



Universidad del Desarrollo
Universidad de Excelencia



**Magister en Comunicación
Estratégica, Marketing y Negocios**
Facultad de Comunicaciones - Universidad del Desarrollo

Proyecto Integrador Final:

Plan de Comunicación Estratégica y Marketing “Tu Canal” Colina

Juan Duarte Loyola y Oscar Soto Soto

Proyecto presentado a la Facultad de Comunicaciones de la Universidad del
Desarrollo para optar al grado de Magister en Comunicación Estratégica,
Marketing y Negocios

Profesoras tutores:
Antonia Rodríguez Herrera
Paulina Maureira González

Agosto, 2019
Santiago

Contenido

Introducción	4
Pero ¿qué es la Televisión Digital Terrestre o TVD?	5
Legislación sobre Televisión Digital	5
Clasificación de las concesionarias	6
La experiencia de Colina en la Televisión Digital	7
Programas destacados de “Tu Canal”	9
Programación Educativa Cultural	10
Cobertura de “Tu Canal”	10
Equipo técnico y humano de “Tu Canal”	10
Equipamiento técnico de “Tu Canal”	11
“Tu Canal” como medio de proximidad	11
Antecedentes históricos de Colina	12
Caracterización Geográfica	12
Indicadores de la comuna	13
Competencia: CTV Canal 6	16
Matriz de posicionamiento	17
Realización de encuestas a vecinos de la comuna	18
Tamaño de la muestra	18
Definición del Problema	22
Objetivo general	23
Objetivos específicos	23
Públicos de interés	23
Matriz de Gardner	24
Idea Fuerza: “Somos el canal de la gente de Colina”	25
Etapla 1 “Promover puntos de contacto”	25
Intervenciones artísticas en salas de espera y entrega de antenas	25
Stand Promocional	26
Marcos para TV	27
Avisos publicitarios en buses corporativos y furgones escolares	29
Gigantografías	30
Producción audiovisual	31
Avisos en diario comunal “Colina Hoy”	32
Etapla 2 “Tu Canal”	33
Avisos publicitarios en buses corporativos, furgones escolares y Gigantografías	33
Avisos en diario comunal “Colina Hoy”	36

Videos testimoniales con gente que ve el canal.....	36
Stand Promocional.....	37
Aplicación “Tu Canal”	37
Etapa 3 “programación”	39
Avisos publicitarios en buses corporativos, furgones escolares y Gigantografías.	39
Avisos en diario comunal Colina Hoy	42
Intervenciones en centro los CESFAM y eventos de la comuna con los rostros del canal.	42
Aplicación Tu Canal	42
Campaña de mailing	42
Post evaluación.....	43
Carta Gantt	44
Presupuesto	45

Introducción

“Más señales, mayor diversidad de contenidos, mejor calidad de imagen y sonido, nuevos servicios, nuevos operadores, liberación de espectro para nuevos usos, son al día de hoy algunos de los beneficios de la política pública que establece la Ley de Televisión Digital Terrestre. Los otros, aquellos que nos depara el futuro, sin duda nos van a sorprender¹”.

Con estas palabras, la presidenta del Consejo Nacional de Televisión, Catalina Parot, inició el seminario “Hacia el encendido de la televisión digital terrestre: Perspectivas y desafíos”. Actividad organizada por el CNTV, la Subsecretaría de Telecomunicaciones y la Embajada de Japón, que buscaba impulsar el encendido digital en Chile y agilizar el proceso de migración a la norma japonesa, ISDB-T, adoptada por nuestro país en mayo del año 2014, luego de la promulgación de Ley 20.750 realizada por la expresidenta Michelle Bachelet.

Encendido digital que estaba programado inicialmente para abril del año 2020, que pretende implementar el mayor cambio en la televisión de libre recepción de los últimos 30 años, y que fue postergado para el año 2022 por solicitud de la propia industria televisiva.

Para las autoridades, la norma japonesa de televisión digital terrestre ISDB-Tb, conocida con este nombre debido a que fue modificada en Brasil para adoptar el codec MPEG-4, garantiza la mayor calidad técnica, además de la posibilidad de contar con nuevos actores y contenidos televisivos. Lo que convierte a Chile en el 4° país en Latinoamérica y 5° a nivel mundial en la utilización de esta norma, junto a Japón, Brasil, Perú y Argentina.

Para tomar la decisión se analizaron diversas alternativas tecnológicas, considerando las características geográficas de nuestro país. Además de recoger las experiencias internacionales y nacional, con consultas a universidades y centros de estudios, dialogando con todos los actores relevantes en el tema.

La televisión ha sido y continúa siendo uno de los medios más importantes de comunicación en latinoamericana y el mundo, pero paulatinamente está siendo desplazada por las nuevas formas de consumo audiovisual, que compiten o complementan el consumo televisivo.

¹ SUBTEL. (2019). TV Digital: el esperado salto tecnológico para Chile. 20 mayo 2019, de SUBTEL Sitio web: <https://www.subtel.gob.cl/tv-digital-el-esperado-salto-tecnologico-para-chile/>

En la VII encuesta Nacional de TV elaborada por el CNTV, elaborada en el año 2011, un 48% de los padres dijo que los menores de 13 años ven contenidos audiovisuales por internet. Este dato nos ilustra que el televidente será cada vez más sinónimo de usuario/consumido, y que la relación simbólica Internet-TV se entrelazará aún más².

Se puede poner como ejemplo de la masividad de acceso y uso de la televisión, el caso de Chile. Los hogares chilenos cuentan en promedio, con 2,5 televisores, y, la pantalla abierta es la que se sintoniza con mayor frecuencia (88,5%) en comparación a otros servicios: por ejemplo, televisión por cable o satélite (64,6%), servicios de streaming pagados (18,2%) u otros portales de internet (15,9%).

Por otro lado, el 85% de las personas se informa a través de la televisión abierta, sobre el país y 82% sobre el mundo. Así, gran parte de lo que sabemos en el ámbito noticioso proviene de contenido televisivo y ayuda en la formación de opinión y de una agenda temática colectiva, compartida socialmente.

Por estos motivos, parece relevante notar que la transición de la televisión a una nueva tecnología digital abre la posibilidad de más canales de televisión, posiblemente más segmentados de acuerdo a los distintos perfiles de públicos, y también abre la entrada a nuevos actores del sistema.

Pero ¿qué es la Televisión Digital Terrestre o TVD?

La televisión digital TVD, es una nueva forma que difundir las señales de televisión, en la que la imagen, el sonido y los contenidos se transforman en información digital. Una nueva generación de televisión cuya transmisión se realiza por sistema de radiodifusión con antenas situadas en la superficie de la tierra, que son captadas de forma gratuita por los televisores con sintonizador digital.

La norma de TVD elegida por las autoridades chilenas incluye nuevas prestaciones, como es la “movilidad”, en la que el receptor de imagen puede ir desplazándose en un vehículo; y la portabilidad, en la que imagen también puede verse en receptores portátiles tipo celular.

Legislación sobre Televisión Digital

En Chile existen dos leyes promulgadas: Ley 20.750 que reforma la ley 18.838 (ley de televisión o del Consejo Nacional de Televisión) para permitir la migración a la televisión digital terrestre en Chile, promulgada el 22 de mayo de 2014; y la Ley 20.694, una norma de un solo artículo también

² CNTV. (2011). Tv digital: 10 años de historia. Revista CNTV, N° 11., 98.

llamada 'Ley Corta de Televisión Nacional de Chile' que modifica la ley 19.132 de esa estación, publicada en el Diario Oficial el 16 de octubre de 2013.

Respecto de la Ley que introduce la Televisión Digital, existen los siguientes Decretos:

a) Decreto 136 de 2009, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, que define la norma técnica para la televisión digital, ISDB-T, versión compresión MPEG 4.

b) Decreto 264, de 2010, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, que complementa el Decreto 136 del 2009, que permite abrir controladamente la posibilidad de asignar concesiones UHF en paralelo con la modificación legal en tramitación en el parlamento. Estos decretos, así como el 227 de 2011, 127 de 2012 y 123 de 2013 han servido para renovar los permisos demostrativos necesarios para que los actuales canales en TV analógica puedan transmitir en televisión digital terrestre, mientras no sean otorgadas las concesiones definitivas.

