



PLAN DE COMUNICACIONES 2024

Unidad de Imagen Institucional



Contenido

1. INTRODUCCION	4
2. ALCANCE	4
3. BASE LEGAL	4
4. OBJETIVO GENERAL	5
5. OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
6. ARTICULACION CON EL MARCO ESTRATEGICO DE LA SUTRAN	6
7. ACTIVIDADES	6
7.1 EJES TEMÁTICOS DE INTERVENCIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	6
7.1.1 Prevención y educación	6
7.1.2 Fiscalización y supervisión	7
7.1.3 Difusion de los servicios de tramites y consultas para los usuarios	7
7.2 DIFUSION DE CAMPAÑAS ORGANICAS	8
7.2.1 Campaña organica “Viaje seguro”	8
Acciones Comunicacionales	8
Cronograma de difusión de la campaña	8
7.2.2 Campaña organica “Alerta de engaño”	9
Acciones Comunicacionales	9
Cronograma de difusión de la campaña	9
7.2.3 Campaña organica “Ponte límites”	10
Acciones Comunicacionales	10
Cronograma de difusión de la campaña	10
7.2.4 Campaña organica “Aprende con Sutran”	10
Acciones Comunicacionales	11
Cronograma de difusión de la campaña	11
7.2.5 Campaña organica “Mapa interactivo de alertas”	11
Acciones Comunicacionales	11
Cronograma	11
7.2.6 Campaña organica “No mas informalidad”	11
Acciones Comunicacionales	11
Cronograma de difusión de la campaña	11
7.3 ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	12
7.3.1 Gestión de contenidos y prensa	12



7.3.2 Vocería y Media training	13
7.3.3 Creación de contenido audiovisual.....	13
7.3.4 Comunicación digital	13
Tipos de acciones a implementarse:.....	14
Programas digitales	14
8. CRONOGRAMA Y COSTEO DE ACTIVIDADES	14
9. FINANCIAMIENTO	18
10. SEGUIMIENTO Y EVALUACION.....	18

1. INTRODUCCIÓN

La Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (Sutran) es una entidad adscrita al Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) tiene como misión “prevenir, fiscalizar y sancionar, de acuerdo a sus competencias, el cumplimiento de la normativa en materia de servicios de transporte de ámbito nacional e internacional, tránsito terrestre en carreteras, servicios complementarios al tránsito y transporte, a fin de proteger la vida de los usuarios de manera eficaz y transparente.

Es el órgano encargado de la prevención, fiscalización y sanción de las actividades de transporte terrestre de personas, carga y mercancías en los ámbitos nacional e internacional, tránsito terrestre en carreteras, así como de sus servicios complementarios, con el fin último de proteger la vida de los usuarios en el servicio del transporte terrestre, así como de las personas que transitan en las carreteras.

De acuerdo con su Reglamento de Organización y Funciones (ROF) vigente, aprobado mediante Decreto Supremo N° 021-2010-MTC y su modificatoria, la Unidad de Imagen Institucional (UII), de conformidad con lo establecido en los incisos a), b) y c) del artículo 12 de este documento, es la encargada de proponer las estrategias de comunicación; planificar, ejecutar y supervisar la difusión de las actividades de la entidad; y diseñar estrategias que contribuyan a fortalecer la imagen de la entidad.

En ese marco, el presente Plan de Comunicación Estratégica 2024 es un instrumento que orienta las acciones de comunicación de la entidad de manera integral, abordando los ejes de prevención y educación; difusión de los servicios de trámite y consulta para los usuarios; y supervisión y fiscalización, teniendo como columna vertebral la seguridad e integridad de los usuarios de los servicios de transporte en vías nacionales.

Todo ello, a través de la aplicación de componentes de comunicación social tradicional y digital, con el fin de mantener informado de manera permanente y sostenida a los usuarios y públicos objetivos sobre las acciones de la entidad y de esa manera, fortalecer la imagen y reputación de la Sutran.

También establece las estrategias y objetivos que se ejecutarán durante el año 2024 de manera articulada con las diferentes gerencias y unidades orgánicas de la entidad, teniendo como referencia el PEI 2020 – 2026 Ampliado y el POI Multianual 2024 – 2026 de la Sutran.

En ese sentido, el presente plan coadyuvará al logro de OEI.02 “Modernizar la Gestión Institucional de la SUTRAN”, a través del fortalecimiento institucional mediante acciones comunicacionales que contribuyan a la reducción de siniestros viales en salvaguarda de la vida de los usuarios de las vías nacionales y servicios de transporte nacional.

