

PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA DEL ORGANISMO DE FORMALIZACIÓN DE LA PROPIEDAD INFORMAL (COFOPRI)

2023



INDICE

I)	PRESENTACION.....	3
II)	JUSTITIFICACION.....	3 - 4
III)	MARCO INSTITUCIONAL.....	4
IV)	AMBITO DE INTERVENCION	4
V)	OBJETIVO DEL PLAN.....	4 - 5
VI)	ALCANCE	5
VII)	ROLES, ACTIVIDADES ESTRÁTEGICAS Y CRONOGRAMA	6
VIII)	PROGRAMACIÓN DE METAS.....	23
IX)	INDICADORES	24
X)	PRESUPUESTO	25

I.- PRESENTACIÓN

La Unidad de Imagen Institucional del Organismo de Formalización de la Propiedad Informal - COFOPRI, es la responsable de diseñar y ejecutar estrategias de imagen institucional, monitoreo de prensa y producción de medios de información y comunicación con la finalidad de difundir los logros y beneficios de los programas y actividades desarrolladas por el Organismo de Formalización de la Propiedad Informal – COFOPRI.

En este contexto, y teniendo como función proponer, coordinar, ejecutar y evaluar la política y estrategia de comunicación, se ha considerado la elaboración del Plan de Comunicación Estratégica del COFOPRI 2023 con líneas de acción y objetivos específicos alineados a los objetivos estratégicos institucionales, definidos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2026 del Organismo de Formalización de la Propiedad Informal – COFOPRI.

Por lo tanto, teniendo en cuenta los diferentes usuarios y la situación actual, post emergencia sanitaria por la pandemia de COVID-19 y el regreso a las actividades presenciales, el presente Plan cumple un papel muy importante para posicionar y fortalecer la imagen de la Entidad entre sus diferentes públicos objetivos, a través de la difusión de las principales actividades institucionales como ente técnico especializado en formalización y catastro que tiene la Entidad, de acuerdo a los lineamientos de política institucional, que permitirán generar confianza en la ciudadanía al difundir la labor desplegada.

En ese sentido, el presente plan de comunicaciones propone acciones estratégicas que la Unidad de Imagen Institucional implementará a lo largo del periodo 2023 en las diferentes regiones del país, apoyando y valiéndose de la capacidad desplegada en todo el territorio nacional, a través de sus órganos desconcentrados en las 24 regiones de todo el país, con el máximo fin de informar y comunicar los avances de gestión, la programación de actividades y logros obtenidos que repercuten positivamente en nuestros beneficiarios.

Asimismo, contempla la producción y remisión de informes trimestrales de su implementación y ejecución a la Gerencia General y a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, para su periódica evaluación.

II. - JUSTIFICACIÓN

La gestión de la comunicación en cualquier organización es de vital importancia para el cumplimiento de las funciones de esta y, por lo tanto, debe constituirse en parte integral de sus procesos internos.

Las competencias en materia de ejecución del catastro urbano nacional, catastro de daños y la ampliación del plazo para la formalización de posesiones informales al 2015, nos obliga a proponer nuevos mensajes en nuestras comunicaciones para ir posicionando estas nuevas facultades otorgadas por el Legislativo y el Ejecutivo,

además de promocionar y difundir con mayor intensidad e impulso, la gratuidad de todos los procesos llevados por COFOPRI.

En este sentido, el Plan de Comunicación Estratégica del COFOPRI 2023 contempla acciones a ejecutar que irán acorde a las necesidades que, en materia de información, permitirá dar a conocer las actividades, resultados y beneficios de las intervenciones de la Entidad ante la opinión pública, generando así un clima de confianza y colaboración entre la población, que permitirá facilitar el trabajo de las brigadas de campo y coadyuvaran a fortalecer el alcance de los objetivos estratégicos institucionales descritos en el Plan Estratégico Institucional (PEI) 2022-2026 del Organismo de Formalización de la Propiedad Informal – COFOPRI.

III.- MARCO INSTITUCIONAL

- Decreto Supremo N° 025-2007-VIVIENDA, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Organismo de Formalización de la Propiedad Informal – COFOPRI.
- Resolución de Gerencia General N° 018-2018-COFOPRI/SG, que aprueba la Directiva N° 004-2018-COFOPRI “Directiva para la formulación, aprobación, difusión, seguimiento, monitoreo y evaluación de planes estratégicos y otros planes asociados a la implementación de proyectos, programas o actividades especiales específicas”.

IV.- ÁMBITO DE INTERVENCIÓN

Las acciones de comunicación estratégica del presente Plan se encuentran focalizadas a nivel nacional, regional y local, considerando la articulación con las 24 Oficinas Zonales en todo el Perú, y la coordinación con los órganos de línea.

V.- OBJETIVO DEL PLAN

Posicionar y fortalecer la imagen de la Entidad entre sus diferentes públicos objetivos, a través de la difusión de las principales actividades institucionales en formalización predial urbana y catastro, de acuerdo a los lineamientos de política institucional.

OBJETIVOS ESPECIFICOS COMUNICACIONALES

- OEC 1: Impulsar la generación, promoción y difusión de las acciones de comunicación sobre las acciones de formalización predial urbana en todo el territorio nacional.
- OEC 2: Comunicar e informar sobre las acciones de generación de información catastral urbana y levantamiento del catastro de daños, a fin de mejorar la respuesta del público objetivo en apoyo a estas acciones.
- OEC 3: Mejorar la imagen institucional de la Entidad, a través de la difusión de acciones comunicativas tanto interna como externa.

Cuadro 1. Construcción de los objetivos comunicacionales, alineados a la misión y a los objetivos estratégicos institucionales.