Clasificación de las concesionarias

Nacionales: Aquellas que sean titulares de concesiones que, consideradas en su conjunto, contemplen cualquier nivel de presencia en más de un 50% de las regiones del país, sin que para ellos se exija una cobertura geográfica continua.

Regionales: Aquellas que sean titulares de concesiones que, consideradas en su conjunto, contemplen cualquier nivel de presencia en más de un 50% de las regiones del país. En caso de presencia en una sola región, dichas concesiones deberán comprender, dentro de su zona de servicio, un alcance efectivo igualo superior al 25% de la población regional, o una cobertura igual o superior al 50% de las comunas de dicha región, sin que para ello se exija una cobertura geográfica continua.

Locales: Aquellas que sean titulares de concesiones que, consideradas en su conjunto, contemplen presencia en sólo una región, comprendiendo dentro de ella un alcance efectivo inferior al 25% de su población y una cobertura inferior al 50% de las comunas de dicha región.

Locales de carácter comunitario: Aquellas personas jurídicas de derecho privado sin fines de lucro, que sean titulares de una sola concesión dentro de los márgenes de presencia establecidos por las concesionarias de cobertura local y que no podrán formar cadenas ni redes de manera permanente. Dichas concesiones deberán velar por la promoción del desarrollo social y local, debiendo dar cabida a aquellas realizada por grupos sociales o personas que residan en la zona de cobertura. Podrán ser concesionarias locales de carácter comunitario las juntas de vecinos y demás organizaciones

comunitarias constituidas de conformidad a la Ley 19.418, las comunidades agrícolas y las comunidades y asociaciones indígenas, entre otros. No podrán ser concesionarias locales de carácter comunitario las organizaciones político-partidistas.

La ley de Televisión Digital buscó además potenciar la diversidad y la democratización de la oferta televisiva, reservando el 40% de la frecuencia para las concesiones de medios regionales, locales y comunitarios, junto con las concesiones de alcance nacional calificadas como culturales.

Bajo este contexto, en la que se pretende fortalecer lo local y comunitario, es que surge la opción de la Corporación de Arte y Cultura de Colina de postular a la concesión definitiva de un canal de televisión digital, “Tu Canal”, como un medio local de carácter comunitario.

La experiencia de Colina en la Televisión Digital

“Tu Canal” es medio de televisión digital sin fines de lucro, perteneciente a la Corporación de Arte y Cultura de Colina, que comienza sus transmisiones en el octubre del año 2015. El proyecto audiovisual surge como una plataforma comunicacional para apoyar, difundir y mejorar la oferta cultural en los sectores de Colina, Esmeralda, San José y Lampa, teniendo por el momento una frecuencia de transmisión experimental.

Hasta marzo del año 2017, “Tu Canal” brindó exclusivamente contenidos culturales internacionales, nacionales y locales. Pero luego de un convenio firmado entre Corporación de Arte y Cultura de Colina y la Corporación Municipal de Desarrollo Social, este último asumió la responsabilidad de administrar los recursos del canal, asumiendo además la línea programática de la estación televisiva. Generando una fusión entre el departamento de comunicaciones de la Corporación Municipal y el equipo de “Tu Canal”.

Con base a esto, los contenidos fueron adaptados de acuerdo con los requerimientos corporativos, poniendo más énfasis en temas de salud y educación y generando una oferta televisiva más integral. Junto con esto y en el marco de este convenio, el canal de televisión pasa a ser dependiente del departamento de comunicaciones trabajando en función de sus intereses.

“Tu Canal” puede sintonizarse en señal abierta en el 45.1, y en la señal 14 de Telemás, cable operador local de Colina que cuenta con cerca de 1000 abonados.

Junto con esto, el canal puede visualizarse en internet en www.tucanaltv.cl.

Su Misión es brindar contenidos de interés local para la comunidad, a través de la producción y difusión de material audiovisual centrado en la educación, prevención y promoción de salud, además de la entrega de contenidos culturales y la promoción del emprendimiento local.

Su Visión es convertirse en un referente comunal en la entrega de información y contenidos locales, que contribuya a mejorar la calidad de vida de los habitantes de Colina y la Provincia de Chacabuco, a través de la entrega de una televisión cercana, al servicio de los vecinos.

“Tu Canal” dispone de una parrilla programática de 8 horas, la cual se repite 3 veces al día, repeticiones para cubrir las 24 horas diarias. De esta parrilla programática hay 4 horas de producción interna y 4 externa, con ello de forma rotativa se cumple con tener la señal al aire los 365 días del año.

Programas destacados de “Tu Canal”



Cabe destacar

que para complementar la programación Tu Canal ha realizado acuerdos con diferentes entidades, entre ellas el Consejo Nacional de Televisión, quienes proporcionan diferentes bloques de programación.

Programación Educativa Cultural

A partir de un convenio con CNTV infantil, el canal obtiene variados contenidos: Documentales de educación, cultura y entretenimiento. Los bloques proporcionados se emiten en diferentes secciones indicadas para preescolares, niños, preadolescentes y la familia completa. Esta parrilla se complementa con contenido libre entregado por CNTV infantil, el cual se emite en variados horarios, creando un bloque infantil diario a partir de dibujos animados educativos.

Cobertura de “Tu Canal”

La cobertura de la señal tiene un radio de acción de 32,4 km² testeados cubriendo con normalidad desde los sectores de Peldehue- Reina Norte, y desde Liray hasta Lo Arcaya. Para visualizarlo, basta con tener una antena conectada al televisor para captar la señal libremente.

En cuanto a los clientes cautivos, tu canal dispone además de 55 puntos donde están dispuestos televisores de 55, 42 y 32 pulgadas que están sintonizados la señal 45.1 de Tu Canal, con lo que se tiene 14.000 personas diarias cautivas en la programación. Los puntos donde están los televisores son:

Pantallas	Ubicación
18	Establecimientos educacionales.
18	Salas cunas y jardines infantiles.
18	Municipalidad de Colina
15	Centros de Salud
1	Centro del Emprendedor
Total 70	

Equipo técnico y humano de “Tu Canal”

“Tu Canal” cuenta con un equipo compuesto por 8 profesionales, que además de trabajar generando contenidos para el canal de televisión, deben realizar videos y cobertura de las actividades de la Corporación Municipal de Desarrollo Social de Colina.

Número	Profesionales
1	Director
2	Audiovisuales
2	Periodistas

1	Diseñador Gráfico
1	Camarógrafo de fin de semana
1	Fotógrafo
Total 8	

Equipamiento técnico de “Tu Canal”

- ✓ Transmisor y antenas para la transmisión de la señal.
- ✓ Equipamiento estudio: Cámaras, fonos intercomunicación, trípodes, Switch, conectores, micrófonos, mesa de sonido, iluminación y croma.
- ✓ Enlace de microondas que permite transmisión en vivo.
- ✓ Planta transmisora, con modulador, excitador y etapas de potencia final.
- ✓ ATEM TV Estudio: Que permite efectos y el montaje de escenografías virtuales, usado hoy en la mayoría de las producciones.

“Tu Canal” como medio de proximidad

La televisión de proximidad crea contenidos audiovisuales locales que terminan convirtiéndose en un importante valor diferencial para las audiencias, con historias cercanas y cotidianas, que les permite a las personas verse reflejadas en televisión. Transmitiendo eventos culturales, deportivos y sociales de la comunidad, lo cual permiten la fidelización y sentido de pertenencia hacia el medio de comunicación, por parte de los usuarios, al tiempo que lo vincula social, emocional y comercialmente con su zona de influencia.

Medios de proximidad: Concepto de origen europeo, que remite a la realidad catalana y se refiere a medios (particularmente canales de televisión) de pequeña y mediana escala que apuntan al desarrollo cultural local, con financiamientos públicos y privados, para satisfacer aquellos intereses públicos a los que la orgánica estatal no llega o no alcanza a cubrir³.

Aunque en ciertos contextos su uso se confunde con el de comunicación comunitaria, su concepción limitada del rol ciudadano es un claro retroceso en la concepción de las comunidades como generadoras de comunicación.

³ Moragas, Garitaonandía y López. (1999). Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital. Barcelona: Bellaterra.

La televisión local no siempre es un medio de proximidad, ya que puede llegar incluso a transmitir contenidos adquiridos en el mercado televisivo mundial, mientras que la televisión de proximidad se dirige explícitamente a su población con contenidos referidos explícitamente a ellas.⁴

Antecedentes históricos de Colina

La presencia humana en Colina se remonta desde el Holoceno específicamente después de la última glaciación, en la que grupos de cazadores recorrían su planicie. Culturas como la Bato y los Picunches se asentaron en ella.

