

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CANAL 10 TELEVISIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL EN LAS CATORCE CABECERAS DEPARTAMENTALES DE EL SALVADOR**

#### **A. GENERALIDADES**

El propósito fundamental de este capítulo es proponer un Plan Estratégico de Relaciones Públicas para mejorar la Imagen Institucional de Televisión Educativa y Cultural Canal 10 en las catorce cabeceras departamentales de El Salvador, el cual será una herramienta para aplicarlo al trabajo que ofrecerá diferentes alternativas de solución, ya que los datos recolectados de los públicos tanto internos como externos muestra la necesidad de implementar estrategias que ayuden a resolver los problemas de imagen que actualmente esta afectando a dicho canal.

Este comprende el establecimiento claro de objetivos que se buscan alcanzar a través de la propuesta, y comprende así mismo un estudio situacional de la institución el cual indica las áreas a mejorar y sobre las cuales se actuará a fin de lograr un crecimiento.

Además se propondrá una Misión y Visión institucional tomando en cuenta la razón de ser de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, y las expectativas del medio a la que éste pertenece, se propone además la creación e integración de la Unidad de Relaciones Públicas dentro de la organización.

El Plan contendrá estrategias de Relaciones Públicas, publicidad y promoción, las cuales buscan facilitar la toma de decisiones para lograr finalmente un funcionamiento efectivo, se presenta el tipo de recursos a utilizar para el desarrollo del plan y los pasos a seguir para su implementación.

## **B. OBJETIVOS**

### 1. General

Proponer un Plan Estratégico de Relaciones Públicas para mejorar la imagen institucional de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural en las catorce cabeceras departamentales de El Salvador.

### 2. Específicos

- Proporcionar a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural las herramientas que le permitan proyectar una imagen aceptable en las catorce cabeceras departamentales de El Salvador.
- Establecer medios publicitarios efectivos para promover la imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.
- Proponer un plan de capacitación para los empleados de Canal 10 televisión Educativa y Cultural de El Salvador en sus diferentes áreas.

## **C. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA**

La aplicación de este plan contribuirá a mejorar la imagen y aumentar así el número de televidentes por medio de las estrategias de Relaciones Públicas, publicidad y promoción, las cuales fueron propuestas por los públicos entrevistados.

Este plan permitirá garantizar una mayor competitividad y desarrollo, ya que se mejorará la imagen a través de las formas innovadoras de publicidad y promoción, en busca de la simpatía de la tele audiencia por medio de incentivos lo cual hará que éstos quieran participar de sus diferentes programas.

Al implementarse el Plan Estratégico de Relaciones Públicas para Canal 10 Televisión Educativa y Cultural no solamente aumentará su tele audiencia si no que permitirá mejorar el desempeño del personal en general y de manera especial de los presentadores, ya que éstos son considerados parte importante en el desarrollo de un Canal televisivo y es necesario que estos cuenten con el conocimiento adecuado del puesto para el que ellos laboran.

La audiencia es importante por ser parte fundamental del Canal, pues sin ellos el medio no tendría razón de ser, con la propuesta se ayudará a que los televidentes tengan voluntad de ver su programación, participen de sus eventos y tengan un mayor acercamiento con la institución.

El Plan de Relaciones Públicas no solamente facilitará los medios para hacerse publicidad y promoción, sino que también proporcionará una manera de buscar que los televidentes participen, y estén en constante contacto con sus presentadores, por medio de incentivos promocionales, los cuales serán una herramienta clave para que el canal incremente la participación y capte la atención de su programación siendo ésta de su gusto y cumpliendo así con las exigencias de la competencia.

Es por este motivo que necesitan este Plan de Relaciones Públicas, para garantizar una mayor visibilidad y competitividad entre los diferentes canales comerciales, como ventaja para mejorar la organización en el personal, un mejor servicio para la tele - audiencia y todo con el objetivo de marcar la diferencia de ser el único canal de formato educativa y cultural.

## **D. BENEFICIOS DE LA PROPUESTA**

### **1. Beneficios para Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.**

El Plan Estratégico de Relaciones Públicas proporcionará los mecanismos necesarios para rescatar la atención del público televidente, y así cumplir con las exigencias y expectativas de los mismos.

El desarrollo de éste, garantizará un mejor servicio, mejorará su organización y obtendrá un mejor desempeño en sus funciones. Además se logrará posicionar en la mente del televidente a partir de la nueva imagen que se proyecte por la implementación de dicho Plan.

Garantizará mejor imagen y competitividad entre los diferentes canales como ventaja para mejorar su organización, todo con el objetivo de explotar y aprovechar este recurso de formato educativo con el que cuenta el país.

### **2. Beneficios para la tele audiencia.**

Con esta propuesta Canal 10 Televisión Educativa y Cultural aportará incentivos que beneficien a los televidentes, fomentará la educación, así como los valores morales, cívicos y culturales; buscando la interacción de estos por medio de concursos, programas para la comunidad que les proporcione alternativas de mejorar, entre otros.

El plan de Relaciones Públicas, brindará una gama de alternativas para que los televidentes se mantengan a la expectativa de su programación valiéndose de los incentivos, artículos promocionales, participación directa, ya que no solo se pretende mejorar la imagen sino que eduque a través del entretenimiento.