PESEM	PEI COFOPRI 2022-2026	OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN 2023
OBJETIVO 03 PESEM Sector Vivienda, Construcción y Saneamiento: Disminuir la informalidad de la propiedad predial urbana	MISIÓN: Formalizar y adjudicar la propiedad predial urbana y su mantenimiento en la formalidad, generar y actualizar el catastro urbano, así como la asistencia técnica en materia de formalización y catastro urbano a favor de los ciudadanos de menores recursos, adjudicatarios y Gobiernos Locales, de manera integral, comprehensiva y oportuna.	OBJETIVO GENERAL COMUNICACIONAL (OGC): Posicionar y fortalecer la imagen de la Entidad entre sus diferentes públicos objetivos, a través de la difusión de las principales actividades institucionales en formalización predial y catastro, de acuerdo a lo lineamientos de política institucional.
	OEI.01 Impulsar la disminución de la informalidad predial para mejorar el ordenamiento territorial	Objetivo Específico Comunicacional - OEC 1 Impulsarla generación, promoción y difusión de las acciones de comunicación sobre las acciones de formalización predial urbana en todo el territorio nacional.
	OEI.02 Mejorar la gestión del Catastro Urbano para optimizar la gestión territorial de los Gobiernos Locales	Objetivo Específico Comunicacional - OEC 2 Comunicar e informar sobre las acciones de generación de información catastral urbana y levantamiento del catastro de daños, a fin de mejorar la respuesta del público objetivo en apoyo a estas acciones.
	OEI.03 Fortalecer la gestión institucional orientado al ciudadano	Objetivo Específico Comunicacional - OEC 3 Mejorar la imagen institucional de la Entidad, a través de la difusión de acciones comunicativas tanto interna como externa
	OEI.04 Fortalecer la gestión interna de riesgos de desastres	Objetivo Específico Comunicacional – OEC 2 Comunicar e informar sobre las acciones de generación de información catastral urbana y levantamiento del catastro de daños, a fin de mejorar la respuesta del público objetivo en apoyo a estas acciones.

VI.- ALCANCE

Con la implementación del presente Plan de Comunicación Estratégica del COFOPRI - 2023 en el ámbito nacional, se obtendrán 4 informes trimestrales donde se describan las acciones ejecutadas para la implementación de las actividades estratégicas descritas en el presente plan, así como el detalle de los resultados obtenidos en cantidad de rebotes de notas de prensa en medios de comunicación masivo con su respectiva valorización, métricas de las actualizaciones en las redes sociales.

Asimismo, se podrá contar con una base de archivos audiovisuales de las intervenciones de la Entidad de acuerdo a sus competencias, álbumes del registro fotográfico de las principales actividades, archivos de video, compilatorios de ayudas memoria e ideas fuerzas redactadas para nuestras autoridades en el marco de la actividad que se realice, base de archivo de artes gráficas, etc.

VII.- ROLES, ACTIVIDADES ESTRÁTEGICAS Y CRONOGRAMA

7.1 ROLES

La organización descrita en el presente Plan considera cuatro niveles de participación: Estratégica, Gestión, Supervisión y Operativo:

A. Nivel Estratégico

- **Dirección Ejecutiva:**
La Dirección Ejecutiva, es líder de las acciones a nivel estratégico y de gestión, recibe información de la Gerencia General sobre los resultados y avances del mismo.
- **Gerencia General:**
La Gerencia General, coordina con el/la jefe/a de la Unidad de Imagen institucional; las acciones contempladas en el presente plan y remite información sobre los resultados y avances a la Dirección Ejecutiva.

B. Nivel de Gestión

- **Unidad de Imagen Institucional**
La Unidad de Imagen Institucional, es la responsable de diseñar, implementar, ejecutar y monitorear el Plan de Comunicación Estratégica del COFOPRI 2023.

Coordina e interactúa con los órganos y unidades orgánicas del COFOPRI, respecto a las metas físicas, propuestas normativas, campañas, solicitudes de entrega de títulos, jornadas educativas, ferias, participación en eventos, planes de acción, etc. que planifique la Entidad.

Informa periódicamente los avances y resultados de la ejecución del Plan a la Oficina de Planeamiento y Presupuesto, Gerencia General y a la Dirección Ejecutiva.

- **Oficina de Sistemas**
La Oficina de Sistemas, a solicitud de la Unidad de Imagen Institucional y de acuerdo a sus funciones, brinda soporte tecnológico e implementa sistemas de información que coadyuven en la ejecución del presente Plan.

Asimismo, informa de forma extraordinaria a esta Unidad sobre las campañas, iniciativas o proyectos internos que ejecute en el marco de sus competencias, como también del objetivo y finalidad de los convenios que proponga y se encuentren en ejecución.

- Oficina de Planeamiento y Presupuesto

La Oficina de Planeamiento y Presupuesto es la responsable de evaluar el avance de metas físicas y financieras del plan de comunicación estratégica, para lo cual coordina e interactúa permanentemente con la Unidad de Imagen Institucional, la atención de solicitudes de información de acuerdo a sus funciones y para el cumplimiento del presente plan.

- Oficina de Administración

La Oficina de Administración en el marco de sus funciones y para el cumplimiento del presente plan, es la responsable de garantizar la atención oportuna de los requerimientos logísticos necesarios para la ejecución de las actividades del presente plan de comunicación estratégica.

Previo requerimiento y sustento, atiende de forma oportuna los requerimientos elaborados por la Unidad de Imagen Institucional para la ejecución de las actividades estratégicas señaladas en el presente Plan de Comunicación Estratégica 2023.

Informa a esta Unidad sobre las campañas, iniciativas o proyectos internos que ejecute, a través de sus unidades orgánicas, cuando estime pertinente.

- Dirección de Normalización y Desarrollo

La Dirección de Normalización y Desarrollo informa, a solicitud de la Unidad de Imagen Institucional sobre:

- Programación y ejecución de sus jornadas educativas, ferias y charlas de capacitación.
- Modificación y/o planteamiento de los proyectos normativos que desarrolla en aplicación de sus funciones, a través de ayuda memoria.