En 1426 el Imperio Inca invadió estas tierras asentando un importante centro administrativo, y según los cronistas, un Templo al Sol que jamás ha sido hallado.

Chile entero formó parte del Imperio Inca del sur. Durante este periodo los Picunches adoptaron tecnología Inca tanto en la agricultura como en la minería, mejorando además su alfarería estableciendo el sistema de mitimaes.

El Camino del Inca pasaba por Colina en su viaje al Gran Tambo de Mapocho, el que recientes investigaciones apuntan que era una ciudad en⁵tera.

Caracterización Geográfica

La comuna de Colina pertenece a la provincia de Chacabuco, parte de la Región Metropolitana. Se ubica en el sector noreste de la R.M, a 14 kms. de Santiago Centro. Pertenece junto a las Comunas de Lampa y Til-Til a la Provincia de Chacabuco, siendo Colina la capital Provincial. Ella se encuentra delimitada por las latitudes 32°,21 minutos y 32°,57 minutos Sur, y por las longitudes 70°,24 minutos y 70°,10 minutos Oeste.

Los límites administrativos de la comuna son:

- Norte: V región de Valparaíso (Comunas de Calle Larga y Los Andes).
- Sur: Comunas de Huechuraba y Quilicura.
- Oriente: Comuna de lo Barnechea.
- Poniente: Comunas de Lampa y Til Till.

⁴ CNTV. (2013). Debate sobre la televisión local . 20 mayo 2019, de CNTV Sitio web: https://www.cntv.cl/cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/tv_local_debate.pdf

⁵ Fernando Silva Vargas. (2014). Colina, retratos de lo nuestro. Colina: Colina.

Colina posee una superficie total de 971 kms², de los cuales el 1% equivale a suelo urbano y el 99% a superficie rural. La superficie de la comuna de Colina es mayor con relación a las Comunas de Lampa y Til, ocupando el 47.25% de la extensión provincial.

En relación con la superficie de la Región Metropolitana, la comuna de Colina ocupa un 6.41% de la superficie regional.

Colina posee un rol habitacional mixto y productivo agrícola. Su principal oferta es calidad de vida, junto a una ciudad colapsada como Santiago, con adecuada dotación de servicios urbanos, orientada a estratos medio-bajos, medio y medio-alto. Colina se ha transformado en una comuna con gran conectividad a nivel metropolitano y regional, lo que hace de Colina una oferta territorial competitiva en el contexto regional y nacional.

Hoy en día se vive un crecimiento demográfico y espacial que potencia sus roles de cabecera de servicios y centro comunal de la provincia.

Indicadores de la comuna

El país se encuentra en un proceso de transformación demográfica, la cual tiene su génesis en la disminución de los niveles de mortalidad y natalidad, a raíz de lo cual, aparecen situaciones como el envejecimiento de la población y la disminución en la proporción de población económicamente activa.

El Instituto Nacional de Estadísticas, ha proyectado que para el año 2050, que la población de 60 años y más, se aproxima al 30% del total de la población en Chile. Según el Censo de 2017 la comuna de Colina tiene una población de 146.207 habitantes, de los cuales 118.018 corresponden a población urbana (80,72%) y 28.189 a población rural (19,28 %).

Población total Censo 2002 y Censo 2017 ⁶

Unidad Territorial	Censo 2002	Censo 2017	Variación (%)
Comuna de Colina	77.815	146.207	87,89%
Región Metropolitana	6.061.185	71.12.808	17,35%

⁶ Biblioteca Congreso Nacional . (2017). Reporte estadística comunales. mayo 2019, de BCN Sitio web: <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/index.php/Colina>

País	15.116.435	17.574.003	16,26%	Según
-------------	-------------------	-------------------	---------------	-------

información del censo del año 2017 comparados con el censo del año 2002, El crecimiento de la población en la comuna de colina fue de un 87,89% vs el nacional que estuvo en el 16,26%.

Población total Censo 2002 y Censo 2017 ⁷

Colina	Censo 2002	Censo 2017	% Variación
Hombre	41.004	74.635	82,02%
Mujer	36.811	71.532	94,32%
Total	77.815	146.167	87,84%

La población de Mujeres crece en un 94,32% versus la tasa de hombres que crece en un 82,02%

Población según edad Censo 2002 y Censo 2017

Grupo de Edad	2002	2017	Distribución por Grupos de Edad Censo 2017		
			Comuna	Región	País
0 a 14	22.184	38.381	26,25%	19,37%	20,05%
15 a 29	21.028	33.184	22,70%	24,34%	23,37%
30 a 44	19.777	35.804	24,49%	21,86%	21,05%
45 a 64	11.445	30.117	20,60%	23,64%	24,13%
65 o más	3.381	8.721	5,96%	10,79%	11,40%

⁷ Biblioteca Congreso Nacional . (2017). Reporte estadística comunales. mayo 2019, de BCN Sitio web: <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/index.php/Colina>

Total	77.815	146.207	100%	100%	100%
--------------	---------------	----------------	-------------	-------------	-------------

La mayor concentración de la población está entre el grupo etario de 0 a 14 años la cual concentra en 26,25% de la población total de la comuna, caso diferente a la situación nacional ya que la mayor concentración se da en los rangos de edad de 45 a 64 años.

Comparación de los grupos etarios Censo 2002 y Censo 2017 ⁸

Grupo de Edad	2002	2017	Variación (%)
0 a 14	22.184	38.381	73,01%
15 a 29	21.028	33.184	57,81%
30 a 44	19.777	35.804	81,04%
45 a 64	11.445	30.117	163,15%
65 o más	3.381	8.721	157,94%
Total	77.815	146.207	

Haciendo una comparación de la misma población de la comuna, la población que más crece es la del grupo etario entre 45 a 64 años y la que la sigue es la de 65 años o más.

Indicadores educacionales de Colina

Establecimientos educacionales según dependencia administrativa, años 2014 y 2017

Dependencia	Comuna	
	2014	2017
Corporación Municipal	20	20
Municipal DAEM	0	0
Particular Subvencionado	31	32
Particular Pagado	16	18
Corporación Administración Delegada	0	0
Total	67	70

⁸ Biblioteca Congreso Nacional . (2017). Reporte estadística comunales. mayo 2019, de BCN Sitio web: <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/index.php/Colina>

Matrícula escolar según dependencia administrativa, años 2014 y 2017 ⁹

Dependencia	Colina		
	2014	2017	diferencia
Corporación Municipal	11.006	11.673	667
Municipal DAEM	0	0	0
Particular Subvencionado	13.592	14.514	922
Particular Pagado	9.981	12.709	2.728
Corporación Administración Delegada	0	0	0
Total	34.579	38.896	4.317

Matrícula escolar según nivel de enseñanza impartido, años 2014 a 2017¹⁰

Nivel de Enseñanza	Colina		
	2014	2017	Diferencia
Educación Parvularia	4.829	5.413	584
Enseñanza Básica Niños y Jóvenes	18.413	20.601	2.188
Enseñanza Básica Adultos	1.060	1.090	30
Educación Especial	1.941	1.936	-5
Enseñanza Media Científico-Humanista Niños y Jóvenes	5.576	6.998	1.422
Enseñanza Media Científico-Humanista Adultos	1.647	1.734	87
Enseñanza Media Técnico-Profesional Niños y Jóvenes	1.080	1.094	14
Enseñanza Media Técnico-Profesional Adultos	33	30	-3
Total	34.579	38.896	4.317

Competencia: CTV Canal 6

Con más de 10 años de experiencia, Colina Televisión es reconocida como uno de los medios emblemáticos de la comuna. Es parte de un pequeño consorcio perteneciente a la sociedad Avaria e Hijo Compañía Limitada, quienes también son propietarios de la Radio Cumbre. Emisora provincial

⁹ Biblioteca Congreso Nacional . (2017). Reporte estadística comunales. mayo 2019, de BCN Sitio web: <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/index.php/Colina>

¹⁰ Biblioteca Congreso Nacional . (2017). Reporte estadística comunales. mayo 2019, de BCN Sitio web: <https://reportescomunales.bcn.cl/2017/index.php/Colina>

que llega a múltiples localidades de Colina, Esmeralda, Batuco, Lampa, Chicureo, Liray, Lo Pinto, Polpaico y varios otros poblados de la Provincia de Chacabuco.