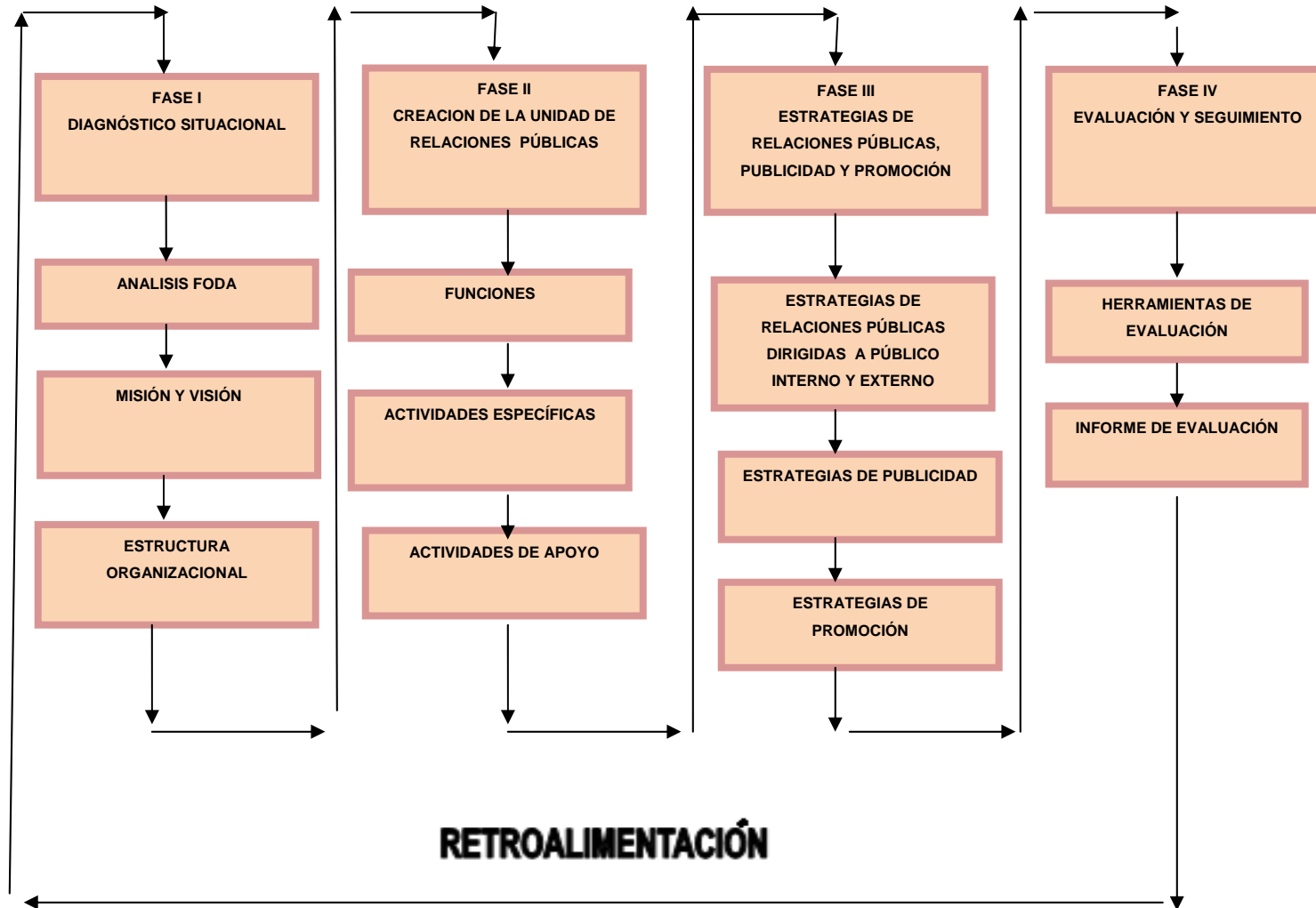
## **E. ALCANCE DE LA PROPUESTA**

El Plan Estratégico de Relaciones Públicas para mejorar la Imagen Institucional de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, tendrá una duración de uno a dos años dependiendo de los resultados anuales que se tengan.

Un Plan puede seguir un curso ya establecido, pero se deben tomar en cuenta que se presentan muchos factores tanto internos como externos, que pueden alterarlo, por lo cual puede estar sometido a variaciones que pueden ser aceptables si cumplen con el beneficio antes planteado.

Se tomará en cuenta que el Plan se debe adecuar a las necesidades del Canal, adaptándose a las debilidades más importantes y a las cuales se desean mejorar en la institución.

**F. ESQUEMA DEL PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CANAL 10 TELEVISIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL**



## **G. DESARROLLO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS PARA MEJORAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE CANAL 10 TELEVISIÓN EDUCATIVA Y CULTURAL.**

### **FASE I: DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1. GENERALIDADES.**

En esta fase se darán a conocer algunos aspectos que Canal 10 debe tomar en cuenta en su organización tales como: análisis FODA, el cual presenta las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, Misión y Visión así como la estructura organizacional específicamente la unidad de Relaciones y Públicas y sus funciones.

#### **2. OBJETIVOS.**

##### **2.1 General**

Realizar un diagnóstico situacional a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador para proceder al desarrollo de las fases de la propuesta.

##### **2.2 Específicos**

- Identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.
- Proponer la unidad de Relaciones Públicas dentro de la estructura organizacional de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.
- Proponer a la institución una Misión y Visión de acuerdo a la actividad específica del Canal.

### 3. ANÁLISIS FODA

El análisis FODA, comprende el conocimiento general de las características que actualmente posee el Canal, en lo que respecta a las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas las cuales se detallan a continuación.

<p style="text-align: center;"><b><u>FORTALEZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el único medio televisivo de El Salvador con formato educativo y cultural.</li> <li>• Experiencia en el área.</li> <li>• Instalaciones propias</li> <li>• Cuentan con sets de producción amplios y adecuados para transmitir.</li> <li>• Repetidoras a nivel nacional.</li> <li>• Equipo de transmisión básico.</li> <li>• Ser una institución gubernamental.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>OPORTUNIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la tele audiencia.</li> <li>• Innovación continua</li> <li>• Incrementar su publicidad.</li> <li>• Realizar promociones.</li> <li>• Adquirir equipo novedoso</li> <li>• Recibir donaciones del exterior</li> <li>• Mejorar su imagen como medio televisivo.</li> <li>• Capacitar al personal</li> <li>• Promoverse a través de otros medios.</li> <li>• Realizar programación innovadora y transmitir enlaces microondas.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b><u>DEBILIDADES</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe una Unidad de Relaciones Públicas</li> <li>• No cuenta con patrocinios.</li> <li>• Factor económico.</li> <li>• Poca tecnología.</li> <li>• La página web necesita innovación.</li> <li>• Falta de estrategias dirigidas al fortalecimiento de imagen.</li> <li>• Ningún tipo de publicidad novedosa y estratégica.</li> <li>• Personal no actualizado, y no capacitado.</li> <li>• Programación antigua, desfasada.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>AMENAZAS</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dejar de recibir ayuda externa.</li> <li>• Televisión por cable</li> <li>• Daño en equipo externo</li> <li>• No hacer publicidad para el canal.</li> <li>• Disminución de la teleaudiencia.</li> <li>• No realizar promociones.</li> <li>• El cierre del canal.</li> <li>• No hay equipo moderno</li> </ul>



#### 4. MISIÓN Y VISIÓN.

Es importante para toda empresa o institución identificar y construir la Misión sin confundir los fines que persigue y los medios que utiliza para el logro de sus objetivos.

