temas de posicionamiento estratégico. • 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. • Desarrollo 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 • Difusión de videos editados por otras áreas. 		<p>ITUP</p> <p>Rol del Ositrán</p> <p>Funciones</p> <p>Canales de atención</p> <p>Mesa de Partes Virtual (OGD)</p> <p>Portal de Consulta de Documentos del Ositrán (OGD)</p> <p>Aniversario de Iquitos (GAU)</p> <p>Aniversario de Lima (GAU)</p>		X	X	X	X
							X	X	X	X
							X	X	X	X
							X			
							X			
							X			

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
					Campaña Cultura Metro (GAU)	x				
					Campaña sobre el inicio de operaciones del nuevo terminal de pasajeros del aeropuerto Jorge Chávez (GAU)	x				
					Campaña de Verano: viajes en carreteras y aeropuertos (GAU)	x				
					Día de la Mujer (GAU)	x				
					Día del Consumidor (GAU)	x				
					Aniversario de Cusco (GAU)	x				
					Semana Santa (GAU)	x				
					Presentación y seguimiento del trámite de solicitudes de acceso a la información pública (OGD)		x			

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
					Fiesta de San Juan (GAU)		x			
					Fiesta del Inti Raymi (GAU)		x			
					Encuentro Nacional de los Consejos de Usuarios (GAU)		x			
					Avances de la entidad en Transformación y Gobierno Digital		x			
					Fiestas Patrias (GAU)			x		
					Aniversario de Arequipa (GAU)			x		
					Aniversario de Callao (GAU)			x		
					Día Mundial del Turismo (GAU)			x		
					Día de las Personas con Discapacidad (GAU)				x	

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
					Fiestas de fin de año (Navidad y Año Nuevo) (GAU)					x
		Producción y edición de programas online	<ul style="list-style-type: none"> Producción, edición y propuestas de mejora del programa online "En ruta". Podcast externo para redes sociales 	Ciudadanía		Programas y alcance	x	x	x	x
Gestión de la Comunicación audiovisual y visual	1	Diseño visual para comunicación digital e impresa	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar las diferentes piezas gráficas de la institución para fortalecer la comunicación visual. Diagramar contenidos editoriales. Ilustrar contenidos educativos e informativos. Diseño para material informativo y promocional. Ilustrar contenidos educativos e informativos. Diseño para material informativo y promocional 	Todos		Número de piezas	x	x	x	x
		Creación, diseño y edición de contenidos para la comunicación audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> Proponer y diseñar contenidos en formato audiovisual para difusión en las diferentes plataformas de la institución. 	Todos	Edición de videos para campañas de comunicación y eventos	Contenidos publicados	x	x	x	x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
			<ul style="list-style-type: none"> • Editar videos de impacto comunicacional. • Registro fotográfico y audiovisual 		Actualización de videos institucionales Programa de reconocimiento Ositrán te Valora Actividades internas de responsabilidad social y ecoeficiencia					
Gestión de eventos y relaciones interinstitucionales	1	Organización de eventos	Establecer vínculos o alianzas estables y fluidas con otras instituciones públicas o privadas, gestionar eventos funcionales, participar en ferias especializadas, promover convenios y desarrollar actividades de promoción.	Ciudadanía	Foro infraestructuras Audiencia Pública de Rendición de Cuentas	Alcance		x		
		Taller con periodistas nacionales y regionales	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar encuentros para generar conocimiento, contenidos y alianzas desde el ámbito mediático 	Periodistas y líderes de opinión		Acción	x			x
		Organización del concurso nacional de cuentos	<ul style="list-style-type: none"> • Definición de bases • Relacionamiento con comunidad educativa • Convocatoria y promoción • Recepción de obras y coordinaciones con el Jurado Calificador • Premiación 	Comunidad educativa		Informe		x	x	x

TAREAS			ACCIONES	PÚBLICO	CONTENIDOS MAPEADOS	INDICADORES	CRONOGRAMA			
ESTRATÉGICAS	POI	ESPECÍFICA					TRIM 1	TRIM 2	TRIM 3	TRIM 4
		Participación en ferias del libro	Difusión del rol, funciones y concurso de cuentos	Ciudadanía		Informe		x		x
Seguimiento del plan de género e inclusión desde la OCC		Actualizar y difundir lo indicado por el Comité para Igualdad de Género e Inclusión	Actualizar y difundir las acciones del Plan de Trabajo del Comité para la Igualdad de Género e Inclusión Social	Todos		Publicaciones		x		x