Llegando además las comunas de Quilicura, Renca, Cerro Navia, Quinta Normal, Lo Prado, Maipú y parte importante de Pudahuel, Con una audiencia potencial estimada es de más de 400.000 personas. Esta sinergia entre radio y televisión, contribuyen a potenciar la marca CTV Canal 6 dentro de los habitantes de los sectores de cobertura de sus medios.

Colina Televisión produce 20 minutos diarios de contenidos locales y propios. Que se repiten 2 veces al día. Esto varía el fin de semana con el resumen, que aumenta a 60 minutos. A eso se le suma coberturas especiales como el Desfile de Glorias Navales o el de Fiestas Patrias. Además, algunas entrevistas que se agregan a las noticias. El resto, es programación envasada, principalmente películas y estrenos cinematográficos recientes.

Colina Televisión está conformado por un equipo de 5 personas:

Número	Profesional
1	Director ejecutivo
1	Periodista
1	Reportero
1	Camarógrafo / Editor
1	Programador

Matriz de posicionamiento



Realización de encuestas a vecinos de la comuna

Las encuestas son el método de investigación que se utiliza para la obtención de datos de personas, de diferentes temas, lo importante es que no existan sesgos a la hora de levantar la información para que estos no influyan en el resultado de la investigación.

Uno de los aspectos a considerar al momento de aplicar una encuesta es el tamaño de esta ya que esto nos reflejara los representativo de los resultados.

Tamaño de la muestra

Para que la información que se levanta a través de la encuesta sea representativa de la población, debemos tener en consideración cual grande es nuestra universo total de individuos que conforman nuestra población, con esto podemos calcular la cantidad de individuos a encuestar y que esta información pueda amplificarse a la población, para esta aplicación consideraremos un nivel de confianza del 95% y un error del 5% , dado que nuestra población supera los 100.000 habitantes, debemos tener una muestra de 383 encuestados, y se puede corroborar a través de la fórmula:

$$\frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

N = tamaño de la población

e = margen de error (porcentaje expresado con decimales)

z = puntuación z (es la cantidad de desviaciones estándar que una proporción determinada se aleja de la media) dado la siguiente tabla

Nivel de confianza	Puntuación z
80%	1.28
85%	1.44
90%	1.65
95%	1.96
99%	2.58

Para levantar información de “Tu Canal” en la comuna de Colina hemos decidido realizar una encuesta presencial, ya que “Tu Canal” no cuenta con una base de datos que nos permita contactar a

los habitantes de Colina a través de otros medios, por lo cual se debe realizar una aplicación en terreno de las siguientes preguntas:

1. ¿Conoce la televisión digital?
2. ¿Sabe cómo sintonizar los canales de TV Digital?
3. ¿Está dispuesto a instalar antena para ver TV Digital?
4. ¿Conoces “TU Canal”?

Con estas preguntas el objetivo es:

1. Establecer el conocimiento de las personas en Tv digital (si saben lo que es y si saben cómo sintonizarla)
2. Qué porcentaje de la población conocer la marca “Tu Canal”.
3. La cantidad de personas que está dispuesta a sintonizar tv digital.

Se aplicaron 405 encuestas y esta es la distribución por género:

Sexo	Encuestados	%
Femenino	278	69%
Masculino	127	31%
Total	405	100%

El mayor porcentaje de encuestados corresponde a mujeres con el 69% de la muestra.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

De las personas que respondieron el 55 % declaro conocer lo que es la TV digital, Siendo los hombres los que con mayor porcentaje (63%) afirmaron conocer la televisión digital

¿Conoces la TV Digital?			
Sexo	SI	No	Total
Femenino	141	137	278
Masculino	81	46	127
Total	222	183	405

El rango de edad que se concentra la mayor cantidad de personas que conocen la tv digital se concentra en los menores de 30 años con un 27%, lo sigue entre 50 a 59 años con un 23% y en un tercer lugar esta los de 40 a 49 años con un 21% de los encuestados.

¿Conoces la TV Digital?			
Rango de edad	SI	No	Total
Menores de 30	59	9	68
Entre 30 y 39	38	19	57
Entre 40 y 49	47	34	81
Entre 50 y 59	50	38	88
Entre 60 y 69	27	35	62
Mayores de 70	1	48	49
Total	222	183	405

El segundo punto de atención es que solo el 21% de las personas encuestadas saben cómo sintonizar tv digital.

Sabe cómo sintonizar los Canales de TV Digital			
Sexo	Si	No	Total
Femenino	57	221	278
Masculino	29	98	127
Total	86	319	405

Esto nos dice que si queremos aumentar el número de personas que nos sintonizan, debemos comenzar a educar a las personas de la comuna en la sintonización de la señal digital.

Este mismo dato visto desde la edad de los encuestados, nos arroja que las personas entre 50 y 59 años son los que en mayor número saben cómo sintonizar los canales digitales, incluso los comentarios que daban son “se sintonizan manual como la televisión de antes”.

¿Sabe cómo sintonizar los Canales de TV Digital?			
Rango de edad	SI	No	Total
Menores de 30	8	60	68
Entre 30 y 39	18	39	57
Entre 40 y 49	17	64	81
Entre 50 y 59	32	56	88
Entre 60 y 69	11	51	62
Mayores de 70	0	49	49
Total	86	319	405

Cuando revisamos si están dispuestos a instalar una antena para sintonizar tv digital, el 73,5% de los encuestados afirmaron estar dispuestos a instalar una antena en su hogar, incluso les recordamos que la antena que se instala es la típica “orejas de conejo”.

¿Está dispuesto a instalar antena análoga para ver TV Digital?			
Sexo	SI	No	Total
Femenino	216	62	278
Masculino	82	45	127
Total	298	107	405

En los segmentos de menores de 30 años es donde menor disposición a instalar una antena análoga existe (11%), en cambio todos los segmentos de mayor edad los porcentajes de aceptación son muy altos incluso sobre el 85% de aceptación.

Insight que aparecieron fueron preguntas de los menores de 30 años si había una aplicación para ver el canal de tv digital.

¿Está dispuesto a instalar antena análoga para ver TV Digital?			
Rango de edad	SI	No	Total
Menores de 30	33	35	68
Entre 30 y 39	45	12	57
Entre 40 y 49	69	12	81
Entre 50 y 59	58	30	88
Entre 60 y 69	45	17	62
Mayores de 70	48	1	49
Total	298	107	405

Cuando respondieran por si conocían la Marca “Tu canal” solo un 11% de las personas decían conocer el canal, pero solo si se hacía referencia con el canal del consultorio.

¿Conoces "Tu Canal"?			
Sexo	SI	No	Total
Femenino	30	248	278

Masculino	16	111	127
Total	46	359	405

En términos de edades no se encuentra correlación, el mayor porcentaje de afirmación a esta respuesta se contesta en las personas de 40 a 49 años de edad con un 17%.

¿Conoces "Tu Canal"?			
Rango de edad	SI	No	Total
Menores de 30	4	64	68
Entre 30 y 39	4	53	57
Entre 40 y 49	14	67	81
Entre 50 y 59	12	76	88
Entre 60 y 69	7	55	62
Mayores de 70	5	44	49
Total	46	359	405

Definición del Problema

Tu Canal nace en el año 2016 con la finalidad de entregar contenidos locales a los habitantes de Colina, brindando una programación que busca educar, informar y entretener, preservando las costumbres, tradiciones y el sentir de los colinanos. Sin embargo, a pesar de tener programas locales de buena factura técnica, el canal no es reconocido por los vecinos de la comuna, marcando un bajo reconocimiento de marca. Por tanto, la gente desconoce cómo poder ver el canal.

Además de esto, muchos de los vecinos confunden “Tu Canal” con su competencia, canal 6 Colina Televisión, medio histórico de la comuna con más de 10 años de experiencia en la entrega de contenidos locales, quienes, sin quererlo, están llevándose el reconocimiento del trabajo realizado por Tu Canal, por dicha confusión.

Planteamiento estratégico

Potenciar la marca y sus programas anclas en los espacios públicos de la comuna, para reposicionarla, utilizando los soportes publicitarios con los que cuenta la Corporación Municipal de Desarrollo Social de Colina, sostenedora del canal.