Por otra parte la Visión se define como el conjunto de ideas que se tienen de la institución a futuro, es decir lo que se pretende alcanzar, así como identificar los aspectos estratégicos en los cuales se debe concentrar la atención en el objetivo.

En virtud de lo anterior se presenta a continuación la Misión y Visión que posee en la actualidad Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, la cual servirá de base para presentar la propuesta.

Misión actual.

Lograr que el arte y la cultura, como necesidad inherente al desarrollo de las personas esté presente de forma conciente en su cotidianidad. Para ello, aseguramos el acceso a información de calidad sobre el quehacer artístico y cultural del país y consolidamos un espacio de proyección y difusión, para todas aquellas propuestas artísticas y culturales del país y la región, que nos permitan tener un espacio más relevante en el mundo.

Al mismo tiempo, hacemos posible que la comunidad artística y cultural del país tenga mejores condiciones de acceso a la nueva sociedad de la información y del conocimiento a través de la innovación tecnológica permanente.

Visión actual.

Somos una fundación con capacidad de autogestión, consolidada como un referente de calidad en el país y en Centroamérica sobre el binomio cultura y tecnología y logramos, de forma pionera e innovadora aplicar las ventajas de las TICs a favor del desarrollo artístico y cultural de El Salvador y de los otros países del área centroamericana.

Propuesta de Misión para Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.

## Misión

Promover el desarrollo humano mediante la educación, arte y cultura por medio de una programación variada, innovadora y participativa que contribuya al quehacer artístico y desarrollo del país, permitiéndonos ser competitivos.

Propuesta de Visión para Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.

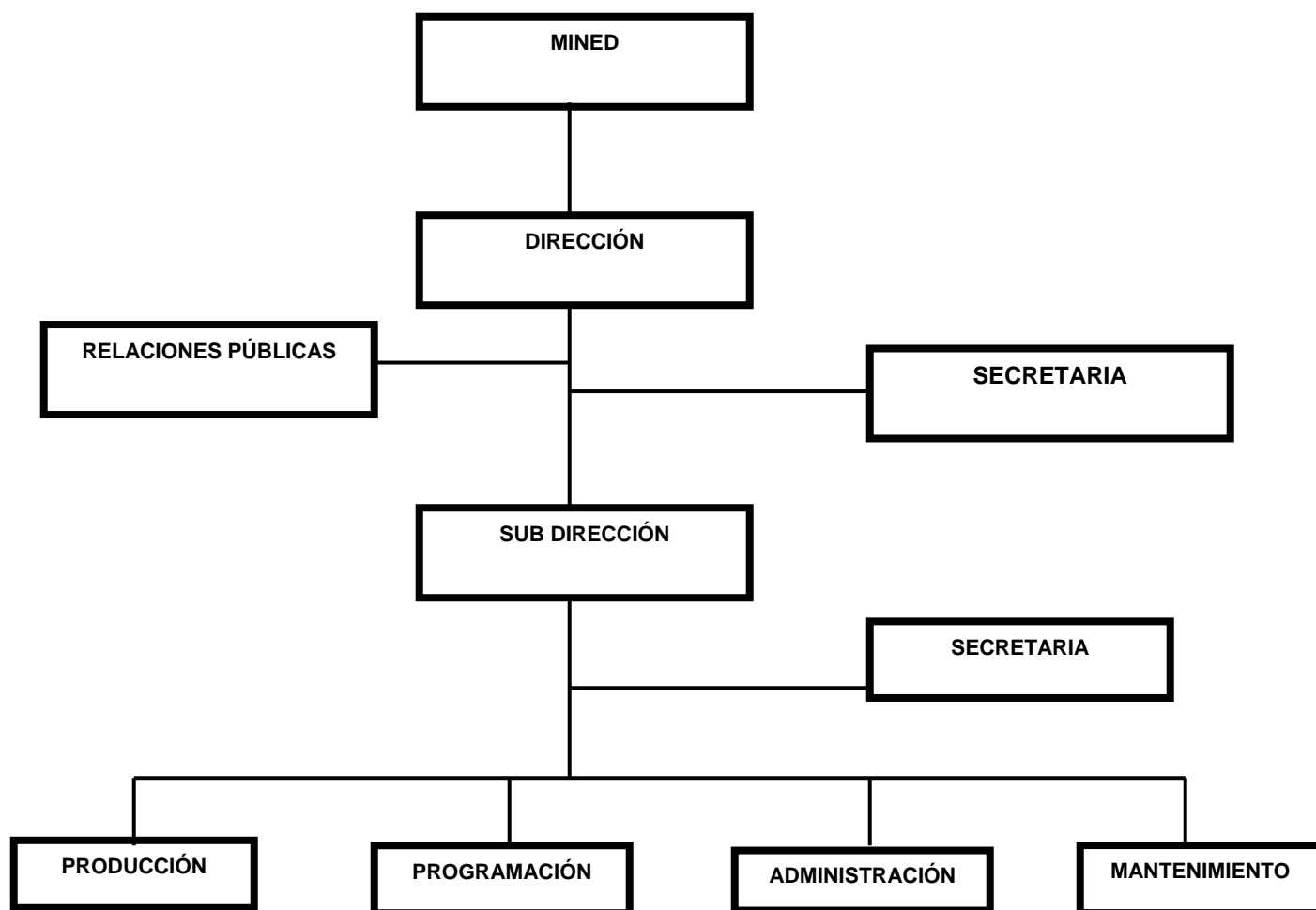
## Visión

Ser un canal educativo y cultural con proyección de imagen innovadora, competitiva y participativa; capaz de ofrecer una programación que cumpla las expectativas de la población, a nivel nacional.

## 5. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

En una organización es indispensable tener claro los diferentes niveles y funciones organizacionales por lo que se hace necesario simplificarlo mediante un organigrama que le permita a todo el personal la claridad estructural para evitar problemas de dirección, dualidad de mandos y comunicación que afecten el desarrollo de la institución.