- Dirección de Catastro

La Dirección de Catastro informa a solicitud de la Unidad de Imagen Institucional sobre:

- Acciones de catastro con fines de formalización que ejecuta.
- Programación de suscripción de convenios interinstitucionales que lleva a cabo el COFOPRI en el marco de su competencia.
- Solicitudes de intervención con el catastro de daños.
- Acciones que realice en el marco de su participación como Secretaria Técnica del SNCP.
- Proyectos de mejora o funcionalidades del Geo Llaqta.
- Toda acción de campo que programe, ejecute o participe.

Informa a esta Unidad, previa solicitud, sobre las campañas, iniciativas o proyectos internos que ejecute, a través de sus subdirecciones.

- Dirección de Formalización Integral

La Dirección de Formalización Integral, a solicitud de parte o cuando lo estime pertinente, mantiene informado a la Unidad de Imagen Institucional, sobre el avance de sus metas y objetivos; remiten información sobre:

- Inscripción de los planos de trazado y lotización de pueblos nuevos.
- Programación de actividades de diagnóstico de la informalidad.
- Estadísticas de pueblos suspendidos por zona de riesgo no mitigable.
- Programación de suscripción de convenios para servicios de formalización, proyectos y/o planes de trabajo sobre formalización de urbanizaciones populares de viviendas, diagnóstico de la informalidad, saneamiento físico legal, etc.
- Inscripción de predios bajo prescripción adquisitiva de dominio
- Formalización de mercados, estado de saneamiento u otros.
- E informa con anticipación sobre las acciones de campo que ejecute, etc.

- Dirección de Formalización Individual

La Dirección de Formalización Individual informa a solicitud de la Unidad de Imagen Institucional de acuerdo al avance de sus metas y objetivos, remite información sobre:

- Información correspondiente a las actividades, proyectos y/o planes de acción en relación a sus funciones.
- Programación de acciones de promoción y difusión, empadronamiento y levantamiento de contingencias de las Oficinas Zonales.
- Cantidad de fichas que entran a calificación y cantidad de poseionarios/as aptos al título de propiedad.

- Oficina de Coordinación Descentralizada

La Oficina de Coordinación Descentralizada, de acuerdo a sus funciones y para el cumplimiento del presente plan, coordina, interactúa, informa y remite a solicitud, cuadros resumen o reportes desagregados por región, provincia y distrito de la cantidad de instrumentos de formalización inscritos.

- Oficinas Zonales

Informa a requerimiento de esta Unidad, sobre al avance de sus metas y objetivos, Asimismo, de acuerdo a sus competencias y funciones y para el cumplimiento del presente plan, informa sobre las coordinaciones y acciones que ejecute en el ámbito geográfico de su competencia.

C. Nivel de Supervisión

- Unidad de Imagen Institucional
Conformado por los/las especialistas y técnicos/as de la Unidad de Imagen Institucional, responsables de la supervisión y monitoreo de las actividades estratégicas para garantizar la ejecución óptima del presente Plan, informa al/a la jefe/a de la Unidad de Imagen Institucional.

D. Nivel Operativo

Equipo de prensa

Conformado por un coordinador/a de comunicaciones, el/la especialista de comunicaciones y un asistente/a en comunicaciones de la Unidad de Imagen Institucional, son los responsables de organizar, supervisar y dirigir las actividades estratégicas. Generan información periodística, redactan notas de prensa, proyectan textos protocolares y ayudas memorias a requerimiento del/de la jefe/a de la Unidad de Imagen Institucional, entre otros considerados según las características de su puesto. Son los encargados del monitoreo de prensa y el monitoreo de las menciones a la Entidad en la web.

Coordina permanentemente con el resto del equipo. Reporta a la jefatura de la Unidad de Imagen Institucional.

Equipo Administrativo

Conformado por el/la Analista I y el/la Técnico/a en Gestión II de la Unidad de Imagen Institucional.

El/la Analista I es el responsable de evaluar y monitorear las menciones de la Entidad en los medios de comunicación, así como, remitir informes sobre la aparición del COFOPRI en estos medios, así como, elaborar documentos de respuesta a las diversas solicitudes que recibe la Unidad de Imagen Institucional, apoya a todo el equipo en las tareas administrativas que estos requieran para el cumplimiento de los objetivos de la Unidad, coordinando con el resto del equipo y con otras unidades de organización de la Entidad.

El/la Técnico/a en Gestión II elabora los requerimientos logísticos, hace seguimiento de la atención oportuna de los mismos, está pendiente del control de los ingresos y salidas de los equipos audiovisuales de la Unidad. Redacta y apoya en la elaboración de documentos administrativos según las características de su puesto al resto del equipo para el cumplimiento de los objetivos de la Unidad.

Coordinan permanentemente con el resto del equipo. Reporta a la jefatura de la Unidad de Imagen Institucional.

Equipo de redes sociales

Conformado por especialistas de diseño gráfico, audiovisual y redes sociales. Coordina permanentemente con el equipo de prensa y el equipo de comunicaciones, a fin de generar y proponer los contenidos gráficos y audiovisuales a difundirse a través de las redes sociales, tanto para la comunicación interna y externa, entre otros considerados según las características de su puesto.

Coordina permanentemente con el resto del equipo. Reporta a la jefatura de la Unidad de Imagen Institucional.

Equipo de comunicaciones

Conformado por un coordinador/a de comunicaciones y el/la especialista de comunicaciones quienes son los/las responsables de ejecutar las acciones estratégicas del presente plan, en relación con la comunicación interna y externa. Desarrolla, organiza y dirige todo tipo de eventos donde participa la Entidad en el ámbito interno y externo. Propone al/a la jefe/a de la Unidad el desarrollo de planes de acción, entrevistas, conferencias de prensa, manejo de crisis, etc. en coordinación directa y fluida con los/las demás integrantes de la Unidad, desarrollándose actividades de comunicación gráfica para reforzar los objetivos trazados.