Objetivo general

Reposicionar la marca Tu Canal convirtiéndolo en un medio reconocido, apreciado y respetado por la comunidad, para que sea identificado como el canal de televisión de la gente de Colina.

Objetivos específicos

- ✓ Aumentar en un 10% el posicionamiento de marca de Tu Canal en un plazo de 6 meses. Hoy un 11% de las personas consultadas conoce Tu Canal, se espera llegar a una cifra de 21%.
- ✓ Crecer un 15% las visitas al sitio web del canal en un plazo de 6 meses. Pasando de 1500 a 1650 usuarios únicos.
- ✓ Aumentar los seguidores en redes sociales en un plazo de 6 meses en las siguientes ponderaciones:
 - Instagram: 342 seguidores en la actualidad y se espera llegar a los 1.710 aumentando un 500%.
 - Facebook: 1.530 seguidores en la actualidad y se espera llegar a los 2.295, aumentando un 50%.
 - Twitter: 114 seguidores en la actualidad y se espera llegar a los 570, aumentando un 500%.

Públicos de interés

Debido a la configuración demográfica de Colina, los segmentos de interés a los que les enviaremos los mensajes son:

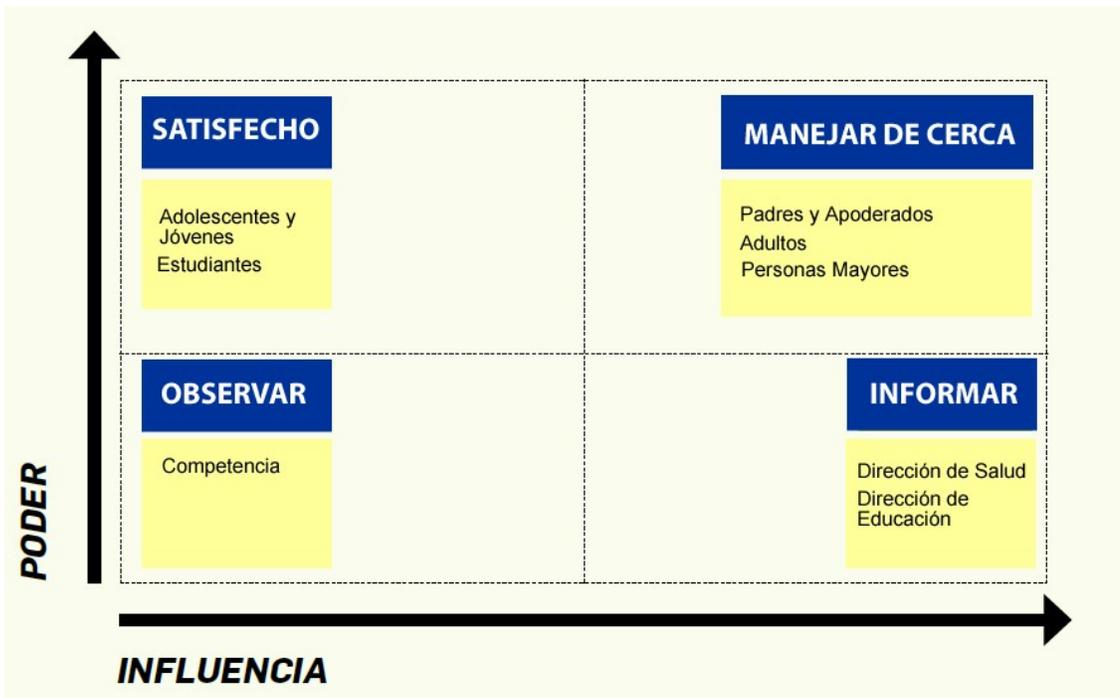
- ✓ Padres y apoderados de escuelas y liceos municipales,
- ✓ Adolescentes y jóvenes que estudian en las escuelas y liceos municipales.
- ✓ Adultos que asisten a los centros municipales de salud.
- ✓ Personas mayores de la comuna.

Público	Grupo de interés	Segmentos grupos de interés
	Usuarios Centro de Salud (100 mil inscritos)	Niños
		Adolescentes y Jóvenes
		Adultos
		Personas Mayores
		Profesionales de Salud
		Dirección de Salud
	Comunidad Educativa	Estudiantes
		Padres y Apoderados

Habitantes de Colina	Establecimientos Municipales (10 mil estudiantes)	Profesores
		Dirección de Educación
	Autoridades Comunes	Gobernador
		Alcalde
		Concejo Comunal
	Organizaciones Sociales	Juntas de Vecinos
		Corporaciones y Fundaciones
		ONGs
	Vecinos de Chicureo	Juntas de Vecinos
		Condominios
		Comercios y servicios
	Medios locales de comunicación	Radio Comunes
		Tv Comunes
		Diarios Comunes

Para priorizar nuestros segmentos de interés, se utilizó una matriz de Gardner con la que definiremos los segmentos a los cuales dirigimos.

Matriz de Gardner



Para reposicionar la marca “Tu Canal” realizaremos tres etapas las cuales son:

-Etapa 1 “Puntos de contacto”: El objetivo es promover los puntos de contacto con los públicos de interés en cómo sintonizarnos.

-Etapa 2 “Tu Canal”: El objetivo es públicos de interés conozcan la marca “Tu Canal”

-Etapa 3 “Programación”: El objetivo es posicionar la programación del canal.

Antes de comenzar con las 3 etapas en que se posicionará la marca “Tu Canal” hay que definir la idea fuerza que acompañará a la marca, la cual será representativa de lo que busca el canal:

Idea Fuerza: “Somos el canal de la gente de Colina”

Esta idea fuerza acompañará a la marca en todos los mensajes que entreguemos a los públicos de interés.

Etapa 1 “Promover puntos de contacto”

Cuando realizamos el levantamiento de información solo el 21% de la población encuestada afirmó que conocía la forma de sintonizar la televisión digital, siendo el segmento personas menores de 30 años, el que menos conocimiento se registró.

Esto nos genera dos dificultades.

1. El conocimiento de sintonizar la televisión digital es bajo, por lo cual si queremos aumentar el número de televidentes debemos promover la forma de sintonizarnos.
2. El segmento de menor edad no conoce la forma de sintonizar la televisión digital, pero el insight que logró recuperar en este grupo de personas, es que no solo sintoniza la televisión de la forma tradicional, sino que también a través de la web, aplicaciones para móviles y redes sociales.

Esta etapa tendrá una duración de 2 meses y la abordaremos en la siguiente secuencia.

El lanzamiento de la Etapa 1 contempla las siguientes intervenciones.

Intervenciones artísticas en salas de espera y entrega de antenas.

Se realizarán 10 intervenciones artísticas dentro de las dos primeras semanas, será 1 intervención por día en 10 de los Centros de Salud Familiar (CESFAM) con que cuenta la comuna. Esta rutina será realizada por un mimo, en el que se explique cómo sintonizar “Tu Canal” (Somos el canal de la gente de Colina), desde la instalación de la antena hasta la configuración del televisor.

Estas intervenciones serán grabadas por personal de “Tu Canal”, para crear videos que se mostrarán en la programación, página web de “Tu Canal” y en las redes sociales.



Estas intervenciones se medirán a través del indicador:

1. Número de intervenciones realizadas en dos semanas.

Stand Promocional

Las intervenciones realizadas por el mimo en los CESFAM serán apoyadas por la instalación de un stand corporativo, que contará con un promotor (a) que entregará antenas digitales a los vecinos y reforzará los puntos de contacto a través de la entrega de papelería.



Información que entregara el stand:

- ✓ Información sobre el canal.
- ✓ Como Sintonizar Televisión Digital.
- ✓ Antenas Digitales.

Después de las dos primeras semanas el stand se presentará 1 vez por semana en las actividades de la comuna de Colina, la información que entregará ira cambiando según la etapa de reposicionamiento del plan de comunicaciones.

Cada persona que reciba una antena e información del stand, se ingresará a una base de dato, la cual posteriormente será contactada para evaluar el servicio del stand, la calificación será en escala de 1 a 5.

Calificación	Categoría
1	Deficiente
2	Insuficiente
3	Regular
4	Bueno
5	Excelente

El stand se medirá a través de dos indicadores:

1. Número de personas atendidas e ingresadas en la base de datos.
2. Evaluación otorgada por las personas que solicitaron información, esta debe ser como mínimo “Bueno”.

