



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025

SUPERINTENDENCIA DE TRANSPORTE TERRESTRE
DE PERSONAS, CARGA Y MERCANCÍAS



PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2025 DE LA SUPERINTENDENCIA DE TRANSPORTE TERRESTRE DE PERSONAS, CARGA Y MERCANCÍAS (SUTRAN)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	3
2. ALCANCE	4
2.1. Ámbito de aplicación	4
2.2. Actores involucrados	4
3. BASE LEGAL	5
4. OBJETIVOS	5
4.1. Objetivo estratégico institucional	5
4.2. Objetivo general	5
4.3. Objetivos específicos	5
5. ARTICULACIÓN CON EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA SUTRAN	6
6. ACTIVIDADES	6
6.1. Eje temático 1: prevención	6
6.2. Eje temático 2: fiscalización y supervisión	7
6.3. Eje temático 3: difusión de los servicios de trámites y consultas para los usuarios	8
6.4. Difusión de campañas orgánicas	8
6.5. Estrategias y herramientas de comunicación	14
7. CRONOGRAMA Y COSTEO DE ACTIVIDADES	19
8. FINANCIAMIENTO	21
9. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	21

PLAN N.º005-2025 SUTRAN/SP/UII/PL/01**1. INTRODUCCIÓN**

La Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y Mercancías (en adelante Sutran) es la encargada de normar, supervisar, fiscalizar y sancionar las actividades del transporte de personas, carga y mercancías en los ámbitos nacional e internacional y las actividades vinculadas con el transporte de mercancías en el ámbito nacional; así como a los agentes públicos o privados que brinden servicios complementarios a dichas actividades. Asimismo, es competente para supervisar, fiscalizar y sancionar el cumplimiento de las normas relacionadas con el tránsito y las establecidas en el Reglamento Nacional de Vehículos.

Dichas competencias tienen como objetivo ejecutar acciones de fiscalización y control que contribuyan a disminuir los accidentes y tragedias que ocurren en las vías nacionales.

Considerando lo antes señalado, el centro de acción de la Sutran es el usuario de las vías, el cual debe ser beneficiado directa o indirectamente por las acciones que desarrolla la institución, cuya finalidad es la protección de la vida, la salud, la integridad física y el patrimonio de los usuarios de las vías.

El Plan Estratégico de Comunicaciones (en adelante PEC) 2025 de la Sutran ha establecido un objetivo general y cuatro objetivos específicos, que contribuyen a la consecución del Objetivo Estratégico Institucional (en adelante OEI) 2, “Modernizar la gestión institucional”, aprobado en el Plan Estratégico Institucional 2024-2030 de la Sutran.

Este plan responde a la necesidad de consolidar una comunicación integral que permita articular los diferentes esfuerzos de la institución con las expectativas y necesidades de la ciudadanía, los operadores de transporte y otras entidades públicas y privadas involucradas en la seguridad vial.

En un contexto donde la información fluye de manera acelerada a través de diversos canales digitales y tradicionales, la Sutran enfrenta el desafío de establecer estrategias que no solo comuniquen eficazmente sus mensajes, sino que también fomenten una mayor interacción con la población y generen cambios de comportamiento en los actores involucrados en el sistema de transporte terrestre. Para ello, el presente plan incorpora herramientas innovadoras de comunicación, que van desde campañas de sensibilización con enfoque educativo, hasta estrategias de difusión en redes sociales que permitan llegar a una audiencia más amplia y diversa.

Este plan se fundamenta en el aprendizaje obtenido del Plan de Comunicaciones 2024 de la Sutran y del Ministerio de Transportes y Comunicaciones (en adelante MTC), incorporando mejoras en la articulación interinstitucional, el uso de plataformas digitales y la implementación

de estrategias de comunicación innovadoras. Asimismo, considera un enfoque integral que abarca la prevención, la fiscalización y la atención a los usuarios, con énfasis en la transparencia y la participación ciudadana.

En este sentido, la comunicación institucional no solo cumple una función informativa, sino también una labor de concienciación y educación. La seguridad vial es una responsabilidad compartida entre el Estado, los transportistas y la ciudadanía, y es por ello que este plan busca generar sinergias entre los diferentes actores involucrados, promoviendo un diálogo abierto y una cultura de cumplimiento de las normas de tránsito. A través de estrategias segmentadas y mensajes adaptados a distintos públicos objetivos, la Sutran aspira a fortalecer su imagen institucional y a consolidarse como un referente en la fiscalización del transporte terrestre en el país.

