

PLAN DE COMUNICACIONES 2012



Oficina de Divulgación y Prensa



INTRODUCCIÓN

Las telecomunicaciones han permitido que los diferentes frentes informativos y corporativos opten por la implementación de nuevas estrategias e instrumentos de comunicación social que permitan desarrollar y difundir sus actividades a través de los diferentes *medios masivos de comunicación*.

Con base en lo anterior, rtvc reconoce el rol fundamental que juegan las comunicaciones en su posicionamiento, además, las concibe como herramientas de gestión organizacional que pueden contribuir significativamente al alcance de las metas y los objetivos de rtvc.

Basados en estas consideraciones, y con el interés que nos asiste en contribuir a la divulgación de las actividades propias de los diferentes actores, en especial lo que tiene que ver con el posicionamiento de rtvc en la cultura digital y sus áreas misionales, es necesario adoptar una estrategia comunicativa por parte de la Oficina de Divulgación y Prensa que permita presentarnos a los clientes y darnos a conocer a través de los diferentes medios de comunicación.

Las acciones de comunicación son una responsabilidad compartida



OBJETIVO

Consolidar la estrategia de comunicaciones con el fin de divulgar todas y cada una de las actividades y servicios de **rtvc**, buscando posicionar la marca **rtvc** y el de las distintas áreas misionales tanto a nivel interno como externo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Fortalecer la comunicación interna
2. Posicionar la imagen corporativa de **rtvc**



PLAN DE ACTIVIDADES:

A continuación se describen las actividades que se desarrollarán a lo largo del año 2012 con el fin de dar cumplimiento a las políticas y lograr los objetivos institucionales.

Estrategias:

- **Comunicación interna**

Esta estrategia buscará generar una comunicación fluida y horizontal al interior de **rtvc**, permitiendo la implicación del personal y armonía en las acciones. Todo ello encaminado al logro de un ambiente laboral integrado.

- **Comunicación externa**

Esta estrategia buscará posicionar la imagen corporativa de **rtvc** en los colombianos, a través de los diferentes medios de comunicación nacional, regional y local.



OE 1	Actividad	Descripción	Acciones	Herramientas	Evidencias
Fortalecer la comunicación interna	Creación de canales de comunicación interna	Permitirán canalizar la información de rtvc y mantener informado al personal	1. Reuniones quincenales con delegados de áreas misionales 2. Los delegados de área deberán suministrar información sobre sus actividades.	Correo institucional, Intranet, Boletín interno	Actualización semanal de web/Intranet, registro envío de boletín interno.
	Uniformidad gráfica y de imagen	El área de DyP orientará la producción de las publicaciones	1. Velar por la uniformidad de imagen institucional 2. Realización de política de comunicaciones		
	Apoyo a foros, charlas y conferencias, entre otras actividades.	La Oficina de D y P apoyará todas las actividades que se generen en la Entidad en cuanto despliegue de información general e integración institucional.	Seguimiento a las novedades de las entidades	1. Cronogramas y agenda 2. Invitaciones 3. Portales web	Registro de comunicaciones y eventos desarrollados
	Atención a estudiantes y comunidad empresarial	Recorrido por los estudios de radio y de tv, serán reforzadas con charlas de los ingenieros y expertos de rtvc. El objetivo es cumplir con la divulgación de los procesos y funcionamiento de la radio y tv pública.	Responder a todas las solicitudes de las instituciones interesadas.		Listado de solicitudes y registros en planillas firmadas por líderes o docentes de los grupos visitantes.
	Realización boletín interno	Permite mantener informado al personal a nivel interno y contribuye con el clima laboral	Solicitud de información a áreas misionales	Correo institucional, carteleras	Carpeta en Intranet



OE 2	Actividad	Descripción	Acciones	Herramientas	Evidencias
Posicionar la imagen corporativa de rtvc	Monitoreo a información que emiten los medios de comunicación	Permitirá conocer la información que emiten los medios de comunicación y conocer el enfoque que éstos dan a la información.	1. Recolección semanal de información 2. Análisis mensual de información registrada.	Google alert	Soportes: informes mensuales y noticias recolectadas
	Apoyar a todas las áreas misionales en actos públicos de rtvc	Velar por la unidad de criterio, uniformidad de imagen institucional.	Coordinación de protocolos e imagen institucional.	Correo institucional, Intranet, portales web	Registros de los actos
	Atención a las relaciones periodísticas y públicas con los medios de comunicación	Establecer y fortalecer el contacto directo con los periodistas	1. Programación de visitas a medios 2. Citas personalizadas con periodistas 3. Entrega de material institucional (agendas, bolígrafos, planeadores, afiches, etc.)	Base de datos actualizada, boletines y comunicados de prensa, material institucional.	Registros de recibidos
	Boletines de prensa	Proporciona a la opinión pública información sobre las actividades y acontecimientos de rtvc	Solicitud de información a áreas misionales	Correo institucional, páginas web, carteleras	Carpeta mensual con boletines de prensa



SUGERENCIAS

- Hacer presencia institucional en cada una de las estaciones y antenas de rtvc a lo largo del territorio nacional, ubicando el logo de la entidad en cada una de ellas.
- Auto difusión permanente a través de los distintos canales de radio y televisión de rtvc, que permitan posicionar la marca, a través de las imágenes y sonidos que se emiten constantemente por estos medios.
- Que todos los funcionarios del área operativa, y especialmente todos los que desarrollan actividades de radio y televisión, permanezcan con un chaleco o prendas decorados con la marca institucional, para contribuir con las políticas de información, proyección de imagen institucional y posicionamiento de la marca o, en caso contrario, que por lo menos los funcionarios que lleven a cabo actividades logísticas en las instalaciones de rtvc o fuera de ellas, las utilicen siempre como política institucional.

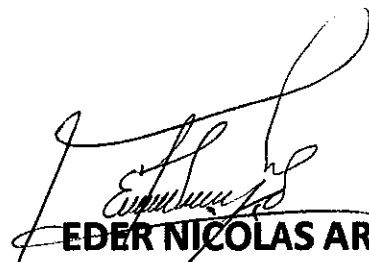
Además, la Oficina de Divulgación y Prensa sugiere unificar el área de comunicaciones de tal forma que todas las actividades de la información estén sujetas a una misma política y a un mismo propósito.



CRONOGRAMA



MELISSA LÓPEZ NIETO
Profesional de Divulgación y Prensa
Elaboró



EDER NICOLAS ARAUJO ARIAS
Profesional de Comunicaciones
Elaboró



FRANCISCO ORTIZ REBOLLEDO
Gerente General
Aprobó