2. ALCANCE

La aplicación del Plan de Comunicación está dirigida a todos/as los/las servidores/as de los regímenes laborales y practicantes de la Sutran.

3. BASE LEGAL

- Ley N° 29380, Ley de creación de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (SUTRAN).
- Decreto Supremo N° 033-2009-MTC que aprueba el Reglamento de la SUTRAN.
- Decreto Supremo N° 006-2015-MTC que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones de la SUTRAN.



- Decreto Supremo N° 017-2009-MTC que el Reglamento Nacional de Administración de Transporte, aprobado por DS N° 017-2009-MTC.
- Ley N° 28256, Ley que regula el transporte terrestre de Materiales y Residuos Peligrosos.
- Ley N° 29005, Ley que establece los lineamientos generales para el funcionamiento de las Escuelas de Conductores.
- Ley N° 29237, Ley que crea el Sistema Nacional de Inspecciones Técnicas Vehiculares.
- Ley N° 29365, Ley que establece el Sistema de Control de Licencias de Conducir por Puntos.
- Decreto Supremo N° 021-2008-MTC que aprueba el Reglamento Nacional de Transporte Terrestre de Materiales y Residuos Peligrosos.
- Decreto Supremo N° 058-2003-MTC que aprueba el Reglamento Nacional de Vehículos.
- Decreto Supremo N° 025-2008-MTC que aprueba el Reglamento Nacional de Inspecciones Técnicas Vehiculares.
- Decreto Supremo N° 016-2009-MTC que aprueba el Texto Único Ordenado del Reglamento Nacional de Tránsito - Código de Tránsito.
- Decreto Supremo N° 017-2008-MTC que aprueba el Reglamento de Placa Única Nacional de Rodaje.
- Decreto Supremo N° 024-2002-MTC que aprueba el Texto Único Ordenado del Reglamento Nacional de Responsabilidad Civil y Seguros Obligatorios por Accidentes de Tránsito.
- Decreto Supremo N° 007-2016-MTC que aprueba el Reglamento Nacional del Sistema de Emisión de Licencias de Conducir y modifica el Texto Único Ordenado del Reglamento Nacional de Tránsito – Código de Tránsito
- Ley N° 27181, Ley General de Transporte y Tránsito Terrestre.
- Resolución de Superintendencia N° D000016-2021-SUTRAN-SP que aprueba el “Plan de Gobierno Digital de la Sutran 2021 – 2024”.
- Resolución de Consejo Directivo N.° D000044-2023-SUTRAN-CD que aprueba el PEI 2020-2026 Ampliado.
- Resolución de Consejo Directivo N.° D000090-2023-SUTRAN-CD que aprueba el Plan Operativo Institucional - POI 2024 Consistente con el PIA 2024.

4. OBJETIVO GENERAL

Fortalecer la imagen institucional de la Sutran a través de acciones comunicacionales que contribuyan a un cambio de conducta que impacte en la reducción de siniestros viales en salvaguarda de la vida de los usuarios de las vías nacionales y servicios de transporte nacional.

5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Informar de manera oportuna y sostenida a la ciudadanía, conductores, transportistas, generadores de carga, empresarios dedicados a actividades conexas al transporte, las acciones que la entidad ejecuta en el marco de sus competencias, así como los servicios de la Sutran para la una atención efectiva.
- Potenciar la difusión de una cultura de prevención, a través de mensajes y generación de contenido comunicacional, orientada a lograr un cambio de actitud positivo entre la ciudadanía que coadyuve a contribuir a la reducción de siniestros viales en el país.
- Visibilizar la labor y acciones presenciales desarrolladas por las gerencias de la Sutran en temas de educación vial y promoción de los servicios de la entidad.
- Fortalecer la presencia de Sutran en redes sociales con contenido educativo, informativo y de orientación, adaptado a las nuevas tendencias digitales.
- Incrementar la difusión respecto a la información sobre los derechos de los usuarios del transporte interprovincial y responsabilidades de las empresas de transporte.
- Mejorar la gestión con medios de comunicación tradicionales y digitales, de ámbito local y regional, a fin de garantizar una mayor difusión periódica de los contenidos de la Sutran.



Visibilizar la labor de la entidad en regiones y fomentar el relacionamiento con actores clave en el sector transporte para un mayor alcance.