Marcos para TV

La Corporación Municipal de Colina cuenta con 70 pantallas de televisión ubicadas en salas de espera de los CESFAM, establecimientos educacionales y la Municipalidad de Colina.

En estas pantallas se transmite la programación de “Tu Canal”, pero las personas no reconocen que la trasmisión pertenece a este canal y más bien hablan del canal del consultorio.

Esto nos entrega la posibilidad de comunicar que esa señal pertenece a “Tu Canal” y que también la pueden sintonizar desde su hogar.

Por lo cual se instalarán 70 marco para televisión, creados para las diferentes pantallas con las que cuenta la Corporación Municipal de Colina, de manera de generar reconocimiento de marca en las personas que se encuentren en estos establecimientos.



La idea es utilizar los televisores generar un impacto visual, instalando marcos publicitarios con atractivos diseños y mensajes orientados a la recordación de marca.



El indicador con el que se medirá esta acción es:

1. Número de marcos para televisión instalados dentro de 1 semana.

Avisos publicitarios en buses corporativos y furgones escolares

La Corporación Municipal de Colina, que administra “Tu Canal”, además de los 20 establecimientos educacionales municipales de la comuna, dispone de 40 buses y minibuses para movilizar diariamente a más de 10 mil estudiantes, recorriendo no sólo el sector centro de Colina, sino que también las zonas más apartadas.

Debido a esto, se dispondrá de publicidad en lunetas traseras de los 40 buses, generando un impacto en los vecinos de Colina, tanto para quienes viajan en vehículos como a los peatones.



en la etapa 1 los mensajes que irán insertos en los buses y minibuses están orientados a mostrar a los vecinos a sintonizar el canal, por señal de aire o en el sitio web.

Las imágenes que se instalaran en las lunetas son las siguientes:



Los indicadores que utilizaremos para la medición de esta acción son los siguientes

1. Número de lunetas instaladas en los buses y minibuses en una semana.
2. Sondeo a personas de Colina midiendo si reconocen la promoción y con una pregunta abierta que deben responder, ¿Cuál es el contenido de la promoción? De forma de ver que tan efectivos son los mensajes.

Gigantografías

Al igual que los buses, la Corporación Municipal cuenta con 4 soportes publicitarios de 5 metro de alto por 3 metros de ancho, con iluminación led, en los que promociona o publicita las actividades

que realiza. Estos soportes también se utilizarán para promocionar “Tu Canal” y se ubicadas en sectores estratégicos de la comuna, con alta circulación de vehículos y personas. Ingreso poniente sector Liray, Salida Centro, Salida Norte sector Esmeralda e ingreso sur por calle San Martín.

En estos espacios se insertarán los mismos mensajes que irán en las lunetas de los buses



El indicador con que se medirá esta acción es:

1. Número de gigantografías instaladas en 1 semana.

Producción audiovisual

Se contempla la producción de *spots* publicitario de “Tu Canal”, buscando llegar al televidente con un mensaje emotivo, con el objetivo de conectarse con las audiencias de Colina.



En esta etapa los videos tendrán contenidos de cómo sintonizar el canal y serán transmitidos en la programación actual del canal, en las redes sociales y a través de los sitios web de la Corporación Municipal y de “Tu Canal”.

Los indicadores con los cual mediremos esta acción son:

1. Número de videos promocionales realizados en el periodo de 1 mes.
2. Visualización de videos a través de las redes sociales y sitios web de la Corporación Municipal en un periodo de 1 mes.

Avisos en diario comunal “Colina Hoy”

Mensualmente la Municipalidad de Colina realiza la publicación de un diario con un tiraje de 15 ejemplares, los cuales son entregados a los vecinos de la comuna en su domicilio o bien en oficinas municipales y corporativas.

Para el reposicionamiento de marca utilizaremos el diario para hacer insertos promocionales donde en esta etapa, al igual que en las demás actividades, entregando información de cómo sintonizar el canal a través de la antena y de las diferentes plataformas de contacto con las que cuenta el canal.



El indicador que medirá esta acción es:

1. Número de insertos promocionales en la revista comunal en el periodo de 1 mes.

Etapas 2 “Tu Canal”

Dentro del levantamiento de información que se realizó la encuesta aplicada arrojó que el 11% de las personas conoce la marca “Tu Canal” pero solo cuando se hacía relación con el canal del consultorio.

Este punto es el que buscamos potenciar la marca “Tu Canal” y tendrá una duración de 2 meses, los mensajes irán enfocados en dar a conocer la marca.

En esta etapa utilizaremos los mismos medios de la etapa 1 pero con diferentes mensajes.

Avisos publicitarios en buses corporativos, furgones escolares y Gigantografías.

En esta etapa en la semana 9 del programa, cambiaremos los mensajes en las lunetas de los buses y las gigantografías.

El mensaje que entregaremos ira focalizado según nuestros públicos objetivos.

Para los Adolescentes y jóvenes que estudien en las escuelas y liceos municipales de la comuna. El mensaje será “Te acompañamos en tus momentos de estudio y relaxo” y esta es la imagen promocional.



Para los adultos de la comuna que asisten a los centros municipales de salud, el mensaje será “Te acompañamos en el doctor y también en tu casa”. Esta es la imagen promocional.



Para los adultos mayores que asisten a los centros de salud de la comuna, el mensaje que le entregaremos será “Te acompañamos en tus mejores años” y esta es la imagen promocional.



**SOMOS EL
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA**

SEÑAL 45.1

**TE ACOMPAÑAMOS
EN TUS MEJORES AÑOS**



Para los padres y apoderados de niños y jóvenes que estudian en las escuelas y liceos municipales de Colina el mensaje será “Los acompañamos desde su primer día de clases hasta su graduación” y esta es la imagen promocional.



**SOMOS EL
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA**

SEÑAL 45.1

**LOS ACOMPAÑAMOS
DESDE SU PRIMER DÍA
DE CLASES HASTA
SU GRADUACIÓN**



Para esta campaña los indicadores con los cuales se medirá el impacto en la comunidad son:

1. Número de impresiones instaladas en las gigantografías y los buses en la semana 9.
2. Sondeo a personas de Colina midiendo si reconocen la promoción y con una pregunta abierta que deben responder ¿Cuál es el contenido de la promoción? Así sabremos qué tan efectivo es el mensaje.

Avisos en diario comunal “Colina Hoy”

Estos mismos mensajes serán publicados en diario comunal desde la tercera publicación (semana 9), con esto reforzamos los mensajes insertos en las gigantografías y lunetas de buses.

El indicador con el cual se medirán es:

1. Número de insertos promocionales en la revisa comunal en la semana 9.

Videos testimoniales con gente que ve el canal.

Para generar conexión con la comunidad de Colina y el canal, se realizarán videos con personas que sintonizan habitualmente el canal, estos videos serán transmitidos en la programación y a través de las redes sociales de “Tu Canal”.



Esta campaña se medirá a través de los siguientes indicadores:

1. Números de videos realizados y programados en la semana 9.
2. Cantidad de reproducciones de estos videos en las plataformas web en el periodo de 2 meses.

Stand Promocional

El stand en la etapa 2 tendrá un rol mixto, ya que a la información que entrega en la etapa 1 se sumará información de la marca “Tu Canal”, el objetivo es que el stand entregue información de las redes sociales y las plataformas de acceso, pero con el objetivo de que aumente el número de seguidores en redes sociales. Otro rol importante que tendrá el stand es dar a conocer la aplicación para móviles con que contará el canal, la cual explicaremos en el siguiente punto.

Los indicadores con que se medirá el stand en esta etapa son:

1. Número de personas atendidas por el stand e ingresadas en la base de datos en el periodo de 1 semana.
2. Número de personas que nos siguen a través de redes sociales que hayan sido atendidos por el stand.

Aplicación “Tu Canal”

El Segmento etario que menor conocimiento del canal tiene actualmente son los menores de 30 años y al realizar, la encuesta estos levantaron la inquietud de que si el canal contaba con una aplicación móvil para sintonizarlo.

Por otro lado, el equipo de trabajo de la Corporación Municipal de Colina cuenta con un equipo de informático y desarrolladores los cuales tienen la tarea de crear una aplicación que contenga la información de los programas, televisión en vivo y también el usuario pueda interactuar en la plataforma a través de comentarios que se puedan compartir en las redes sociales.