Reporta a la jefatura de la Unidad de Imagen Institucional.

7.2 ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS

Con la finalidad de implementar de manera focalizada las intervenciones de comunicación, alineadas a las acciones e indicadores de los objetivos estratégicos institucionales, se considerarán 5 actividades estratégicas, basadas en los objetivos específicos de comunicación:

7.2.1 ACTIVIDAD ESTRATEGICA 1: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE CONTRIBUYAN A FAVORECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN 1: Organizar, desarrollar, promocionar y difundir los eventos en los que participa la Entidad.

A. PÚBLICOS PRINCIPALES:

Público Objetivo Primario (POP): considerado como la población que se encuentre inmersa en el proceso de formalización predial ejecutado por COFOPRI.

- POP-1: Posesionarias, poseionarios que se encuentran comprendidos en el marco normativo para la formalización predial gratuita.
- POP-2: Población general, con énfasis en familiares, personas cercanas al entorno del POP-1

Público Objetivo Secundario (POS): Actores que realizarán de manera articulada las acciones junto a COFOPRI para la formalización de los predios informales y que participen de manera directa en el proceso de la titulación.

- POS-1: Autoridades y funcionarios/as del gobierno regional y local.
- POS-2: Representantes del sector y entidades públicas tales como SUNARP, SNB, MINAGRI, ANA, MINCUL, INC, etc.

Aliados estratégicos (AE): considerados como población clave debido a su influencia POP y POS para la promoción y difusión de las acciones de formalización predial.

- AE-1: Periodistas y comunicadores del ámbito nacional, regional y local.
- AE-2: Líderes comunitarios y dirigentes de base.
- AE-3: Representantes de organizaciones civiles como gremios empresariales, organizaciones no gubernamentales de desarrollo (ONG's), institutos de investigación, universidades, cooperación internacional, entre otros.

B. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL:

- Desarrollar acciones de información, educación, promoción, sensibilización, incidencia y posicionamiento para la promoción y difusión de los eventos de entrega de títulos y otros en que participa la Entidad.
- Difusión masiva mediante nuestros canales de comunicación, permitiendo a la audiencia conocer de manera directa las actividades que se desarrollan, así como los beneficios del proceso de formalización predial, requisitos y pasos para la titulación y las instancias que participan a fin de que sean identificadas porque velan por su seguridad, formalidad y realización personal y familiar.
- Para ello se gestionará la elaboración de material impreso y audiovisual con mensajes de carácter humanizado, testimonios e historias que transmitan el compromiso institucional y los resultados de la formalización.
- En el caso del público secundario se realizará la sensibilización e incidencia a fin de que las instituciones participantes en las actividades coadyuven, en el marco de su competencia, en el cumplimiento de las disposiciones normativas para optimizar la respuesta del Estado en el proceso de la formalización predial.
- Asimismo, se elaborarán piezas gráficas con mensajes institucionales validados por las unidades de organización respectivas para su réplica y difusión por los órganos desconcentrados de acuerdo a sus actividades.

- Con los aliados estratégicos, se promoverá que los líderes o representantes de las organizaciones comunitarias reconozcan la formalidad predial como el inicio de un proceso beneficioso en la economía de las familias y el crecimiento ordenado de su comunidad.

C. ACCIONES:

Elaboración de planes de acción o estrategias comunicacionales para la promoción y difusión de eventos, y/o campañas de las acciones de formalización, entre otros.

- Apoyo a las Oficinas Zonales con material gráfico o audiovisual sobre los eventos que ejecuten.
- Apoyo a las unidades de organización con la elaboración de planes de comunicación de las campañas o eventos que requieran comunicación masiva.

Gestión de contenidos para prensa y redes sociales:

- Elaboración de notas de prensa con enfoque informativo o educativo sobre la realización de eventos, así como la coordinación de entrevistas, informes, reportajes o crónicas, según corresponda.
- Elaboración de piezas audiovisuales y gráficas de testimoniales con historias de beneficiarios/as y servidores/as del COFOPRI comprometido con la labor de formalización para la sensibilización.
- Elaboración de plan de contenidos y piezas gráficas para redes sociales relacionados a la titulación, sus beneficios, canales de atención institucional y uso del glosario del COFOPRI.
- Elaboración de videos y/o animaciones sobre los beneficios, pasos a seguir y entidades participantes del proceso para la formalización predial.

Comunicación para canales digitales

- Difusión de mensajes y piezas (gráficas, foto o video) adaptadas a los formatos de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Flickr sobre las actividades a desarrollar de acuerdo con la segmentación de audiencias y público objetivo.

Generación de eventos o acciones de exposición masiva

- Organización de ceremonias protocolares de entrega de títulos de propiedad para viviendas y equipamiento urbano.
- Organización de ceremonias de entrega de títulos en casa por casa en una zona específica de una comunidad.
- Gestión de entrevistas en medios de comunicación regional o local para la promoción de servicios y gratuidad del proceso para la titulación.

Elaboración de contenidos impresos y digital de información técnica para difusión masiva

- Elaboración de carpeta institucional sobre la formalización predial para autoridades y decisores de los gobiernos regionales y locales.
- Impresión de trípticos, dípticos y otros sobre los productos y servicios del COFOPRI.
- Impresión de material gráfico para el posicionamiento de la actividad y de la marca de los organizadores.

7.2.2 ACTIVIDAD ESTRATEGICA 2: DIFUSIÓN Y MONITOREO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y REDES SOCIALES

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN 2: Informar y difundir sobre el proceso de formalización y catastro en medios de comunicación masiva y de redes sociales.

A. PÚBLICOS PRINCIPALES:

Público Objetivo Primario (POP): Periodistas y comunicadores del ámbito nacional, regional y local, que repliquen las informaciones a la población, a través de los medios de comunicación.