6. ARTICULACIÓN CON EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA SUTRAN

PEI 2020 – 2026				POI 2024		PLAN DE COMUNICACIONES 2024	
OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL		ACCIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL		ACTIVIDAD OPERATIVA		OBJETIVO	UNIDAD
OEI.02	Modernizar la Gestión Institucional de la SUTRAN	AEI.02.05	Desarrollo Institucional Eficiente en la SUTRAN	AOI00134600426	Gestión de protocolo, prensa e imagen institucional	Fortalecer la imagen institucional de la SUTRAN a través de acciones comunicacionales que contribuyan a la reducción de siniestros viales en salvaguarda de la vida de los usuarios de las vías nacionales y servicios de transporte nacional.	UII

Dichos objetivos están alineados al PEI 2020 – 2026 Ampliado de la SUTRAN y al POI 2024, consistente con el PIA 2024 de la SUTRAN.

7. ACTIVIDADES

7.1. EJES TEMÁTICOS DE INTERVENCIÓN EN LA GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES

7.1.1. Eje temático 1: Prevención y educación

Dentro del ámbito de sus competencias, la SUTRAN fomenta una cultura de prevención y educación a través de diversas actividades educativas y de sensibilización desarrolladas de manera presencial y virtual y dirigidas a escolares, universitarios, estudiantes de institutos técnicos y también a usuarios de los servicios de transporte.

A la par, la entidad programa asistencias técnicas para empresas de transporte (de personas y carga), funcionarios de gobiernos locales, Policía Nacional del Perú y entidades públicas que lo requieran.

Este trabajo preventivo, mediante el cual se busca contribuir a la reducción de los índices de siniestralidad en el país, tendrán presencia en los canales de comunicación de SUTRAN, con alto énfasis en redes sociales.

Actividades como talleres de capacitación, acciones de sensibilización en terminales terrestres y vías nacionales, activaciones en ferias informativas desarrolladas por los especialistas de la Gerencia de Prevención se difundirán de manera continua, apuntando a posicionar a la SUTRAN como un aliado estratégico y comprometido con la seguridad vial del país.

Asimismo, se dará a conocer a través de diferentes plataformas, temas preventivos y educativos de interés de nuestros administrados y de la ciudadanía en general. A continuación, los principales temas recurrentes a difundir.

- Deberes y derechos del usuario de servicio de transporte terrestre
- Importancia del respeto de los límites de velocidad
- Seguridad vial para la reducción de siniestros viales
- Relevancia de las señales de tránsito para la prevención de siniestros
- Manejo defensivo
- Recomendaciones de seguridad para la conducción
- Rol de los CITV en la seguridad vial
- Respeto de las jornadas máximas de conducción
- Medidas de seguridad para el transporte de personas
- Medidas de seguridad para el transporte de materiales peligrosos
- Medidas de seguridad para el transporte de mercancías
- Difusión de capacitaciones y talleres de la Gerencia de Prevención

7.1.2. Eje temático 2: Fiscalización y supervisión

Mediante estas intervenciones, la Sutran busca garantizar un transporte seguro para los usuarios. En ese sentido, buscaremos difundir permanentemente las acciones ejecutadas tanto en regiones, como a nivel de Lima.

Adicional a ello, considerando fechas festivas y feriados largos (Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad, Año Nuevo, entre otras) se coordinarán enlaces en vivo con medios locales y regionales a fin de difundir las medidas de control y fiscalización. A continuación, los principales temas recurrentes a difundir.

- Acciones contra la informalidad en el transporte de personas (#NoMásInformalidad).
- Lucha contra la trata de personas en el transporte interprovincial.
- Viaje Seguro por feriados largos (Fiestas Patrias, Navidad, Año Nuevo, etc.).
- Obligaciones de las empresas de transporte interprovincial.
- Fiscalización con cinemómetros por excesos de velocidad.
- Fiscalización del transporte de carga internacional y prevención de cabotaje no autorizado.
- Fiscalización a las medidas de seguridad para el transporte de personas.
- Fiscalización a las medidas de seguridad para el transporte de materiales peligrosos.
- Reportes estadísticos sobre siniestros viales, lesionados, fallecidos.
- Reportes estadísticos sobre excesos de velocidad detectados en vías nacionales y temas relacionados.

7.1.3. Eje temático 3: Difusión de los servicios de trámites y consultas para los usuarios

Los servicios que la Sutran ha puesto a disposición de todos sus administrados ameritan, sin duda, una difusión sostenida, tanto a nivel digital, como a nivel de prensa tradicional a fin de que la mayor cantidad posible de usuarios conozcan a detalle los beneficios que la institución pone a su disposición con la finalidad de garantizar el cumplimiento de sus obligaciones.