Esta APP será de fácil acceso e intuitiva a la programación de tu canal con secciones para buscar video *on demand*.

NUEVA APP TU CANAL

DESCÁRGALA EN TU DISPOSITIVO
DISPONIBLE EN Google play Disponible en el App Store
Y DISFRÚTALA EN TU SMARTPHONE O TABLET



Esta APP se lanzará la semana 9 desde que se implemente el plan de reposicionamiento de la marca y el objetivo es aumentar la cantidad de personas que nos sintonizan a través de cualquier plataforma de acceso a “Tu Canal”

Para promocionar la APP tendremos las siguientes graficas las cuales serán publicitadas a través de las redes sociales del canal y enviadas vía e-mail a las personas que solicitaron información en el stand promocional.

Esta es la imagen promocional

tu
CANAL
COLINA

**DESCÁR
GALA** App

SOMOS
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA

Consíguelo en el App Store

DISPONIBLE EN Google Play

Los indicadores con los que se medirá esta acción son:

1. Número de descargas de la APP por mes.
2. Número de personas con registro en la APP en el periodo de 1 mes.

Etapa 3 “programación”

Luego de las dos primeras etapas en donde buscamos que las personas de Colina conozcan las formas de sintonizarnos y reconozcan la marca “Tu Canal”, comenzamos con la etapa 3 que busca posicionar programas que realiza el canal. Esta etapa tendrá una duración de 2 meses y volveremos a utilizar los mismos medios que se utilizaron en las etapas pasadas con la diferencia es que el contenido estará asociado a los programas que se generan en el canal.

El objetivo de esta etapa es posicionar los programas que produce y que sean reconocidos por la comunidad de Colina.

Estas son las herramientas que utilizaremos para posicionar los programas.

Avisos publicitarios en buses corporativos, furgones escolares y Gigantografías.

En la semana 17 cambiaremos los mensajes de las lunetas de buses al igual que las gigantografías.

Estos son los programas que promocionaremos:

1. Programa de Colina Noticias 360:

Resumen semanal con las noticias más importantes ocurridas en la comuna, con un invitado que ayudará a profundizar algún tema de interés local y una encuesta a los vecinos de Colina.

Esta es la imagen promocional que irá en las lunetas de buses y en 1 de las gigantografías.



2. Programa Colina Me Late:

“Late show” de conversación con entrevistas a personajes locales y noticias de Colina y del mundo, conducido por Vasco Moulian.

tu
CANAL
COLINA

**TE ACOMPAÑA
EN LAS BUENAS
Y EN LAS MALAS**

Programa de entretenimiento

**COLINA
ME LATE**

SOMOS
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA

SEÑAL **45.1**

TODOS LOS DÍAS
A LAS: 12:00, 15:00 y 23:00 HRS

Conduce Vasco Moulian

www.tucanaltv.cl

3. Programa picadas con sabor a campo:

Programa culinario que recorre las mejores picadas gastronómicas de Colina, de la mano del chef y empresario Javier Miranda.

tu
CANAL
COLINA

**TE ACOMPAÑA
AL ALMUERZO
Y LA CENA**

Programa de gastronomía

**PICADAS
CON SABOR
A CAMPO**
CONDUcido POR J. MIRANDA

SOMOS
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA

SEÑAL **45.1**

TODOS LOS DÍAS
A LAS: 12:00, 15:00 y 23:00 HRS

Conduce Javier Miranda

www.tucanaltv.cl

4. Programa El Gran Mini Chef.

Programa realizado en conjunto con la dirección de Educación y Salud de la comuna de Colina, el cual consiste en realizar concursos de cocina saludable en las escuelas y liceos municipales de comuna, en el que participan padres e hijos para lograr el mejor sabor con productos saludables.

tu
CANAL
COLINA

**LOS ACOMPAÑA
DESDE SU PRIMER DIA
DE CLASES HASTA
SU GRADUACIÓN**

Programa Familiar

**El Gran
Mini Chef**
Colina

**TODOS LOS DÍAS
A LAS: 12:00, 15:00 y 23:00 HRS**

Conduce René Marnich

SOMOS
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA

SEÑAL **45.1**

www.tucanaltv.cl

5. Programana Colina al Día

Las noticias locales más importantes de la jornada están en Colina al Día.

tu
CANAL
COLINA

**TE ACOMPAÑA
E INFORMA
DIARIAMENTE**

Programa de Noticias

**COLINA
AL DÍA**

**TODOS LOS DÍAS
A LAS: 12:00, 15:00 y 23:00 HRS**

Conduce Aniger Esteves

SOMOS
EL CANAL
DE LA
GENTE
DE COLINA

SEÑAL **45.1**

www.tucanaltv.cl

El indicador con el cual mediremos esta campaña de posicionamiento de programas son los siguientes:

1. Sondeo con personas que viven en la comuna realizando las siguientes preguntas:
 - ✓ ¿Conoce algún programa de televisión de “Tu Canal”?
 - ✓ ¿Cuál programa conoce?

Avisos en diario comunal Colina Hoy

Estos mismos mensajes serán publicados en diario comunal desde la 5 publicación, con esto reforzamos los programas que se promocionan en las gigantografías y lunetas de buses.

El indicador con el cual se medirán es:

1. Número de insertos promocionales en la revista comunal en el periodo de 1 mes.

Intervenciones en centro los CESFAM y eventos de la comuna con los rostros del canal.

Para seguir promocionando los programas del canal en la semana 17, se realizarán intervenciones en los Centros de Salud Familiar con que cuenta la comuna, en estas intervenciones se entrevistarán a las personas sobre algún tema que sea relevante en la comuna, con esto se busca concretar un nexo entre los televidentes y los programas.

El indicador que medirá estas intervenciones es:

1. Número de intervenciones realizadas en los CESFAM en el periodo de 1 mes

Producción audiovisual

Se contempla la producción de *spots* publicitario de todos los programas mencionados, estos spots serán integrados a la programación, también se realizarán publicaciones con estos videos en todas las redes sociales de canal y de la Corporación Municipal de Colina, esto también será a partir de la semana 17.

El indicador que medirá esta acción es:

1. Número de spots realizados y programados en el periodo de 1 mes.
2. Número de reproducciones en la web en el periodo de 1 mes.

Aplicación Tu Canal

En la semana 17 en aplicación Móvil de “Tu Canal” se cargarán los spots publicitarios creados por los trabajadores del canal, una vez insertos los videos la APP se enviarán notificaciones a las personas que tengan instalada la aplicación para que visualicen el spot publicitario.

El indicador que se medirá será:

1. Número de reproducciones del spot publicitario desde la APP en el periodo de 1 mes.

Campaña de mailing

También en la semana 17, Utilizando la base de datos que se genere a través del stand promocional enviaremos e-mail, con el contenido de los programas.

El indicador con el que se medirá esta acción es:

1. Número de email enviados versus la cantidad de email abiertos.

Post evaluación

Luego de cumplidos los plazos del plan de comunicaciones y marketing diseñado para Tu Canal, se repetirá la encuesta realizada inicialmente a 405 habitantes de Colina, con la finalidad de volver a medir el conocimiento de las personas sobre la marca Tu Canal y sobre la televisión digital.

Encuesta

1. ¿Conoce la televisión digital?
2. ¿Sabe cómo sintonizar los canales de TV Digital?
3. ¿Está dispuesto a instalar antena para ver TV Digital?
4. ¿Conoces “TU Canal”?