- POP-1: Población general, con énfasis en las poblaciones de zonas que participarán en el proceso de catastro y de formalización.

Aliados estratégicos (AE): actores que, mediante su influencia, podrán apoyar en el proceso de formalización y catastro, con acciones de difusión o promoción en el entorno familiar, comunitario o masivo.

- AE-1: Periodistas y comunicadores del ámbito nacional, regional y local.
- AE-2: Líderes comunitarios y dirigentes de base.

B. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL:

- Desarrollar acciones de información y difusión a la población objetivo sobre el proceso de formalización de la propiedad y el catastro urbano, por medio de comunicación masiva y redes, a través de notas de prensa, conferencias y/o entrevistas.
- Tanto, eventos, actividades regulares, información potencialmente noticiosa, será difundida en los medios, de acuerdo, a una evaluación de pertinencia y/o coyuntura, para ello, se elaborará contenido informativo gráfico – audiovisual cuya información será debidamente validada por las unidades de organización correspondientes y la alta dirección.

- Dichas acciones serán coordinadas con los gobiernos regionales y locales a fin de generar la opinión favorable de las poseionarias y poseionarios de las poblaciones que se encuentren identificadas para el proceso de formalización predial urbano y del catastro predial.

C. ACCIONES:

Desarrollo de contenidos para prensa y medios digitales:

- Cobertura de actividades de las acciones de catastro y de formalización, levantamiento catastral urbano o acciones de catastro de daños.
- Elaboración de notas de prensa con enfoque informativo y/o educativo sobre los proyectos de catastro y de formalización, así como la coordinación de entrevistas, informes, según corresponda.
- Elaboración de piezas de video con testimonios sobre la respuesta institucional en materia de formalización, catastro de daños y la acción inmediata del COFOPRI.
- Desarrollar acciones de información y difusión a la población objetivo sobre el proceso de formalización y catastro urbano, proveniente de convenios con gobiernos locales u otros proyectos con ese fin.
- Desarrollar acciones de información y difusión a la opinión pública sobre las labores de formalización y catastro urbano/de daños, promocionando la labor técnica de la Entidad como fuente de información precisa para las gestiones del Gobierno.

Generación de contenidos para canales digitales

- Difusión de mensajes y piezas (gráficas, foto o video) adaptadas a los formatos de Facebook, Twitter, Instagram, Youtube y Flickr sobre las acciones de formalización, catastro con fines de formalización, catastro urbano provenientes de convenios u otros proyectos y catastro de daños, de acuerdo a segmentación de audiencias y público objetivo.
- Programación de campañas digitales de información #COFOPRI Informa, promoción #COFOPRI Te Recuerda, y educación #Aprendiendo Con COFOPRI que destaquen el proceso catastral mediante la difusión de charlas, videos con especialistas, pastillas informativas de audio y video, tutoriales y difusión de los canales de atención virtuales (línea 0800, mesa de parte virtual, correo electrónico, videoconsultas, quejas y reclamos por actos de corrupción, entre otros).
- Elaboración de plan de contenidos y piezas gráficas para redes sociales relacionados a las diferencias y procedimientos de la formalización y entre el catastro predial, el catastro urbano municipal y el catastro de daños.

Desarrollo de acciones comunicativas, periodísticas y de difusión estratégica en materia de formalización y acción catastral.

- Conferencia de prensa para la presentación de planes, programas, estrategias y/o actividades que desarrolla el COFOPRI sobre formalización y Catastro.
- Cobertura periodística de las labores de formalización, catastro urbano o catastro de daños a fin de mantener informada a la población y generar una buena imagen de la Entidad como especialista técnico en estos fines.
- Gestión de entrevistas en medios de comunicación regional o local, previa autorización y pertinencia.
- Diseño de afiches y banners informativos sobre las campañas de formalización, levantamiento catastral en puntos estratégicos.

Gestión para la articulación intersectorial

- Reuniones de coordinación con las autoridades regionales o locales, equipos de comunicación para identificar fortalezas y oportunidades en la promoción y difusión del proceso de formalización y catastro.
- De acuerdo a la necesidad, se brindará asistencia técnica para la elaboración del Plan de comunicaciones para la promoción y difusión de la formalización y ejecución del catastro urbano en los gobiernos locales con quienes se suscriba convenio, que incluirá perfil de público objetivo, estrategias de prensa, preparación de voceros, difusión y promoción adaptadas a la realidad local, charlas informativas, capacitación de comunicación interpersonal para las brigadas de campo, elaboración de materiales informativos y selección de canales de comunicación para su difusión con enfoque intercultural y diversidad de género.

Gestión para las relaciones públicas y gestión de crisis

- Monitoreo constante sobre acciones o gestiones que podrían generar una crisis comunicacional.
- Generación de respuesta adecuada a la crisis mediante comunicados y gestión de entrevistas y/o acciones de relaciones públicas con medios aliados.
- De acuerdo a necesidad, se generarán reuniones informativas con representantes, equipos de comunicación de organizaciones para difundir los detalles de la ejecución de los proyectos, y puedan promover un clima de confianza y armonía entre la ciudadanía y las brigadas.
- Elaboración de cartilla informativa con datos, cifras del proyecto de formalización y acción catastral, así como los objetivos y beneficios del

mismo, a fin de que se difunda localmente con aliados y se pueda preparar al público objetivo para el ingreso de las brigadas.

7.2.3 ACTIVIDAD ESTRATEGICA 3: PRODUCCIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIÓN DE SERVICIOS

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN 3: Fortalecer y posicionar la imagen institucional a través de material de comunicación para la promoción de servicios.

A. PÚBLICOS PRINCIPALES:

Público Objetivo Primario (POP): población que deberá conocer sobre el proceso de generación de información catastral predial y de formalización.

- POP-1: Población general, con énfasis en las poblaciones de zonas que participarán en el proceso de catastro y de formalización.