En este punto se contempla la difusión de los siguientes servicios:

- Mesa de Partes Virtual
- Multiplataforma de Atención de la Sutran
- Récord de infracciones
- Consulta de infracciones por cinemómetros
- Fraccionamiento y aplazamiento de deudas
- Consulta de expedientes
- Certificados de participación
- Canales de denuncia
- Programa de Regularización de Sanciones
- Servicios de Sutran Virtual
- Pagos virtuales y presenciales



- Plataforma de Atención Integral al Ciudadano
- Mapa interactivo de alertas
- Aplicativo Viaje Seguro
- Devolución de la licencia de conducir y/o placa de rodaje
- Casilla electrónica
- Fiscafono y Aló Sutran

7.2. DIFUSIÓN DE CAMPAÑAS ORGÁNICAS

7.2.1. Campaña orgánica “Viaje Seguro”

Si bien la Sutran realiza acciones de fiscalización los 365 días del año en 21 regiones del país a través de sus Unidades Desconcentradas, es importante reforzar dichas acciones preventivas, de fiscalización y sanción en cada fecha festiva (feriados, elecciones, celebraciones, etc.) donde se proyecta un crecimiento significativo en el flujo de pasajeros en las vías nacionales.

La finalidad es informar sobre las acciones de control que ejecuta la Sutran en carreteras y en terminales terrestres, para verificar que los pasajeros tengan desplazamientos seguros. Se buscará concientizar a los usuarios sobre la importancia de las medidas de seguridad y sus derechos.

Debido a que se trata de una línea de trabajo claramente identificable y característica de la Sutran, se usará un logotipo con el nombre de la campaña, a fin de posicionar visualmente dicha acción de la institución. Además, su activación temporal permitirá su continuidad de manera exitosa en favor del posicionamiento y la relación con la Sutran.

Esta campaña se alinea con el eje temático 1 (Prevención y educación) y 2 (Fiscalización y supervisión).

Acciones comunicacionales

- Nota de prensa antes del inicio de las fechas festivas (anunciando el fortalecimiento de las acciones).
- Nota de prensa de la acción principal (desde el operativo que se ejecute en Lima).
- Vocería desde un punto estratégico con medios nacionales (en Lima).
- Nota de prensa dando cuenta del número de usuarios que viajó durante el feriado.
- Post en redes sociales.
- Elaboración de material para difusión: videos de apoyo para medios, pack fotográfico.
- Gestión de publicaciones en medios de comunicación.
- Piezas de diseño gráfico brindando recomendaciones a usuarios y transportistas.

Cronograma de difusión de la campaña

- Semana Santa (28 y 29 de marzo)
- Mayo: Día del Trabajador (1 de mayo)
- Julio: Fiestas Patrias (28 y 29 de julio)
- Diciembre: Navidad (24 de diciembre)
- Diciembre: Fin de Año (31 de diciembre)

Adicionalmente, se reforzará la comunicación en las siguientes fechas:

- Mayo: Día de la Madre (Segundo domingo de mayo)
- Junio: Día de la bandera (7 de junio)
- Junio: Día del Padre (tercer domingo de junio)
- Agosto: Fiesta de Santa Rosa de Lima (30 de agosto)
- Octubre: Combate de Angamos (8 de octubre)
- Noviembre: Fiesta de Todos los Santos (1 de noviembre)



- Diciembre: Fiesta de la Inmaculada Concepción (8 de diciembre)

7.2.2. Campaña orgánica “Alerta de engaño”

Buscará informar a los administrados de Sutran sobre la gratuidad de sus trámites y la atención personalizada que pueden obtener, tanto en su sede central como en sus Unidades Desconcentradas. Se busca evitar que los administrados sean víctimas de estafadores o tramitadores.

Asimismo, se busca orientar a los administrados y usuarios en general a fin de que recurran a servicios formales y acudir a entidades complementarias (CITV, Ecsal, Escuelas de conductores, etc) que estén debidamente autorizadas por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y obtengan así certificados válidos y legales.

Esta campaña se alinea con el eje temático 1 (Prevención y educación) y 3 (Difusión de los servicios de trámite y consulta para los usuarios).