Por esta razón, se propone la siguiente estructura organizativa que incluya la unidad de Relaciones Públicas.



## **FASE II: DESARROLLO DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS**

### **1. GENERALIDADES.**

La actividad del profesional de Relaciones Públicas exige el contacto profundo y reflexivo con la dirección de la organización y todos sus niveles ya sea como integrante o asesor externo. En cualquiera de las formas, para desarrollar adecuadamente su labor debe penetrar en el alma de la organización, establecer un tratamiento y definir planes a seguir.

De acuerdo a lo anterior, en esta fase se propone la creación de la Unidad de Relaciones Públicas para Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, la cual debe planificarse cuidadosamente y al momento de elaborar o diseñar las partes que la componen establecer las estrategias para efecto del logro de los objetivos.

En dicha Unidad, las Relaciones Públicas deben ser dinámicas y debidamente practicadas al nivel de la institución, por lo tanto se debe hacer énfasis en las funciones que desempeñará cada uno de los colaboradores que integrará dicha unidad.

### **2. OBJETIVOS**

#### **2.1. General.**

Proponer la creación de la Unidad de Relaciones Públicas para mejorar la Imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

#### **2.2. Específicos**

- Implementar un Plan Estratégico de Relaciones Publicas para mejorar la imagen del canal.
- Proponer herramientas que permitan lograr una mejor relación entre los empleados de la institución.

- Lograr el establecimiento de canales de comunicación efectivos que permitan al público interno mantenerse informado de las disposiciones de la institución.

### **3. FUNCIONES DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS.**

Las Relaciones Públicas son una función que aporta beneficios para el desarrollo de las empresas, y contribuye a sus resultados, es por eso que surge la necesidad de crear un área interna dedicada exclusivamente a esas actividades.

Para determinar las dimensiones y los recursos que deben asignarse al área de Relaciones Públicas se siguen los siguientes criterios: número, tamaño e importancia de los públicos incluidos, estructura orgánica de la institución, para estar acorde con los esquemas de desarrollo organizacional, filosofía y políticas de la organización, de acuerdo con el concepto de Relaciones Públicas que tengan los directivos y de la importancia que concedan a la función; y las funciones que se pretendan realizar, tomando en cuenta la complejidad de las mismas.

Es recomendable arrancar la operación del área con un número limitado de colaboradores y hacerlo crecer en función de las necesidades, determinadas por la complejidad y naturaleza de los programas a desarrollar, así mismo, hacer referencia del perfil con el que debe contar el profesional encargado de esta unidad.

Requisitos a cumplir por el encargado de la Unidad de Relaciones Públicas.

PERFIL DEL ENCARGADO DE LA UNIDAD DE RELACIONES PUBLICAS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Graduado en Lic. En Relaciones Públicas y Comunicaciones</li><li>• Excelente presentación</li><li>• Experiencia en el manejo de medios de comunicación</li><li>• Dominio de Office y otros programas de diseño gráfico</li><li>• Capacidad de análisis y redacción</li><li>• Facilidad de expresión</li><li>• Facilidad para planear, organizar y persuadir</li><li>• Iniciativa</li><li>• Responsable</li><li>• Minucioso</li><li>• Excelente redacción y ortografía</li><li>• Experiencia comprobada</li><li>• Capacidad para trabajar en equipo.</li><li>• Nivel de liderazgo</li><li>• Con iniciativa, creatividad y dinamismo</li><li>• Capacidad analítica</li><li>• Dominio del Idioma Inglés (no indispensable)</li><li>• Conocimientos básicos de protocolo y etiqueta</li><li>• Excelente relaciones humanas</li><li>• Capacidad para organizar y dirigir eventos y actividades</li><li>• Discreto</li><li>• Entusiasta</li></ul>

#### 4. ACTIVIDADES ESPECÍFICAS DE LA UNIDAD DE RELACIONES PÚBLICAS

Aunque las actividades varían en función del tipo, giro y tamaño de cada empresa o institución, un área integral de Relaciones Públicas sugiere contemple las siguientes actividades, las cuales se adecuan a la naturaleza de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

- Estudios de clima organizacional.
- Monitoreo de la información que publican los medios de comunicación, para detectar la que es de interés para la organización.
- Preparación, implantación y evaluación de programas de comunicación intra institucional y Relaciones Públicas.
- Sondeos de opinión para evaluar la percepción de la empresa o institución por parte de sus públicos.
- Establecimiento y mantenimiento de una relación permanente con organizaciones afines y similares.
- Normativa de la identidad institucional, para la producción de las publicaciones, tanto internas como externas: organizar, dirigir, redactar, editar y distribuir manuales, folletos, boletines.
- Elaboración y distribución de comunicados, convocatorias para su publicación en los medios de comunicación colectiva.
- Diseño de material para cartelera de público interno.
- Realizar gestiones especiales en representación de la empresa.



- Diseñar actividades que contribuyan a efectivizar la función política de la Organización.
- Participar de actividades que permitan elevar la motivación del personal de cada área.
- Organizar y realizar actos especiales como inauguraciones, aniversarios, reuniones internas, conferencias, actos culturales, entre otros.
- La obtención de información acerca de las actividades o programas de las diferentes áreas de la organización para la difusión interna o externa.
- Normativa para la organización de eventos institucionales externos en los que se involucra la imagen de la organización.
- Normativas para el otorgamiento de convenios institucionales.
- Normatividad para la participación en eventos interinstitucionales, como ferias, exposiciones, entre otros.
- Gestión de espacios en los medios de comunicación para publicar mensajes publicitarios.

## **5. ACTIVIDADES DE APOYO.**

Dentro de las actividades de apoyo que deberán desarrollarse a través de la Unidad de Relaciones Públicas están:

- Elaboración y actualización permanente del directorio general de públicos prioritarios de la organización.
- Control de la participación de la organización en organismos representativos.