Aliados estratégicos (AE): actores que, mediante su influencia, podrán apoyar en el proceso de formalización y catastro, con acciones de difusión o promoción en el entorno familiar, comunitario o masivo.

- AE-1: Periodistas y comunicadores del ámbito nacional, regional y local.
- AE-2: Líderes comunitarios y dirigentes de base.

B. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL:

- La estrategia de comunicación para la producción de materiales de comunicación se basará resaltando los conceptos “Gratuidad del proceso de formalización”, “COFOPRI es un ente técnico al servicio de la población”, “Generación de títulos de propiedad seguros”, entre otros.
- Toda producción de materiales impresos o para el uso en eventos y redes sociales, serán propuestos por la Unidad de Imagen Institucional y validadas por los órganos de línea o unidades orgánicas competentes.
- Se expondrá principalmente los servicios que tiene la Entidad como Atenciones en Línea, Línea gratuita, Geo Llaqta, Quipu Llaqta, seguimiento de trámites, etc.

C. ACCIONES:

Desarrollo de contenidos para prensa y medios digitales:

- Mediante cobertura de las actividades de catastro y de formalización, levantamiento catastral urbano o acciones de catastro de daños.

- Elaboración de flyer, mensajes institucionales u otros, con enfoque informativo y/o educativo sobre los proyectos de catastro y de formalización, así como la coordinación de entrevistas, informes, según corresponda.
- Desarrollar acciones de información y difusión a la población objetivo sobre el proceso de formalización y catastro urbano, proveniente de convenios con gobiernos locales u otros proyectos con ese fin.
- Desarrollar acciones de información y difusión a la opinión pública sobre las labores de formalización y catastro urbano/de daños, promocionando la labor técnica de la Entidad como fuente de información precisa para las gestiones del Gobierno en cuanto al nivel de afectación de las viviendas damnificadas, como estado de viviendas urbanas.

Desarrollo de acciones comunicativas, periodísticas y de difusión estratégica en materia de formalización y acción catastral.

- Diseño de afiches y banners informativos sobre las campañas de formalización, levantamiento catastral en puntos estratégicos, eventos de entrega de títulos, etc.

7.2.4 **ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 4: ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN 4: Fortalecer y posicionar la comunicación interna y externa a través de estrategias activas de comunicación y participación de los públicos objetivos.

A. PÚBLICOS PRINCIPALES:

Público Objetivo Interno (POI): Personal que labora en el COFOPRI, que representa a la Entidad en el cumplimiento de la misión y valores institucionales. Para las acciones e implementación de estrategias internas se coordinará con la Unidad de Recursos Humanos.

- POP-1: Servidores/ras, colaboradores/as y funcionarios/as de la Entidad

Público Objetivo Externo (POE): Se considera a los actores que se relacionan con la Entidad, están expuestos a la información que brinda el COFOPRI o tienen impacto en la imagen institucional.

- POS-1: Entidades de la administración pública del nivel nacional, regional y local, cooperación internacional, medios de comunicación y la opinión pública en general.

B. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL:

En la gestión interna, la Unidad de Imagen Institucional fortalecerá la comunicación de los logros institucionales, comunicados de interés, el apoyo en el desarrollo o elaboración de material gráfico para las unidades orgánicas mediante requerimiento, etc.

- Desarrollar acciones para la mejora de procesos de gestión comunicacional a nivel interno mediante la articulación con la Unidad de Recursos Humanos, promoviendo una cultura organizacional saludable, orientada en los valores de la Entidad: compromiso, probidad, tolerancia, veracidad, idoneidad, justicia y equidad, solidaridad, fomentando además el sentido de inmediatez para una respuesta eficiente oportuna, ágil, cercana y simple en la atención al usuario, basada en el concepto de empatía.
- Estas acciones buscan generar en el público interno pertenencia a la organización y promover una participación activa y una relación de confianza y compromiso con la misión y objetivos de la Entidad.
- Por ello se promoverán actividades centradas en el fortalecimiento de la comunicación interpersonal, las capacidades comunicativas del personal interno como brigadistas, empadronadores/as y servidores/as que tienen contacto con la población, el entrenamiento para vocería de funcionarios/as y la coordinación con los equipos a cargo de los canales de atención al ciudadano de nivel nacional y local.
- En el fortalecimiento de la imagen institucional se considera al nivel externo el posicionamiento de la Entidad con organismos y entidades del Estado, del nivel nacional, regional y local, medios de comunicación y la opinión pública mediante la difusión de avances o logros institucionales.
- Así mismo, se ejecutarán actividades propias como la elaboración de notas periodísticas, planes comunicacionales, administración de las redes sociales, manejo protocolar, registro audiovisual, rediseño y uso del manual de identidad gráfica, asistencia técnica especializada con los órganos de línea y coordinación con la Oficina General de Comunicaciones del MVCS.
- Asimismo, como organismo adscrito al MVCS, se llevará a cabo la promoción de los servicios de atención al/a la ciudadano/a y la difusión de mensajes de interés sectorial y de gobierno.

C. ACCIONES:

Gestión Interna para el fortalecimiento de la Unidad de Imagen Institucional

- Elaboración del plan de comunicación estratégica del COFOPRI – 2023.
- Elaboración de diseño de guía interna para acciones de prensa y difusión de la Entidad.
- Asistencia técnica para la adecuada implementación del manual de identidad gráfica.
- Actualización de directorio de medios de comunicación y periodistas.
- Implementación de un servicio de monitoreo de noticias a nivel TV, Radio, web, social listening y tendencias en redes sociales.
- Realización de registro de fotos y video en lugares donde se identifiquen posibles historias de interés periodístico.
- Actualización permanente de la web institucional y de todos los canales del entorno digital.
- Elaboración de plan de crisis.
- Implementación y actualización de periódicos murales en las áreas de atención al público de la Entidad.