Al respecto, la Unidad de Imagen Institucional difunde de manera permanente, y según corresponda, la siguiente temática al respecto:

Acciones Comunicacionales

- Nota de prensa
- Vocería
- Entrevistas en medios regionales
- Diseños gráficos informativos
- Video resumen de acciones de fiscalización a CITV
- Post en redes sociales
- Producción de tiktoks

Estas acciones se referirán a los siguientes ítems:

- Consultar tus expedientes en la Sutran
- Consultar la lista de placas y licencias listas para recoger
- Consultar que el bus y conductor tengan sus papeles en regla
- Conocer estaciones de pesaje certificadas por Indecopi
- Conocer los tipos de infracciones de transporte de la Sutran
- Conocer los tipos de infracciones de servicios complementarios de la Sutran
- Solicitar tu récord de infracciones de la Sutran
- Consultar si tienes papeletas de infracción por Cinemómetro
- Certificados de Verificación
- Acceder a la mesa de partes virtual de la Sutran
- Solicitar la devolución de la licencia o el recojo de la placa
- Solicitar ampliación para presentar descargos frente a imputación de falta
- Consultar el estado de tu licencia de conducir retenida
- Registrar y acreditar la hoja de ruta de forma manual
- Pagar infracciones de tránsito con número de papeleta o acta de control
- Presentar descargos ante la imputación de faltas de tránsito
- Presentar recurso de apelación frente a una sanción administrativa
- Solicitar la suspensión del procedimiento de ejecución coactiva
- Solicitar copia del acta de control emitida por la comisión de una infracción
- Solicitar la suspensión del procedimiento de ejecución coactiva
- Realizar la devolución de una notificación
- Presentar recurso de reconsideración frente a una sanción administrativa
- Fraccionamiento - Aplazamiento de multas
- Cursos gratuitos de la Sutran
- Sutran no trabaja con intermediarios
- Certificados de los servicios complementarios no autorizados carecen de valor
- Cuáles son los CITV, Ecsal y escuelas autorizadas por región.



- Cómo reconocer si un certificado de entidad complementaria es válido.
- Cómo proceder a renovar un CITV.
- Acciones de fiscalización, cierre preventivo y definitivo de entidades complementarias en 21 regiones.
- Cuál es el proceso que se debe seguir en un CITV u otra entidad complementaria
- Sanciones por portar un CITV falso o inválido / o certificado de otras entidades complementarias.

Cronograma de difusión de la campaña

- Se trata de una campaña perenne, que se trabaja de forma continua, con una regularidad semanal en redes sociales

7.2.3. Campaña orgánica “Ponte límites”

Campaña orgánica, activa durante todo el año, que busca crear conciencia sobre las medidas preventivas durante la conducción para evitar siniestros viales, haciendo especial énfasis en la importancia de poner límites en todo aspecto, como el exceso de velocidad.

Esta campaña se alinea con el eje temático 1 (Prevención y educación) del presente plan.

Se abordarán las siguientes temáticas:

- Límites de velocidad en las vías
- No conducir en estado de ebriedad
- Mantener la distancia de seguridad
- Usar el cinturón de seguridad
- Evitar los giros prohibidos
- No invadir el carril contrario
- Evitar el uso de equipos distractores

Acciones Comunicacionales

- Nota de prensa
- Piezas gráficas
- Videos spot
- Fotografía publicitaria
- Vocería
- Entrevistas en medios regionales
- Post en redes sociales
- Videos Tik Tok

Cronograma de difusión de la campaña

- Debido a que el exceso de velocidad es una de las principales causas de siniestros será una campaña perenne. En redes sociales los posts serán de al menos una vez a la semana.

7.2.4. Campaña orgánica “Aprende con Sutran”

La iniciativa busca promover consejos útiles, relacionados a la seguridad vial, con el objetivo de lograr un cambio de conducta positivo entre conductores y peatones.



Abarca el componente preventivo que realiza la entidad a través de su Gerencia de Prevención y su programa Sutran educa en colegios, universidades, terminales, etc.

Asimismo, contempla las acciones de Sutran capacita a empresas de transporte, conductores, operadores de transporte turístico y de personal, personal de gobiernos subnacionales.

Esta campaña se alinea con el eje temático 1 (Prevención y educación) del presente plan.

Acciones Comunicacionales

- SUTRAN Educa Webinar de la GP
- Cobertura de activaciones
- Nota de prensa
- Piezas de diseño
- Videos
- Fotos
- Vocería
- Videos de Tik Tok
- Trivia Sutran

Cronograma de difusión de la campaña

- Igualmente se trata de una campaña perenne. Difusión en redes: al menos una vez a la semana.