- Desarrollo de la historia gráfica y documental de la organización.
- Supervisión de agencias consultoras, contratistas o proveedores de servicios de publicidad, comunicación y Relaciones Públicas.
- Asesoría para la elaboración y revisión de políticas organizacionales.
- Asesoría para la evaluación y modificación de la conducta organizacional, en relación con las características y expectativas con los diferentes interlocutores de la institución.
- Elaboración de las políticas de comunicación y Relaciones Públicas.
- Apoyo a unidades que lo soliciten.
- Cobertura fotográfica en eventos internos y externos.
- Investigar e informar sobre la situación general del contexto y en especial de los asuntos de interés primarios para la organización.
- Mantener contactos fluidos con los distintos sectores de públicos como empresarios, líderes de opinión, periodismo entre otros.
- Analizar, seleccionar y procesar información recolectada en los medios gráficos, orales y audiovisuales.

## **FASE III: ESTRATEGIAS DE RELACIONES PÚBLICAS, PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.**

### **1. GENERALIDADES**

En esta fase se desarrollarán estrategias de Relaciones Públicas, Publicidad y Promoción que ayuden al Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador, las cuales deben implementarse para tener un mejor desempeño y lograr mejorar su imagen y la relación que tienen actualmente los empleados de la Institución, así como también con el público televidente.

### **2. OBJETIVOS**

#### 2.1. General

Implementar las diferentes estrategias de Relaciones Publicas, Publicidad y Promoción que permitan mejorar la imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.

#### 2.2. Específicos

- Realizar estrategias de Relaciones Publicas para mejorar la imagen que tiene el Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.
- Establecer los medios publicitarios efectivos para promover la imagen del Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.
- Mejorar la relación que tiene el Canal con la teleaudiencia mediante estrategias de promoción.

### **3. ESTRATEGIAS DIRIGIDAS AL PÚBLICO INTERNO**

#### **3.1. Generalidades**

Las Relaciones Públicas Internas son la comunicación dirigida al cliente interno, es decir al personal del Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador y nace como respuesta a las nuevas necesidades que presenta la institución con el objetivo de motivar al equipo humano.

#### **3.2. Objetivo**

Brindar a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador estrategias que permitan mejorar las Relaciones Publicas internas de su organización.

### 3.3 Estrategia de comunicación interna

Esta estrategia consiste en agilizar la comunicación, de tal forma que ésta sea ágil, efectiva, clara y directa y que involucre a todo el personal.

<b>ESTRATÉGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA</b>	
OBJETIVO	Implementar métodos de comunicación que ayudaran que la información sea efectiva.
TÁCTICAS	<p>Dar a conocer por medio de esta estrategia los métodos que se relacionan con el desempeño del personal que labora dentro del canal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Comunicación escrita</li> <li>• Comunicación electrónica</li> <li>• Cartelera</li> <li>• Boletines informativos</li> </ul>
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buen desempeño</li> <li>• Conduce a buen comportamiento</li> <li>• Se mejorarán las relaciones internas</li> <li>• Buen clima organizacional</li> <li>• Se promueve la comunicación con el personal interno.</li> </ul>
POLÍTICAS	Se deberán transmitir los conocimientos a los diferentes empleados del Canal 10 con el propósito de facilitar el desarrollo constante, a fin de lograr un mayor desempeño en las funciones que estos realizan.
METAS	Que todo el persona se involucre en la comunicación, respetando los lineamientos establecidos
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 175.00

PROPUESTA DE BOLETÍN

# Canal 10

BOLETIN MENSUAL MAYO 2008

## TELEVISIÓN



**Además**

- REPORTAJES
- ENTREVISTAS
- CAPACITACIONES AL PERSONAL
- CURIOSIDADES
- PERSONAJE DEL MES



### 3.4 Estrategia motivacional para el personal

Con ésta estrategia se pretende motivar a todo el personal para que participen activamente de las actividades que la institución realice, integrando con esto al empleado con los objetivos del Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.

ESTRATEGIA MOTIVACIONAL PARA EL PERSONAL DE CANAL 10	
OBJETIVO	Incentivar al empleado para que se integre al desempeño de las actividades de la Institución.
TÁCTICAS	<p>Consiste en despertar el interés y la participación de todos los empleados, logrando con esto la credibilidad mutua. Se pretende que todos lo que forman parte del canal se integren mediante las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uniformar y carnetizar a todo el personal</li> <li>• Reconocimientos</li> <li>• Convivíos</li> <li>• Celebraciones de fin de año y aniversarios</li> </ul>
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumentar la motivación de los empleados</li> <li>• Clima de confianza y comprensión</li> <li>• Mayor participación de los empleados</li> <li>• Mejores resultados laborales por parte de los empleados.</li> </ul>
POLÍTICAS	Poner en práctica constantemente la realización de estas actividades.
METAS	Despertar el interés y mantener la motivación entre los empleados, logrando con esto una mejor relación jefe-empleado.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 4,000.00



### 3.5 Estrategia de capacitaciones

Esta estrategia es muy importante para preparar al personal interno para un mejor desempeño, al mismo tiempo que se involucran directamente con el objetivo de mejorar de imagen dentro del Canal.

<b>ESTRATEGIA DE CAPACITACIONES</b>	
OBJETIVO	Realizar capacitaciones que contengan información sobre el uso de las Relaciones Humanas y Pública, así como el fortalecimiento en las diferentes áreas en las que se desempeña el personal.
TÁCTICAS	<p>Consiste en un proceso educativo que puede aplicarse a corto plazo por la ubicación de los diferentes puestos de trabajo. Para dichas capacitaciones se sugieren los siguientes temas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Relaciones humanas y publicas</li> <li>• Motivación</li> <li>• Liderazgo</li> <li>• Autoestima</li> <li>• Clima Organizacional</li> <li>• Capacitaciones técnicas de acuerdo al puesto que desempeñan.</li> </ul>
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incrementar los conocimientos</li> <li>• Enseñar a los empleados</li> <li>• Incentivar el desarrollo del personal</li> </ul>
POLÍTICAS	Transmitir los conocimientos a los empleados del canal, con el propósito de facilitar el desarrollo constante, velando por el cumplimiento de su programa.
METAS	Contribuir al desarrollo personal y moral de los empleados.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 1,000.00

#### **4. ESTRATEGIAS DIRIGIDAS AL PÚBLICO EXTERNO.**

##### 4.1. Generalidades

Las Relaciones Públicas externas son aquellas que van dirigidas hacia su teleaudiencia y son indispensables para que éstas puedan sostener sus actividades.

##### 4.2. Objetivos

Brindar a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador, estrategias que permitan mejorar las Relaciones Públicas Externas de su organización.