El PEC 2025 no solo busca informar, sino también generar cambios de comportamiento en los actores involucrados en el sistema de transporte terrestre. A través de campañas de sensibilización, estrategias de comunicación digital y una gestión efectiva de la relación con los medios, este plan contribuirá a fortalecer la cultura de seguridad vial y a consolidar la confianza en la Sutran como una entidad comprometida con la vida y el bienestar de la población. De esta manera, la comunicación se convierte en un eje estratégico que potencia el impacto de las acciones de la Sutran, garantizando una mayor efectividad en su gestión y un mayor compromiso por parte de la ciudadanía.

2. ALCANCE

2.1. Ámbito de aplicación

El PEC 2025 de la Sutran determinará las estrategias y acciones comunicacionales a cargo de la Unidad de Imagen Institucional (en adelante UII), en articulación con las gerencias y las unidades de la organización; así como las 22 unidades desconcentradas a nivel nacional, promoviendo una intervención integral y alineada al sector.

2.2. Actores involucrados

- Actores principales: la comunicación debe estar dirigida a los servidores de la Sutran a nivel nacional, así como a todos los actores que intervienen en el ecosistema del transporte, como los usuarios de la Red Vial Nacional, transportistas, conductores, empresas de servicios complementarios.
- Aliados estratégicos: se identifican a las personas y/o instituciones que apoyan o participan en las actividades comunicacionales previstas, de manera directa o indirecta. Entre ellos están los gobiernos regionales, gobiernos locales,

instituciones educativas, universidades, sector privado, superintendencias, otras organizaciones en el rubro del transporte, entre otras.

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
- Resolución de Consejo Directivo N.° D000011-2024-SUTRAN-CD que aprueba el Plan Estratégico Institucional 2024- 2030 de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y mercancías - Sutran
- Resolución de Consejo Directivo N.° D000092-2024-SUTRAN-CD que aprueba el Plan Operativo Institucional (POI) 2024, consistente con el Presupuesto Institucional de Apertura 2025, de la Superintendencia de Transporte Terrestre de Personas, Carga y mercancías – Sutran, para el año fiscal 2025.

4. OBJETIVOS

4.1. Objetivo estratégico institucional

El PEC 2025 contribuye a la consecución del Objetivo Estratégico Institucional (OEI) 2, “Modernizar la gestión institucional”, aprobado en el Plan Estratégico Institucional 2024-2030 de la Sutran.

4.2. Objetivo general

Fortalecer la comunicación institucional de la Sutran mediante estrategias y herramientas innovadoras que permitan sensibilizar a la ciudadanía, operadores de transporte y otros actores clave relacionados al sistema de transporte y tránsito terrestre en el Perú, así como de sus servicios complementarios.

4.3. Objetivos específicos

- Optimizar el uso de plataformas digitales y redes sociales para la difusión de información clave, asegurando un mayor alcance e impacto en los públicos objetivos.
- Fortalecer la relación con los medios de comunicación a través de una estrategia de vocería efectiva y la generación de contenidos de alto valor periodístico sobre las acciones de la Sutran a nivel nacional.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

- Informar oportuna y sostenidamente a los públicos de interés del sector sobre las políticas, estrategias, programas y campañas.
- Impulsar las alianzas estratégicas con instituciones públicas y/o privadas para incrementar el alcance de las acciones de comunicación.

5. ARTICULACIÓN CON EL MARCO ESTRATÉGICO DE LA SUTRAN

El PEC 2025 enmarca su accionar conforme a lo establecido en el Plan Estratégico Institucional – PEI 2024-2030, aprobado con Resolución de Consejo Directivo N.º D000011-2024-SUTRAN-CD, y Plan Operativo Institucional – POI 2025, aprobado con Resolución de Consejo Directivo N.º D000092-2024-SUTRAN-CD, conforme a lo siguiente:

PEI 2024-2030				POI 2025		PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES	
OBJETIVO ESTRATÉGICO INSTITUCIONAL		ACCIÓN ESTRATÉGICA INSTITUCIONAL		ACTIVIDAD OPERATIVA		OBJETIVO	ÁREA
OEI.02	Modernizar la gestión institucional	AEI.02.02	Gestión administrativa y operativa efectiva en la Sutrán	AOI00134600426	Gestión de protocolo, prensa e imagen institucional	Fortalecer la comunicación institucional de la Sutrán mediante estrategias y herramientas innovadoras que permitan sensibilizar a la ciudadanía, operadores de transporte y otros actores clave relacionados a la seguridad vial y el cumplimiento de la normativa de transporte terrestre en el Perú.	UII

6. ACTIVIDADES

6.1. Eje temático 1: prevención

La Sutrán fomenta una cultura de prevención a través de diversas actividades 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 actividades de prevención 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, tiene presencia en los canales de comunicación de la Sutrán, 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 difunden de manera continua, apuntando

a posicionar a la Sutran como un aliado estratégico y comprometido con la seguridad vial del país.