7.2.5. Campaña orgánica “Mapa Interactivo de Alertas”

Aunque el mapa interactivo de alertas de la Sutran ya cuenta con un posicionamiento positivo, tanto a nivel de medios de comunicación como en la ciudadanía, se considera que su difusión debe sostenerse en el tiempo. Su finalidad es recordar entre la ciudadanía que tienen a su disposición una herramienta gratuita que permite conocer el estado del tránsito en las vías nacionales (concesionadas y no concesionadas) en tiempo de lluvias, huaicos, nevadas, bloqueos por manifestaciones sociales, accidentes viales o fallas en la infraestructura vial.

Esta campaña se alinea con los ejes temáticos 1 (Prevención y educación) y 3 (Difusión de los servicios de trámite y consulta para los usuarios) del presente plan.

Acciones Comunicacionales

- Notas de prensa
- Enlaces en vivo
- Entrevistas
- Post en redes sociales
- Videos resumen
- Videos en Tik Tok
- Fotos informativas
- Gestión de medios

Cronograma

- Se activa frente a feriados largos y eventos especiales: el fenómeno de El Niño, lluvias, huaicos, protestas sociales, etc.

7.2.6. Campaña orgánica “No más informalidad”



El transporte informal carece de las garantías mínimas de seguridad para los usuarios: no cuenta con las habilitaciones correspondientes, documentos de porte obligatorio, entre otros requisitos, por lo que son proclives a accidentes muchas veces fatales.

Esta campaña se alinea con el eje temático 1 (Prevención y educación) y 2 (Fiscalización y supervisión).

Se abordarán las siguientes temáticas:

- Riesgos y desventajas de utilizar transporte informal
- Sanciones al transporte informal
- Orientación al usuario para reconocer servicios formales vs informales

Acciones Comunicacionales

- Cobertura regular de operativos contra la informalidad
- Notas de prensa
- Piezas gráficas para redes sociales
- Videos / spots para plataformas, en especial TikTok
- Fotografía publicitaria
- Vocería
- Entrevistas en medios regionales

Cronograma de difusión de la campaña

Al ser esta una preocupación permanente de la Sutran, la UII sostendrá una campaña orgánica, activa durante todo el año, que busca advertir a usuarios y transportistas sobre los peligros y consecuencias de recurrir a servicios de transporte informales. La **frecuencia es semanal**.

7.3. ESTRATEGIAS Y HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Las estrategias de comunicación son un conjunto de acciones planificadas con el propósito de instaurar mensajes que la institución busca comunicar a los usuarios a fin de informar, educar, sensibilizar, promocionar y prevenir a través de diversas plataformas y herramientas para llegar al público objetivo de forma eficiente.

7.3.1. Gestión de contenidos y prensa

La gestión de prensa engloba todas las acciones orientadas a la difusión de información en medios de comunicación tradicionales y digitales de alcance local, regional o nacional mediante la generación de contenidos con relevancia periodística. La información sobre acciones operativas, estadísticas o focalizadas en determinadas regiones son algunos de los temas de interés periodístico, los cuales pueden presentarse a nivel de contenidos de tipo texto, gráficos y/o audiovisuales, así como de una vocería de tipo institucional y/o técnica, para lo cual se ejerce una media training.

La estrategia de prensa permitirá visibilizar el desempeño de la Sutran en favor de la ciudadanía, al mismo tiempo que ayudará a potenciar el impacto de las campañas de comunicación y abordar de manera oportuna y eficiente temas sensibles que pudieran devenir en una situación de crisis. La actuación inmediata y bien definida coadyuvará a brindar una respuesta rápida y oportuna que evite cualquier daño a la imagen de la institución.

Para el desarrollo de estas acciones se tendrán en cuenta las siguientes acciones:

- Elaboración de información institucional: notas de prensa, publicaciones y comunicados para difundir en medios de comunicación masivos y especializados (televisión, radio, prensa escrita, portal web) de Lima y las regiones del país.

- Gestión de medios: para canalizar la publicación de las notas de prensa en los medios de comunicación, que dependiendo de la relevancia de la información serán acompañadas con entrevistas a través de la participación de los voceros institucionales principales y voceros técnicos designados por cada gerencia.
- Se reforzarán las capacidades de comunicación de los voceros institucionales para las entrevistas en medios de comunicación, con el apoyo de la elaboración de mensajes clave, ideas fuerza y el empleo adecuado de las herramientas digitales.