### 4.3. Estrategia herramientas de comunicación externa.

En la actualidad la comunicación es tan útil, ya que todas las actividades hacia el exterior tienen un efecto sobre la imagen de la institución y permiten crear una relación estrecha entre la teleaudiencia y el medio televisivo.

<b>ESTRATÉGIA HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA</b>	
OBJETIVO	Hacer uso de herramientas para llevar a cabo una comunicación externa eficaz.
TÁCTICAS	Se darán a conocer los medios disponibles como: un correo electrónico de opinión y sugerencias que se encuentre habilitado durante toda la transmisión; así mismo se promoverá el número telefónico del canal para que pueda ser accesado por el televidente al momento en el que desee
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación eficaz</li> <li>• Motivación del público externo</li> <li>• Retroalimentación del mensaje, haciendo uso de los medios disponibles</li> </ul>
POLÍTICAS	Poner en práctica los instrumentos y medios para llevar a cabo la comunicación externa.
METAS	Que Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador proyecte una mejor imagen, haciendo uso de los instrumentos de las Relaciones Públicas Externas.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	Esta estrategia no incurre en gastos debido a que los responsables de promover el correo y número telefónico se realizara por a través de los presentadores con los que cuenta dicho Canal.

#### 4.4. Promoviendo visita de estudiantes al Canal.

Con el objetivo de mejorar la Imagen ante el público externo es necesario crear estrategias que permitan tener buenas relaciones con este tipo de público, con esto se establecerá una buena imagen y se elevará sus niveles de teleaudiencia.

<b>ESTRATEGIA PROMOVIENDO VISITA DE ESTUDIANTES AL CANAL</b>	
<b>OBJETIVO</b>	Promover la participación de los estudiantes de los diferentes centros educativos al canal, a fin de lograr mayor acercamiento entre ambas partes.
<b>TÁCTICAS</b>	Consistirá en motivar a los Centros Educativos para que sus estudiantes visiten las instalaciones del canal y participen de la programación en vivo en los diferentes concursos asignados para este tipo de visita.  Esto se realizará los días viernes en el programa Gente Joven y sábado en la Hora del Niño.
<b>BENEFICIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interacción con la teleaudiencia</li> <li>• Mejorar la Imagen del Canal</li> <li>• Incentivar la participación de los Centros Educativos</li> <li>• Despertar el interés del público externo</li> </ul>
<b>POLÍTICAS</b>	Informar y motivar por medio del presentador a que visiten el canal en los respectivos programas.
<b>METAS</b>	Motivar e incentivar a los estudiantes a que visiten las instalaciones de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.
<b>COSTO DE IMPLEMENTACIÓN</b>	Los premios que se asignen a los ganadores de concursos que se realicen en los programas se obtendrán por medio de canjes de otras instituciones o empresas.

## **5. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD**

### 5.1. Generalidades

La publicidad juega un papel muy importante en toda institución, por tanto se presentan estrategias que consistirán en aplicar los diferentes elementos correspondientes al área de publicidad, entre los que se pueden destacar: vallas publicitarias, página web y anuncios periódicos.

### 5.2. Objetivo

Incentivar y atraer la atención de los televidentes de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural de El Salvador.

### 5.3. Vallas Publicitarias

Se dará a conocer con en esta estrategia una alternativa publicitaria que permitirá que todas las personas vean este medio en diferentes puntos estratégicos.

<b>ESTRATEGIA VALLAS PUBLICITARIAS</b>	
OBJETIVO	Proponer valla publicitaria para promocionar Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.
TÁCTICAS	Presentar propuesta de lo que contendrá las vallas publicitarias las cuales se sugiere sean ubicadas tres en lugares estratégicos de acuerdo a criterio de la Institución.
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hacer publicidad</li> <li>• Promover la imagen del canal</li> <li>• Posicionamiento en el público externo</li> </ul>
POLÍTICAS	Promover por medio de la valla la atención del televidente y aumentar así su teleaudiencia.
METAS	Lograr persuadir el público para que mantenga identificado a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 1500.00 por las tres vallas.

Propuesta de Valla Publicitaria

**DISFRUTA DE NUESTRA PROGRAMACIÓN**

**NUEVA  
IMAGEN**



**canal 10**  
televisión educativa y cultural

**NUEVA  
PROGRAMACIÓN**



**VISITA NUESTRA PÁGINA WEB: [www.canal10.tvec.gob.sv](http://www.canal10.tvec.gob.sv)**

#### 5.4. Página Web

El Internet es un medio actualizado de comunicación que la mayoría de empresas lo utilizan, por lo cual se recomienda a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural innovar constantemente y darle el mantenimiento apropiado a la página web, lo cual será de mucho beneficio.



<b>ESTRATEGIA PAGINA WEB</b>	
OBJETIVO	Innovar y mantener actualizada la información, de tal forma que ofrezca un servicio atractivo, logrando con esto que los televidentes la consulten.
DESCRIPCIÓN	<p>Consiste en innovar la página web conteniendo los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Página principal</li> <li>• Historia</li> <li>• Misión</li> <li>• Visión</li> <li>• Contáctanos</li> <li>• Programación</li> <li>• Actividades culturales</li> <li>• Galería fotográfica</li> </ul>
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sitio que puede ser visitado por todo el mundo</li> <li>• Medio para enviar mensajes</li> <li>• Alternativa para interactuar con la teleaudiencia</li> </ul>
POLÍTICAS	Que los presentadores incentiven a la teleaudiencia a que visiten la página web y mantener innovaciones frecuentes.
METAS	Que la teleaudiencia conozca y se sientan motivados a visitar la página web de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 300.00

# CANAL 10 TELEVISION EDUCATIVA Y CULTURAL

## CATEGORIAS:

Artistas

Bares y cafés

Casas de la cultura

Centros de formación artística

Instituciones culturales



- Página Principal
- Historia
- Misión y Visión
- Contáctanos
- Programación
- Actividades culturales
- Galería fotográfica
- Directorios

Revise su cuenta de Correo Electrónico Institucional

INGRESAR



Envía tus sugerencias y comentarios a nuestro correo: [canal10.televisioneducativa@gob.sv](mailto:canal10.televisioneducativa@gob.sv)

Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, carretera a Santa Tecla, contiguo a ITCA, La Libertad, Tel. 2228-0811

Con esta estrategia se pretende hacer uso de un medio efectivo, como lo es la prensa escrita el cual es distribuido a nivel nacional de fácil acceso y costo al público.