Gestión para la comunicación interna

- Visitas de avanzada y coordinación para eventos o implementación de actividades comunicacionales para las Oficinas Zonales.
- Capacitaciones periódicas sobre la comunicación como herramienta de gestión, talleres de fotografía digital para puntos focales a nivel nacional
- Implementación de un reporte vía mailing de logros de la Entidad y reconocimientos institucionales a los/las servidores/as.
- Fortalecimiento de la imagen e identificación de los/las servidores/as de la Entidad ante el público externo. Adquisición de indumentaria para los/las servidores/as de campo que desarrolla las acciones de formalización y brindan orientación al poblador.
- Coordinación con la Unidad de Recursos Humanos del COFOPRI para la entrega de un “kit de bienvenida” para los nuevos/as colaboradores/as y entregas periódicas de merchandising utilitario a todos.

Posicionamiento institucional a nivel externo

- Cobertura de eventos clave de la Entidad para su posterior difusión en canales y prensa.
- Elaboración de mensajes claves e ideas fuerza institucionales.
- Apoyo en la elaboración del diseño y difusión de la memoria institucional – COFOPRI 2023, según requerimiento.

7.2.5 ACTIVIDAD ESTRATEGICA 5: ELABORACIÓN DEL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A FORTALECER LA IMAGEN DE COFOPRI

OBJETIVO ESPECÍFICO DE COMUNICACIÓN 5: Impulsar un conjunto de acciones para la ejecución de acciones focalizadas en medios de comunicación, comunicación directa y acciones de prensa y relaciones públicas que contribuyan a posicionar la imagen de COFOPRI.

A. PÚBLICOS PRINCIPALES:

Público Objetivo Primario (POP): La población que se encuentre inmersa en el proceso de formalización predial ejecutado por COFOPRI.

- POP-1: Posesionarias, poseionarios que se encuentran comprendidos en el marco normativo para la formalización predial gratuita.
- POP-2: Población general, con énfasis en familiares, personas cercanas al entorno del POP-1

Público Objetivo Secundario (POS): Actores que realizarán de manera articulada las acciones junto a COFOPRI para la formalización de los predios informales y que participan de manera directa en el proceso de la titulación.

- POS-1: Autoridades y funcionarios del gobierno regional y local.
- POS-2: Representantes del sector y entidades públicas como SUNARP, SNB, MINAGRI, ANA, MINCUL, INC, etc.

Aliados estratégicos (AE): considerados como población clave debido a su influencia POP y POS para la promoción y difusión de las acciones de formalización predial.

- AE-1: Periodistas y comunicadores del ámbito nacional, regional y local.

B. ESTRATEGIA COMUNICACIONAL:

- Mantener una presencia constante en medios de comunicación y redes sociales, a través de la difusión de logros y actividades.
- Cobertura de actividades y reuniones de coordinación con autoridades (Alcaldes Distritales y Provinciales, Gobernadores Regionales y Congresistas de la República), a fin que se difunda el trabajo articulado y continuo de las acciones de formalización y catastro.
- Exposición en redes de los principales productos de servicio al ciudadano que genera la Entidad, a través de una difusión continua y segmentada de la importancia de los servicios que implementa COFOPRI.

- En el caso del público secundario se realizará la sensibilización e incidencia a fin de que las instituciones participantes en las actividades coadyuven, en el marco de su competencia, en el cumplimiento de las disposiciones normativas para optimizar la respuesta del Estado en el proceso de la formalización predial.
- Asimismo, se elaborarán piezas diseñadas con mensajes institucionales con enfoque intercultural y con diversidad de género, validados por las unidades de organización respectivas para su réplica y difusión por los órganos desconcentrados de acuerdo a sus actividades.

C. ACCIONES:

Acciones estratégicas de presencia en redes sociales.

- Movimiento de redes sociales institucionales, a través de difusión continua de logros y actividades, a través de la generación y actualización semanal de una parrilla de contenidos.
- Análisis de las métricas de cada publicación en rebote y alcance para definir los contenidos preferidos por nuestros públicos e impulsar la generación de material gráfico audiovisual.
- Promoción de los productos digitales de los servicios de COFOPRI, tales como, video llamada, seguimiento de trámites, Geo Llaqta, cronograma de empadronamiento, libro de reclamaciones, denuncias ciudadanas.

Acciones estratégicas de presencia en prensa y relaciones públicas

- Generación y atención a entrevistas dirigidas en medios de comunicación con el fin de difundir acciones y logros de COFOPRI, para lo cual se prepara al vocero, se sugiere ideas fuertes como mensajes y se coordina con la producción del medio la programación de la entrevista.
- Acciones inmediatas para la atención en gestión de crisis, con coordinación directa de la alta dirección, elaboración a modo de propuesta de comunicado aclaratorio, pertinencia de difusión en medios y/o redes y seguimiento post crisis.

Acciones estratégicas en relaciones públicas

- Apoyo protocolar en reuniones con autoridades distritales, provinciales, regionales, generando para ello el perfil de la autoridad visitante, cobertura de la reunión, foto protocolar y difusión de la actividad.
- Apoyo protocolar en reuniones con población y dirigentes programadas y las que se generen por crisis, emergencia o sin previa coordinación.
- Apoyo protocolar y dirección de ceremonias de firma de convenios, actividades internas o acciones protocolares de las unidades de organización.