A fin de lograr una mayor notoriedad en medios nacionales y regionales, el equipo periodístico de la UII realizará un trabajo de rastreo e identificación de los periodistas locales y medios más influyentes a fin de entablar una relación cooperativa que se traduzca en la difusión positiva de las acciones que la Sutran ejecuta a través de sus Unidades Desconcentradas. Esta difusión tendrá un componente de monitoreo y seguimiento del impacto de las noticias en los medios para el respectivo reporte.

De igual manera, tanto el equipo de monitoreo, como prensa y redes sociales se mantendrá en constante alerta ante posibles sucesos/noticias que pudieran generar algún tipo de crisis para la institución.

7.3.2. Vocería y Media training

El posicionamiento de los temas clave para la institución requieren, más allá de la producción de notas periodísticas, la presencia de especialistas y voceros en medios a fin de posicionar de manera adecuada los mensajes orientados a dar a conocer la labor y logros de la institución.

Para ello, resulta indispensable entrenar a los voceros establecidos para los temas a posicionar, a fin de mejorar sus habilidades de comunicación para un adecuado performance en los medios de comunicación.

La labor de media training estarán a cargo del personal de prensa de la UII, que capacitarán a los voceros en las técnicas y recomendaciones que les permitan afrontar entrevistas programadas, posibles situaciones de crisis o intervenciones no programadas por medios de prensa.

Las jornadas de capacitación se realizarán de forma periódica y priorizará a 3 voceros base en la sede central de Sutran y los 21 jefes de las Unidades Desconcentradas con las que cuenta la entidad a nivel nacional.

El desarrollo de las capacitaciones será registrado en video para la respectiva retroalimentación y análisis de los puntos a mejorar por parte de los voceros.

7.3.3. Creación de contenido audiovisual

El componente audiovisual es indispensable para complementar la información que se difunde por medios de comunicación ya que permite al usuario conocer directamente las labores y acciones ejecutadas por la entidad

En ese sentido, las comisiones, así como el material de prensa que se difunda en medios de comunicación deberá estar acompañado por un resumen de imágenes de apoyo.

Adicional a las actividades protocolares u operativas programadas, la UII coordinará con las diferentes gerencias el desarrollo de comisiones inopinadas que permitan enriquecer el archivo audiovisual de la entidad.

7.3.4. Comunicación digital

A la fecha, Sutran cuenta con redes activas en las siguientes redes sociales: Facebook, X (ex Twitter), YouTube, TikTok, LinkedIn, Instagram, Threads y el canal oficial verificado de WhatsApp.



La presencia de la institución en estos espacios digitales es de permanente actualización y gestión de la comunidad cautiva.

Los contenidos para generar interés, adicionalmente de la información institucional, estarán relacionados a tópicos de seguridad vial, prevención de siniestros, información utilitaria, estadística, historias que permitan humanizar al personal de SUTRAN.

La interacción con los usuarios demanda un trabajo permanente ya que las redes sociales son un medio para resolver las consultas de la comunidad de forma inmediata. Para la gestión de las redes sociales se requiere el servicio de social listening para el monitoreo de la marca digital institucional, que incluya menciones a la entidad y sus representantes, así como las búsquedas relacionadas a las palabras claves del sector.

Este servicio sería en tiempo real lo que permitirá diseñar propuestas comunicacionales en el entorno digital, así como prevenir y responder de forma rápida y eficaz ante cualquier situación crítica que afecte nuestra reputación digital.

Adicionalmente se trabaja una hoja informativa para difusión a través de los grupos de WhatsApp de la Gerencia de Prevención. La periodicidad es de al menos una vez a la semana.

Tipos de acciones a implementarse:

- Relacionamiento con influenciadores.
- Relacionamiento con medios de comunicación.
- Facebook live, IG live sobre temas de interés y temas utilitarios dirigidos a la ciudadanía a fin de sensibilizarlos.
- Transmisiones Facebook Live e Instagram en vivo (actividades institucionales, entrevistas, contenido utilitario).
- Fotoleyendas o infografías, entre otros contenidos interesantes e informativos.
- Resúmenes de actividades o temas de interés.
- Hoja informativa digital
- Contenido disruptivo: memes, challenges, pictolines
- Efemérides

Programas digitales

Los productos digitales, como webinars (Gerencia de Prevención), programas de entrevistas, podcasts, entre otros productos creados por la UII, conforme a sus prerrogativas, se emitirán bajo la marca SUTRAN. A la fecha contamos con los siguientes productos:

- Programa “La ruta de la prevención”
- Webinars “Sutran Educa”

8. CRONOGRAMA Y COSTEO DE ACTIVIDADES



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N°	ACTIVIDADES	TAREAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Costeo
1	Plan operativo "Viaje Seguro" (fiestas y feriados largos)	-Elaboración y envío de nota de prensa y convocatorias a medios de comunicación. - Vocería desde puntos estratégicos. - Publicaciones en redes sociales - Material gráfico y/o audiovisual sobre uso de transporte formal.			X		X	X	X	X		X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
2	Campaña "Alerta de engaño"	- Difusión de material gráfico y/o audiovisual en redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
3	Campaña "Ponte límites" y mensajes preventivos	-Difusión de material gráfico y/o audiovisual con mensajes preventivos por redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
4	Campaña de redes "Aprende con Sutran"	- Difusión de material gráfico y/o audiovisual por redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
5	Campaña "No más informalidad"	- Difusión de material informativo y gráfico por redes sociales.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N°	ACTIVIDADES	TAREAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Costeo
6	Semana de la Educación Vial (1ra semana de setiembre)	-Difusión de material informativo y gráfico por redes sociales									X				Actividad cubierta con recursos de la UII
7	Día de la Seguridad Vial (Tercer domingo de octubre)	-Elaboración de Nota de Prensa. -Difusión de material gráfico y audiovisual en redes sociales										X			Actividad cubierta con recursos de la UII
8	Mapa Interactivo de Alertas	- Elaboración de material de difusión gráfico y audiovisual. -Gestión de prensa -Difusión del evento en diversas plataformas Elaboración de material gráfico y/o audiovisual -Difusión en web y redes.	Se activa según coyuntura												Actividad cubierta con recursos de la UII
9	Webinar “Sutran Educa”*	- Producción y registro audiovisual - Emisión por redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
10	Programa semanal “La ruta de la prevención”	- Producción (coordinación de locaciones, entrevistados) -Emisión del Programa vía YouTube y FB a través de Andina.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N°	ACTIVIDADES	TAREAS	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Dic	Costeo
11	V Congreso Internacional de Seguridad Vial (*)	Elaboración de material de difusión gráfico y audiovisual. -Gestión de prensa -Difusión del evento en diversas plataformas -Transmisión de vivo -Recopilación de material para boletines, notas y redes sociales. -Emisión en plataformas Sutran.											x		Actividad cubierta con recursos de la UII
*Estos productos corresponden a la Gerencia de Prevención; la Unidad de Imagen Institucional brinda el soporte audiovisual, tecnológico y de producción, además de apoyar en locación.															

9. FINANCIAMIENTO

La implementación y ejecución del Plan de Comunicaciones 2024 será financiado íntegramente con cargo a los recursos asignados a la Unidad de Imagen Institucional, sin demandar recursos adicionales a la entidad.

10. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN.

La Unidad de Imagen Institucional realizará el seguimiento de cumplimiento del plan de comunicaciones se realizará de manera mensual, en caso de ajustes de estrategias de cambio y/o desviaciones se realizará un informe.

La Unidad de Imagen Institucional realizará la evaluación de cumplimiento del plan anual de comunicaciones, mediante informes, teniendo en cuenta los plazos indicados, sin perjuicio del seguimiento.

Para el plan de comunicaciones del 2024 la evaluación se presentará hasta el 31 de enero del 2025.

Matriz de seguimiento y evaluación mensual		
Actividad	Indicador	Medio de verificación
Plan operativo “Viaje Seguro” (fiestas y feriados largos)	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes)	Reporte
Campaña “Alerta de engaño”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales	Reporte
Campaña “Ponte límites” y mensajes preventivos	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales	Reporte
Campaña de redes “Aprende con Sutran”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales	Reporte
Campaña “No más informalidad”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales	Reporte
Semana de la Educación Vial (1ra semana de setiembre)	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes)	Reporte
Día de la Seguridad Vial (Tercer domingo de octubre)	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales	Reporte
Mapa Interactivo de Alertas	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes)	Reporte
Webinar “Sutran Educa” (*)	Número de emisiones	Reporte
Programa semanal “La ruta de la prevención”	Número de emisiones	Reporte
V Congreso Internacional de Seguridad Vial (*)	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa, publicaciones en redes, streaming)	Reporte

**Actividades realizadas por la GP a las que la UII brinda soporte*