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

- 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.

6.2. 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 las regiones, como a nivel de Lima y Callao.

Adicional a ello, considerando fechas festivas y feriados largos (Semana Santa, Fiestas Patrias, Navidad, Año Nuevo, entre otras) se coordinan 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 son:

- 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.

6.3. 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

6.4. Difusión de campañas orgánicas

Campaña orgánica “Viaje Seguro”

Si bien la Sutran realiza acciones de fiscalización los 365 días del año en 22 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.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

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 busca 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 usa un logotipo con el nombre de la campaña, a fin de posicionar visualmente dicha acción de la institución. Además, su activación temporal permite 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 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 viajan 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 (17 y 18 de abril)
- 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)

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

- Diciembre: Fiesta de la Inmaculada Concepción (8 de diciembre)
- Diciembre: Batalla de Ayacucho (9 de diciembre)

Campaña orgánica “Alerta de engaño”

Busca informar a los administrados de la 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 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 temática.

Acciones comunicacionales:

- Nota de prensa.
- Vocería.
- Entrevistas en medios regionales.
- Diseños gráficos informativos.
- Video resumen de acciones de fiscalización a las constancias de inspección técnica vehicular (en adelante CITV).
- Post en redes sociales.
- Producción de videos para TikTok.
- 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.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

- 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.

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

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) del presente plan. Se abordan las siguientes temáticas:

- Límites de velocidad en las vías
- No conducir en estado de ebriedad

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

- 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 TikTok

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.

Campaña orgánica “Aprende con Sutran”

La iniciativa busca promover consejos útiles, relacionados a la prevención, con el objetivo de lograr un cambio de conducta positiva 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 la 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) del presente plan.

Acciones comunicacionales:

- Sutran Educa (webinar de la Gerencia de Prevención)
- Cobertura de activaciones

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

- Nota de prensa
- Piezas de diseño
- Videos
- Fotos
- Vocería
- Videos de TikTok
- Trivia Sutran

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

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 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 TikTok
- Fotos informativas
- Gestión de medios de comunicación

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

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 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

Al ser esta una preocupación permanente de la Sutran, la UII sostiene 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.

6.5. 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.

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 refuerzan 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.

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 está a cargo del personal de prensa de la UII, que capacitan 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 realiza de forma periódica y prioriza a 2 voceros base en la sede central de la Sutran y los 22 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.

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 coordina con las diferentes gerencias el desarrollo de comisiones inopinadas que permitan enriquecer el archivo audiovisual de la entidad.

Comunicación digital

A la fecha, la Sutran cuenta con redes activas en las siguientes redes sociales: Facebook, X (exTwitter), 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.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

Los contenidos para generar interés, adicionalmente de la información institucional, estarán relacionados a tópicos de prevención de siniestros, información utilitaria, estadística, historias que permitan humanizar al personal de la 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 permite 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 de la Sutran. A la fecha contamos con los siguientes productos:

Programa “Viaja Seguro con Sutrán”: es un noticiero digital producido íntegramente por la UII, donde se informa sobre las actividades de la semana, como operativos, reuniones de Alta Dirección, firma de convenios, entre otros eventos realizados por la Sutrán.

Asimismo, gracias a una colaboración estratégica, el espacio informativo también se transmite de manera simultánea en un medio de comunicación digital de alcance nacional, además de las redes sociales de la institución, asegurando así que el mensaje llegue a más peruanos.