<b>ESTRATEGIA ANUNCIO EN PERIÓDICO</b>	
OBJETIVO	Proponer anuncio en los periódicos de mayor circulación en el país.
TÁCTICAS	Proponer diseño de anuncio en los periódicos de mayor circulación del país a nivel nacional, en eventos o fechas especiales del canal.  Se sugiere un anuncio periódico de 6 X 5 columnas blanco y negro
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicidad impresa</li> <li>• Comunicación rápida y efectiva</li> <li>• Se da a conocer a nivel nacional</li> </ul>
POLÍTICAS	Invertir en este medio impreso para dar a conocer información de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural a nivel nacional
METAS	Que Canal 10 Televisión Educativa y Cultural se de a conocer al público televidente por este medio.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 569.71 cada anuncio publicitado

Propuesta de Anuncio en periódico



**DISFRUTA Y PARTICIPA DE LA  
PROGRAMACIÓN EDUCATIVA Y  
CULTURAL QUE TE BRINDA CANAL 10**

**ENVIA TUS COMENTARIOS O SUGERENCIAS VISITANDO  
NUESTRA PÁGINA WEB: [www.canal10.tvec.gob.sv](http://www.canal10.tvec.gob.sv)**

## **6. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

### 6.1. Generalidades

Esta estrategia permitirá ofrecer productos promocionales a la teleaudiencia, con el objetivo de mantenerlos incentivados.

### 6.2. Objetivo

Brindar artículos promocionales a la teleaudiencia que participe de la programación de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

### 6.3. Artículos promocionales

Esta estrategia permitirá que Canal 10 Televisión Educativa y Cultural se promocióne por medio de artículos con el objetivo de mantener incentivada a la teleaudiencia.

A continuación se detalla la forma de cómo se llevará a cabo la estrategia de promoción.

<b>ESTRATEGIA ARTICULOS PROMOCIONALES</b>	
OBJETIVO	Lograr la participación de los invitados y televidentes regalando productos a través de los concursos.
TÁCTICAS	Ofrecer artículos como: gorras, lápiz, lapiceros, llaveros y camisetas impresas con el logo de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, que puedan ser utilizados por los televidentes Dichas estrategias las llevará a cabo el presentador de la siguiente manera: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rifas en vivo</li> <li>• Por medio de un programa semanal</li> <li>• Un programa especial por el cual se premie la preferencia de la teleaudiencia</li> <li>• Preguntas de un determinado tema educativo o cultural</li> </ul>
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mayor teleaudiencia</li> <li>• Premiar la preferencia de los televidentes</li> <li>• Mejorar la comunicación con el público externo</li> <li>• Posicionamiento.</li> </ul>
POLÍTICAS	El presentador debe ser creativo, ingenioso y dinámico para interactuar con los televidentes para que puedan obtener un artículo promocional.
METAS	Lograr que el televidente se motive.
COSTO DE IMPLEMENTACIÓN	\$ 500.00

Propuesta de artículos promocionales



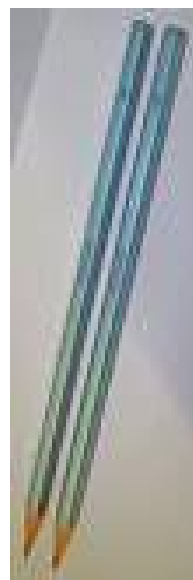
Camiseta promocional



Gorras



Llaveros



Lápiz con la leyenda Canal 10

## **FASE IV: EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO**

### **1. GENERALIDADES**

La evaluación deberá realizarse periódicamente, para medir la efectividad del Plan de Relaciones Públicas y los resultados de su implementación. Dicha evaluación se sugiere se realice cada 3 meses utilizando las siguientes herramientas : para el público interno, una hoja de opinión y una evaluación de conocimientos. Para el público externo, por medio de encuestas con el propósito de realizar un estudio que lleven a verificar los efectos positivos o negativos del Plan Propuesto.

### **2. OBJETIVOS DE LA FASE**

#### 2.1. General

Evaluar el Plan Estratégico de Relaciones Públicas a fin de mejorar la imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural en las catorce cabeceras departamentales de El Salvador.

#### 2.2. Específicos

- Mejorar la imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural
- Evaluar al personal en general a efecto de confirmar si la capacitación ha sido efectiva.
- Verificar si las diferentes estrategias de Relaciones Publicas, publicidad y promoción han mejorado la imagen del canal.

### **3. EVALUACIÓN**

La evaluación es un proceso valoración sistemática de un plan y sus resultados, consiste en llevar a cabo juicios acerca del avance y progreso que el canal implementa.



La parte evaluativa es una de las etapas más importantes del proceso, y se encuentra relacionado con la valoración, y presenta una función exclusivamente acreditativa, por tanto para evaluar la puesta en marcha de este Plan se utilizarán varias herramientas que permitan verificar si se están utilizando los medios idóneos en la transmisión del mensaje hacia los públicos.

### 3.1. Objetivo de la evaluación

Conocer las oportunidades y puntos fuertes del Plan Estratégico de Relaciones Públicas para detectar las debilidades que se deben corregir.

### 3.2. Herramientas de evaluación

Para evaluar la comunicación interna

Descripción: Para evaluar las estrategias de comunicación interna y capacitaciones se utilizará como herramienta una hoja de opinión entre los empleados para verificar la efectividad, las cuales servirán para implementar adecuadamente el Plan de Relaciones Públicas en Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

## HOJA DE OPINIÓN PARA EVALUAR LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

### Indicaciones

Marcar con una "X" la opción de su preferencia

Preguntas	Opciones
1. ¿Considera importante que Canal 10 Televisión Educativa y Cultural capacite a sus empleados constantemente con el fin de fortalecer sus actividades laborales?	a. Si                    _____ b. No                    _____
2. ¿Qué beneficios considera que obtiene al recibir programas de capacitaciones?	a. Desarrollo personal                    _____ b. Desempeña mejor su trabajo                    _____ c. Contribuye a cumplir la Misión y Visión de la empresa                    _____
3. ¿Cómo califica la metodología que han utilizado en el desarrollo de las capacitaciones	a. Excelente                    _____ b. Bueno                    _____ c. Regular                    _____
4. ¿Considera que las herramientas de comunicación interna (cartelera, Correo interno, boletín interno) contribuyen a que la comunicación sea eficaz en la Institución?	a. Si                    _____ b. No                    _____
5. Qué opina de la implementación del Plan Estratégico de Relaciones Públicas	

### 3.3. Conocimientos.

Por medio de técnicas e instrumentos de evaluación, ejercicios y exámenes se puede medir el grado de aprendizaje de los empleados con respecto a las funciones específicas que desempeña, en busca del fortalecimiento de aquellas áreas en las que necesitan mayor énfasis.