Carta Gantt

TU CANAL	PIEZAS GRÁFICAS PUBLICITARIAS				MIMO	SEÑAL AIRE		WEB	MAILING	APP	R.R.S.S			STAND
	GIGANTOGRAFÍAS	LUNETAS	MARCOS TV	DIARIO	INTERVENCIÓN	SPOTS	TESTIMONIAL	BANNER	CORREOS	MÓVIL	VIDEO	POST	GRÁFICA	PUBLICITARIO
	12	120	70	6	10	20	16	20		1	20	20	20	26
MES 1														
ETAPA 1: PROMOCIÓN PUNTOS DE ENCUENTRO														
SEMANA 1	4	40	70	½	5	PROMO TV (ANTENA)		BANNER ANTENA			PROMO TV (ANTENA)	POST ANTENA	GRÁFICA (ANTENA)	STAND 5 DIAS
SEMANA 2					5	PROMO TV (WEB)		BANNER WEB			PROMO TV (WEB)	POST WEB	GRÁFICA (WEB)	STAND 5 DIAS
SEMANA 3						PROMO TV (ANTENA)		BANNER ANTENA			PROMO TV (ANTENA)	POST ANTENA	GRÁFICA (ANTENA)	STAND EVENTO 1
SEMANA 4						PROMO TV (WEB)		BANNER WEB			PROMO TV (WEB)	POST WEB	GRÁFICA (WEB)	STAND EVENTO 2
SEMANA 5				½		PROMO TV (ANTENA)		BANNER ANTENA			PROMO TV (ANTENA)	POST ANTENA	GRÁFICA (ANTENA)	STAND EVENTO 3
SEMANA 6						PROMO TV (WEB)		BANNER WEB			PROMO TV (WEB)	POST WEB	GRÁFICA (ANTENA)	STAND EVENTO 4
SEMANA 7						PROMO TV (ANTENA)		BANNER ANTENA			PROMO TV (ANTENA)	POST ANTENA	GRÁFICA (ANTENA)	STAND EVENTO 5
SEMANA 8						PROMO TV (WEB)		BANNER WEB			PROMO TV (WEB)	POST WEB	GRÁFICA (ANTENA)	STAND EVENTO 6
MES 2														
ETAPA 2: PROMOCIÓN TU CANAL														
SEMANA 9	4	40		½		PROMO TV CANAL 1	TESTIMONIOS CANAL 1	BANNER MENSAJE 1		LANZAMIENTO	PROMO TV CANAL 1	POST CANAL 1	GRÁFICA CANAL 1	STAND EVENTO 7
SEMANA 10						PROMO TV CANAL 2	TESTIMONIOS CANAL 2	BANNER MENSAJE 2			PROMO TV CANAL 2	POST CANAL 2	GRÁFICA CANAL 2	STAND EVENTO 8
SEMANA 11						PROMO TV CANAL 3	TESTIMONIOS CANAL 3	BANNER MENSAJE 3			PROMO TV CANAL 3	POST CANAL 3	GRÁFICA CANAL 3	STAND EVENTO 9
SEMANA 12						PROMO TV CANAL 4	TESTIMONIOS CANAL 4	BANNER MENSAJE 4			PROMO TV CANAL 4	POST CANAL 4	GRÁFICA CANAL 4	STAND EVENTO 10
SEMANA 13				½		PROMO TV CANAL 1	TESTIMONIOS CANAL 5	BANNER MENSAJE 1			PROMO TV CANAL 1	POST CANAL 5	GRÁFICA CANAL 1	STAND EVENTO 11
SEMANA 14						PROMO TV CANAL 2	TESTIMONIOS CANAL 6	BANNER MENSAJE 2			PROMO TV CANAL 2	POST CANAL 6	GRÁFICA CANAL 2	STAND EVENTO 12
SEMANA 15						PROMO TV CANAL 3	TESTIMONIOS CANAL 7	BANNER MENSAJE 3			PROMO TV CANAL 3	POST CANAL 7	GRÁFICA CANAL 3	STAND EVENTO 13
SEMANA 16						PROMO TV CANAL 4	TESTIMONIOS CANAL 7	BANNER MENSAJE 4			PROMO TV CANAL 4	POST CANAL 8	GRÁFICA CANAL 4	STAND EVENTO 14
MES 3														
ETAPA 3: PROMOCIÓN PROGRAMAS														
SEMANA 17	4	40		½		PROMO TV PROGRAMA 1	TESTIMONIOS PROGRAMA 1	BANNER PROGRAMA 1	INICIO MAILING		PROMO TV PROGRAMA 1	POST PROGRAMA 1	GRÁFICA PROGRAMA 1	STAND EVENTO 7
SEMANA 18						PROMO TV PROGRAMA 2	TESTIMONIOS PROGRAMA 2	BANNER PROGRAMA 2			PROMO TV PROGRAMA 2	POST PROGRAMA 2	GRÁFICA PROGRAMA 2	STAND EVENTO 8
SEMANA 19						PROMO TV PROGRAMA 3	TESTIMONIOS PROGRAMA 3	BANNER PROGRAMA 3			PROMO TV PROGRAMA 3	POST PROGRAMA 3	GRÁFICA PROGRAMA 3	STAND EVENTO 9
SEMANA 20						PROMO TV PROGRAMA 4	TESTIMONIOS PROGRAMA 4	BANNER PROGRAMA 4			PROMO TV PROGRAMA 4	POST PROGRAMA 4	GRÁFICA PROGRAMA 4	STAND EVENTO 10
SEMANA 21				½		PROMO TV PROGRAMA 1	TESTIMONIOS PROGRAMA 5	BANNER PROGRAMA 1			PROMO TV PROGRAMA 1	POST PROGRAMA 5	GRÁFICA PROGRAMA 1	STAND EVENTO 11
SEMANA 22						PROMO TV PROGRAMA 2	TESTIMONIOS PROGRAMA 6	BANNER PROGRAMA 2			PROMO TV PROGRAMA 2	POST PROGRAMA 6	GRÁFICA PROGRAMA 2	STAND EVENTO 12
SEMANA 23						PROMO TV PROGRAMA 3	TESTIMONIOS PROGRAMA 7	BANNER PROGRAMA 3			PROMO TV PROGRAMA 3	POST PROGRAMA 7	GRÁFICA PROGRAMA 3	STAND EVENTO 12
SEMANA 24						PROMO TV PROGRAMA 4	TESTIMONIOS PROGRAMA 8	BANNER PROGRAMA 4			PROMO TV PROGRAMA 4	POST PROGRAMA 8	GRÁFICA PROGRAMA 4	STAND EVENTO 14
COSTOS														

Presupuesto

Item	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
Stand	\$ 500.000	\$ 100.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
Unidades	5	5	1	1	1
Total stand	\$ 2.500.000	\$ 500.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000

Impresiones	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
Unidades	2000	2000	800	800	800
Total Impresiones	\$ 400.000	\$ 400.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000

Funciones de Mimo	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000
Unidades	5	5	0	-	-
Total Funciones	\$ 375.000	\$ 375.000	\$ -	\$ -	\$ -

Antenas Analogas	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
Unidades	500	500	500	500	-
Total Antenas	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ 750.000	\$ -

Marcos de TV	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Unidades	70	-	-	-	-
Total Marcos	\$ 1.750.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Lunetas	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Unidades	40	-	-	-	-
Total Lunetas	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Gigantografias	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
Unidades	4	-	-	-	-
Total Gigantografias	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Publicidad en revistas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades	1	-	-	-	1
Total Publicidad	\$ -				

Lanzamiento de APP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades	-	-	-	-	1
Total Publicidad	\$ -				

Campaña de e-mail	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades	-	-	-	-	-
Total Videos	\$ -				

Videos Promocionales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Unidades	3	-	-	-	3
Total Videos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total	\$ 7.575.000	\$ 2.025.000	\$ 930.000	\$ 930.000	\$ 180.000

Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12
\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
1	1	1	1	1	1	1
\$ 20.000						

\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
800	800	800	800	800	800	800
\$ 160.000						

\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	40	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
-	-	-	4	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.000	\$ -	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
			1	-	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	3	-	-	-
\$ -						

\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 1.980.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000
-------------------	-------------------	-------------------	---------------------	-------------------	-------------------	-------------------

Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16	Semana 17	Semana 18	Semana 19
\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
1	1	1	1	1	1	1
\$ 20.000						

\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
800	800	800	800	800	800	800
\$ 160.000						

\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	-	40	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000.000	\$ -	\$ -

\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
-	-	-	-	4	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.000	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
1	-	-	-	1	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	-	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	3.000	-	-
\$ -						

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3	-	-	-	5	-	-
\$ -						

\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 1.980.000	\$ 180.000	\$ 180.000
-------------------	-------------------	-------------------	-------------------	---------------------	-------------------	-------------------

Semana 20	Semana 21	Semana 22	Semana 23	Semana 24
\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000
1	1	1	1	1
\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000	\$ 20.000

\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200
800	800	800	800	800
\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000	\$ 160.000

\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000	\$ 75.000
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500	\$ 1.500
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	1	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	-	-	-	-
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
-	3	-	-	-

\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000	\$ 180.000