Webinar “Sutrán Educa”: es una herramienta digital, donde el personal técnico de la Sutrán desarrolla un tema en particular y de interés de los usuarios y el público objetivo de la institución, a través de entrevistas especializadas, realizadas en tiempo real en las redes sociales, a fin de interactuar con los seguidores. Algunos de los temas que se abordan en los webinars son los siguientes:

- Implementación de sistemas tecnológicos en autopistas y carreteras para optimizar la **seguridad vial**.
- Recomendaciones para una conducción segura en fiestas de fin de año o feriados largos.
- La imprudencia y el riesgo de los peatones en las vías.
- Avances tecnológicos en la industria automotriz para un transporte seguro.
- Inspección técnica vehicular como factor clave para la seguridad vial.
- Buenas prácticas para el cumplimiento de las normas de tránsito.
- Contribución de las concesiones viales a la seguridad vial.
- Claves para una conducción segura en las carreteras.
- Importancia de las láminas retrorreflectivas para la seguridad vial.
- Derechos Laborales en el sector transporte terrestre.
- La seguridad y salud en el trabajo en el sector transporte.
- Primeros auxilios que debes saber para tus viajes por carretera.
- Acciones para mitigar los siniestros viales por causa del exceso de velocidad.
- Retos para la reducción de los accidentes de tránsito en el Perú.
- ¿Cuáles son mis derechos como usuarios en el servicio de transporte terrestre?
- Acciones seguras ante fenómenos naturales durante la conducción de vehículos.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

De igual modo, para el presente año se tiene prevista la implementación de los siguientes proyectos de alto impacto comunicacional a nivel nacional:

- Implementación de periódicos murales: los periódicos murales son un medio de comunicación visual y local, que se sitúan en lugares visibles y transitados de las Unidades Ejecutoras. La UII es la encargada de enviar la información para que cada unidad pueda imprimir y pegar en el mural de su jurisdicción.
- Implementación de *newsletter* institucional o boletín interno: a través de un boletín digital breve y con noticias relevantes, los servidores pueden estar informados de todas las actividades semanales. Esta herramienta nos permite estar en constante contacto con el público interno.
- Implementación de podcast informativo: este producto digital permitirá enfatizar y efectivizar la cultura de prevención entre los ciudadanos, especialmente el público más joven, que suele consumir podcast en las distintas plataformas digitales.

Los contenidos pueden ser grabados en audio y transmitidos en línea. La temática debe variar cada semana, ya sea en formato entrevistas o conversatorios sobre un tema específico.

7. CRONOGRAMA Y COSTEO DE ACTIVIDADES

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES															
N.º	ACTIVIDADES	TAREAS	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Costeo de actividades
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	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

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

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	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	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
6	Semana de la Educación Vial (primera semana de septiembre)	- 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 activará según la 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	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
10	Programa semanal “Viaja Seguro con Sutran”	- Producción (coordinación de locaciones, entrevistados). - Emisión del programa vía YouTube y Facebook, a través de Andina.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Actividad cubierta con recursos de la UII
11	VI 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 de la Sutran.													X		Actividad cubierta con recursos de la UII

8. FINANCIAMIENTO

La implementación y ejecución de Plan Estratégico de Comunicaciones – PEC 2025 será financiado íntegramente con cargo a los recursos asignados a la Unidad de Imagen Institucional, de acuerdo a la disponibilidad presupuestal, sin demandar recursos adicionales a la entidad.

“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”
“Año de la Recuperación y Consolidación de la Economía Peruana”

9. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

La UII realiza el seguimiento del cumplimiento del PEC 2025 de la Sutran, y la evaluación mediante un informe anual, conforme a los siguientes aspectos:

MATRIZ DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN		
ACTIVIDAD	INDICADOR	MEDIO DE VERIFICACIÓN
Plan operativo “Viaje Seguro” (fiestas y feriados largos)	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes).	Informe
Campaña “Alerta de engaño”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales.	Informe
Campaña “Ponte límites” y mensajes preventivos	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales.	Informe
Campaña de redes “Aprende con Sutran”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales.	Informe
Campaña “No más informalidad”	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales.	Informe
Semana de la Educación Vial (primera semana de septiembre)	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes).	Informe
Día de la Seguridad Vial (tercer domingo de octubre)	Número de publicaciones (diferenciadas) en redes sociales.	Informe
Mapa Interactivo de Alertas	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa y publicaciones en redes).	Informe
Webinar “Sutran Educa”	Número de emisiones.	Informe
Programa semanal “Viaje Seguro”	Número de emisiones.	Informe
Congreso Internacional de Seguridad Vial	Número de acciones comunicacionales (notas de prensa, publicaciones en redes, <i>streaming</i>).	Informe



PERÚ

Ministerio
de Transportes
y Comunicaciones