7.3 CRONOGRAMA

ACTIVIDAD ESTRATÉGICA	CRONOGRAMA											
	ENER	FEB	MAR.	ABR.	MAY	JUN.	JUL.	AGO.	SET	OCT	NOV	DIC
1.- ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE CONTRIBUYAN A FAVORECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL												
2.- DIFUSIÓN Y MONITOREO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y REDES SOCIALES												
3.- PRODUCCIÓN DE MATERIALE DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIÓN DE SERVICIOS												
4.- ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN <u>INTERNA</u> <u>Y EXTERNA</u>												
5.- ELABORACIÓN DEL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A FORTALECER LA IMAGEN DE COFOPRI												

LO EJECUTADO: 

ESTA POR EJECUTAR O EN CURSO:



VIII. PROGRAMACIÓN DE METAS

PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA 2023 - COFOPRI														
PROGRAMACIÓN - UNIDAD DE IMAGEN INSTITUCIONAL														
OBJETIVO DEL PLAN: Posicionar y fortalecer la imagen de la Entidad entre sus diferentes públicos objetivos, a través de la difusión de las principales actividades institucionales en formalización predial urbana y catastro, de acuerdo a los lineamientos de política institucional.	ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS	UNIDAD DE MEDIDA	PROGRAMACIÓN DE METAS FÍSICAS											
			Ener	Febr	Mar	Abril	MAY.	JUN	JUL.	AGO.	SET	OCT.	NOV.	DIC.
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1.- Organizar, desarrollar, promocionar y difundir los eventos en los que participa la Entidad.	ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 1: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE CONTRIBUYAN A FAVORECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL	INFORME			X			X			X			X
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 2.- Informar y difundir sobre el proceso de formalización y catastro en medios de comunicación masiva y de redes sociales.	ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 2: DIFUSIÓN Y MONITOREO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y REDES SOCIALES	INFORME			X			X			X			X
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 3.- Fortalecer y posicionar la imagen institucional a través de material de comunicación para la promoción de servicios.	ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 3: PRODUCCIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIÓN DE SERVICIOS	INFORME			X			X			X			X
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 4.- Fortalecer y posicionar la comunicación interna y externa a través de estrategias activas de comunicación y participación de los públicos objetivos.	ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 4: ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	INFORME			X			X			X			X
OBJETIVOS ESPECÍFICOS 5.- Impulsar un conjunto de acciones para la ejecución de acciones focalizadas en medios de comunicación, comunicación directa y acciones de prensa y relaciones públicas que contribuyan a posicionar la imagen de COFOPRI.	ACTIVIDAD ESTRATÉGICA 5: ELABORACIÓN DEL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A FORTALECER LA IMAGEN DE COFOPRI	INFORME			X			X			X			X

IX. INDICADORES

ACTIVIDADES ESTRATÉGICAS	INDICADOR
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE CONTRIBUYAN A FAVORECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL	NÚMERO DE EVENTOS Y MATERIAL DE DIFUSIÓN DE EVENTOS ACCIONES DE DIFUSIÓN EN FORMALIZACIÓN A NIVEL MASIVO.
DIFUSIÓN Y MONITOREO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y REDES SOCIALES	NÚMERO DE ACCIONES DE DIFUSIÓN EN MATERIA DE FORMALIZACIÓN Y CATASTRO URBANO O CATASTRO DE DAÑOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA Y REDES.
PRODUCCIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCIÓN DE SERVICIOS	NÚMERO DE DISEÑOS Y DIFUSIÓN DE MATERIALES DE COMUNICACIÓN PARA PROMOCION DE SERVICIOS.
ELABORACIÓN Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA	NÚMERO DE ACCIONES Y EJECUCIÓN DE LAS ESTRATEGIAS EN COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA.
ELABORACIÓN DEL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS QUE CONTRIBUYAN A FORTALECER LA IMAGEN DE COFOPRI	NÚMERO DE ACCIONES EN ELABORACIÓN DE DISEÑO Y EJECUCIÓN DE ESTRATEGIAS PARA FORTALECER LA IMAGEN.

X. PRESUPUESTO

	DETALLE DEL GASTO	PIM	Enero-Abril	PROG MAYO	PROG JUNIO	PROG JULIO	PROG AGOSTO	PROG SETIEMBRE	PROG OCTUBRE	PROG NOVIEMBRE	PROG DICIEMBRE	TOTAL 2023
231111	ALIMENTOS Y BEBIDAS PARA CONSUMO HUMANO	40	0			40						40
231211	VESTUARIO, ACCESORIOS Y PRENDAS DIVERSAS	0	0									0
231212	TEXTILES Y ACABADOS TEXTILES	9,600	0			9,600						9,600
231511	REPUESTOS Y ACCESORIOS	1,000	1,000									1,000
231512	PAPELERIA EN GENERAL, UTILES Y MATERIALES DE OFICINA	4,140	3,035			1,105						4,140
232121	PASAJES Y GASTOS DE TRANSPORTE	39,037	20,286	2,344	2,344	2,344	2,344	2,344	2,344	2,344	2,344	39,037
232122	VIATICOS Y ASIGNACIONES POR COMISION DE SERVICIO	36,000	16,383	2,452	2,452	2,452	2,452	2,452	2,452	2,452	2,452	36,000
2321299	OTROS GASTOS	180	180									180
2327116	SERVICIO DE IMPRESIONES, ENCUADERNACION Y EMPASTADO	19,855	250		19,605							19,855
23271199	SERVICIOS DIVERSOS	36,400	7,280	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640	3,640	36,400
232811	CONTRATO ADMINISTRATIVO DE SERVICIOS	254,493	61,966	24,066	24,066	24,066	24,066	24,066	24,066	24,066	24,066	254,493
232812	CONTRIBUCIONES A ESSALUD DE C.A.S.	15,283	2,406	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610	1,610	15,283
232814	AGUINALDOS DE C.A.S.	3,600	0			1,800					1,800	3,600
232911	LOCACIÓN DE SERVICIOS REALIZADOS POR PERSONAS NATURALES RELACIONADAS AL ROL DE LA ENTIDAD	86,200	64,700	7,167	7,167	7,167						86,200
231711	ENSERES	19,098	14,000			5,098						19,098
232471	DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	1,130	1,130									1,130
23199199	OTROS BIENES	600	600									600
	TOTAL	526,656	193,216	41,278	60,883	58,921	34,111	34,111	34,111	34,111	35,911	526,656