### 3.4. Encuestas

La encuesta recoge la información de una porción de la población, dependiendo del tamaño de la muestra con el propósito de estudio, a fin de verificar los efectos positivos o negativos que pueda tener el Plan propuesto. Dicha actividad la ejecuta la unidad de mercadeo de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

### 3.5. Responsable de la evaluación

La puesta en marcha del Plan Estratégico de Relaciones Públicas será responsabilidad del director del Canal, requiere de la asignación de responsabilidades para que de esta forma se alcancen los objetivos planteados en este Plan.

## **H. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS.**

### **1. OBJETIVO DE LA IMPLEMENTACIÓN**

Desarrollar con eficacia las diferentes estrategias propuestas en el Plan de Relaciones Públicas, para mejorar la Imagen Institucional de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

### **2. ALCANCE LA IMPLEMENTACIÓN.**

El alcance que tendrá la propuesta del Plan Estratégico de Relaciones Públicas se desarrollará en un periodo de duración de 1 a 2 años aproximadamente, con el fin de llevar a cabo estrategias duraderas en tiempo y espacio. Posteriormente se realizara una retroalimentación cuya finalidad será reforzar con nuevas tácticas que busquen mejorar la imagen de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.

### **3. BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN**

Dentro de los beneficios que Canal 10 Televisión Educativa y Cultural tendrá con la puesta en marcha del Plan Estratégico de Relaciones Públicas se puede mencionar:

- Los empleados recibirán capacitaciones motivacionales por parte del equipo de especialistas, así como también conocimientos sistemáticos sobre la importancia de poner en práctica las diferentes estrategias, las cuales mejoraran la imagen.
- La teleaudiencia del canal estará satisfecha por las diferentes estrategias dirigidas hacia ellos tanto de publicidad como de promoción.
- Se logrará un mejor posicionamiento a nivel nacional.

#### **4. RESPONSABLES**

Para que el Plan Estratégico de Relaciones Públicas pueda cumplir los objetivos por el cual fue creado es indispensable establecer quiénes serán los responsables de desarrollar las estrategias, así como también de evaluar su funcionabilidad:

- Director General de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural, es el encargado de tomar las decisiones más importantes. Tendrá la responsabilidad de poner en marcha cada una de las estrategias del Plan, así como también de comunicar al personal las funciones que le corresponden y evaluar el cumplimiento de cada una de ellas.

#### **5. FACILITADORES**

Estarán conformados por el coordinador de Relaciones Públicas y su asistente, quien tendrá la responsabilidad de ejecutar las funciones de la Unidad y evaluar en conjunto con el director el cumplimiento del Plan.

#### **6. RECURSOS**

Cada estrategia que se ha planteado necesita recursos para su desarrollo los cuales son:

- Recurso humano
- Tecnológico
- Material
- Financiero

Para llevar a cabo la implementación del Plan, es necesario que existan responsabilidades compartidas, por lo que la participación y contribución del personal es necesaria para el éxito, incluso de la imagen que ésta proyectará al público.

## **7. REVISIÓN**

Para determinar si se están obteniendo los resultados planteados en los objetivos con la implementación de las estrategias dentro de un periodo determinado, es necesario analizar los datos obtenidos en los formularios de evaluación y así determinar si los resultados son los deseados o han surgido dificultades en su desarrollo y por consiguiente revisar si es necesario realizar cambios para el logro de los objetivos, de esta manera realizar las actualizaciones necesarias.

## **8. RETROALIMENTACIÓN.**

La retroalimentación se realizará a través de los elementos que conforman el Plan de implementación para determinar la eficacia de las medidas correctivas que se han realizado; si no existe ningún problema se debe continuar con el proceso de retroalimentación.

## I. PRESUPUESTO ANUAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE RELACIONES PÚBLICAS.

DESCRIPCIÓN DE GASTOS	COSTO TOTAL
<p><b>Estrategias de Relaciones Públicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones \$ 1,000.00</li> <li>• De motivación para el personal \$ 4,000.00</li> <li>• Comunicación Interna \$ 175.00</li> </ul>	
<p><b>Estrategias de Publicidad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valla publicitaria \$ 1 500.00</li> <li>• Pagina Web \$ 300.00</li> <li>• Anuncio en periódico ( 2 ) \$ 1,1139.42</li> </ul>	
<p><b>Estrategias de Promoción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículos promocionales \$ 400.00</li> </ul>	
Honorarios de especialistas para la presentación de propuesta del Plan Estratégico de Relaciones Públicas a Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.	\$ 500.00
Papelería y equipo audiovisual para efectuar la presentación de la propuesta	\$ 75.00
Transporte	\$ 220.00
Imprevistos (10%)	\$ 930.94
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10,240.36</b>

**J. CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACION DEL PLAN ESTRATEGICO DE RELACIONES PUBLICAS**

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10				Mes 11				Mes 12				RESPONSABLES
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Entrega y presentación de de Propuesta a Director de Canal 10 Televisión Educativa y Cultural.	■	■																																															Equipo de especialistas
Análisis de la propuesta por el Director de Canal 10		■	■																																														Director Canal 10
Aprobación de la Propuesta				■																																									Director Canal 10				
Difusión de la Propuesta al personal de Canal 10				■																																									Equipo de especialistas				
Implementación del Plan Estrategico de Relaciones Públicas					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																	Director Canal 10				
Evaluación del Plan Estratégico de Relaciones Públicas																													■	■	■														Director Canal 10				
Presentación de resultados de la implementación																																	■	■	■										Director Canal 10				
Retroalimentación																																					■	■	■	■					Director Canal 10				