

LLYC

PLAN DE COMUNICACIÓN

Proyecto relato y redes para la Pontificia Universidad Javeriana

Mayo de 2020

Índice

3	PROMESA DE VALOR
5	• Hallazgos generales de los estudios
9	• Visión de oportunidad
11	PROPUESTA DEL PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN
13	• Activación nivel estratégico
17	• Activación nivel operativo
20	• Activación nivel funcional
24	• Utilidad de los canales al servicio del propósito de la comunicación
25	EJECUCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO
26	• Sistema de trabajo
29	• Cronograma de ejecución

LLYC

PROMESA DE VALOR

Promesa de valor

En la fase de inmersión y diagnóstico, se identificaron las “posibles” fracturas al interior de la Comunidad Javeriana, en busca de desarrollar un acompañamiento para:

- **Contrarrestar coyunturas**
- Sentar las bases para la **correcta proyección de la Institución**

Estudio cualitativo de C&C

Para validar si el impacto de la coyuntura que atravesaba la Universidad Javeriana, tuvo efectos en la comunicación entre la Institución y sus *stakeholders*.

Estudio cualitativo de LLYC

Para comprender la operación y funcionamiento de la comunicación de la Universidad, y todos aquellos factores que tienen alguna relación con la emisión de información.

Análisis de Territorios y Comunidades

Para identificar los territorios de conversación en los que la Institución es relevante actualmente, y otros en los que podría serlo; así como las comunidades que ocupan estos territorios.

LLYC

HALLAZGOS GENERALES DE LOS ESTUDIOS

Hallazgos estudio cualitativo C&C

- La Universidad Javeriana tiene una pirámide reputacional sana frente a su comunidad educativa, sin embargo, se percibe que la Institución no proporciona información clara y suficiente sobre sus actividades.
- En general, la comunidad educativa de la Universidad Javeriana percibe al rector como una figura distante y le reclaman mayor participación, activismo y vocería frente a los asuntos críticos de la Institución.
- El silencio y la respuesta tardía de la Universidad Javeriana frente algunas situaciones excepcionales, ponen en entredicho la anticipación y preparación de la Institución para responder a riesgos no inherentes a su actividad.
- El acoso sexual, el microtráfico y el suicidio de estudiantes son identificados como temas relevantes para la comunidad educativa.
- Se percibe a los egresados de la Universidad Javeriana como una palanca de la comunicación institucional.

Hallazgos estudio cualitativo LLYC

- En general, la Universidad Javeriana emite contenidos de calidad, formativos, incluyentes, claros y relevantes, pero poco atractivos, excesivos y fuera de oportunidad.
- A pesar de que la Universidad Javeriana cuenta con múltiples canales de comunicación, estos no están segmentados por tipo de audiencia y carecen de sistemas de medición de su efectividad.
- En su mayoría, la comunicación de la Universidad Javeriana no cumple con las expectativas de sus comunidades, pues se enfoca en atender el día a día y no responde a una estrategia de comunicación alineada y coherente.
- Aunque la Universidad Javeriana cuenta con múltiples expertos, carismáticos y con capacidad de conexión, estos no están organizados y alineados con la proyección institucional.
- Existe un reclamo generalizado sobre la necesidad de contar con una narrativa institucional que represente a todas las unidades de la Universidad y facilite su posicionamiento.
- La descentralización en el manejo de la comunicación de la Universidad Javeriana, le dificulta a la Dirección de Comunicaciones el cumplimiento de su vocación de proyección institucional.

Hallazgos análisis territorios y comunidades LLYC

- La Universidad Javeriana no es relevante ni como emisor, ni como protagonista de la información, excepto cuando hay coyunturas que la Institución no controla.
- La Universidad Javeriana es vulnerable a lo que otros dicen de ella. Son terceros quienes determinan los ritmos, tono y contenido de los mensajes.
- En general, la visibilidad de la Universidad Javeriana está apalancada en las opiniones e intervenciones públicas de sus profesores y egresados.
- La falta de aterrizaje de los contenidos emitidos por la Universidad a la cotidianidad, dificulta el *engagement* y minimiza su alcance.
- La Universidad Javeriana comparte territorios de conversación con las universidades de la competencia, sin embargo, la Institución tiene oportunidad de diferenciarse a partir de la generación de conocimiento, la calidad educativa y la identidad javeriana.

LLYC

**VISIÓN DE
OPORTUNIDAD**

Visión de oportunidad

El desafío es 100% de comunicación y no de gestión, la Universidad Javeriana no tiene un norte de qué, cómo y por qué comunica:

- No existe una dificultad en términos de credibilidad
- La confianza frente a la Institución no es un tema crítico
- La gestión de la Universidad es bien valorada por sus audiencias de interés

La oportunidad está en determinar cuál va a ser el propósito de la comunicación al servicio de la Institución, a la vez que se ejecuta un plan de comunicación sostenible, evolutivo y que permita ordenar la casa y, en paralelo, proyecte de manera correcta a la Universidad.

LLYC

PROPUESTA DE PROPÓSITO DE LA COMUNICACIÓN

Visión del propósito de la comunicación

Proyectar a la Universidad Javeriana desde sus diferenciales únicos, apalancándose en lo cree, es y representa, así como en sus líderes y los territorios de conversación con potencial para su posicionamiento.

Creencias

Formación en valores, propósito de inclusión y diversidad, excelencia humana y académica, desarrollo sostenible e integral, construcción de una sociedad justa y en paz

Líderes

Rector, equipo directivo y cuerpo docente

Territorios de conversación

Generación de conocimiento, calidad educativa e identidad javeriana

A person with short, dark hair, wearing a grey and white striped sweater, is seen from behind, looking at a wall covered in various papers, diagrams, and notes. The scene is dimly lit, with a blueish tint. The text "ACTIVACIÓN NIVEL ESTRATÉGICO" is overlaid in the center in a bold, white, sans-serif font.

ACTIVACIÓN NIVEL ESTRATÉGICO

Nivel estratégico

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Modelo marco de la comunicación	Fijar una dinámica de comunicación para emitir y gestionar la información hacia las audiencias de interés, en línea con el propósito de la comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Profesores Personal administrativo 	Velar porque el propósito de la comunicación se vea reflejado en el funcionamiento del sistema	1 modelo marco	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Catalina Martínez Arritokieta Pimentel
Lineamientos de emisión de información	Establecer los criterios básicos para la producción de información por parte de las fuentes generales y afines al plan de comunicación de la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Profesores Personal administrativo 	Favorecer la priorización de la información de manera que cumpla con los criterios para la proyección institucional	1 documento de criterios para la emisión de información	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Catalina Martínez Arritokieta Pimentel

Nivel estratégico

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Lineamientos de segmentación de información	Establecer los criterios para la clasificación de la información emitida por las unidades y la Universidad por tipo de audiencia y canal	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	Asegurar que la información emitida por las unidades y la Universidad llegue a las audiencias de interés por los canales adecuados	1 documento de criterios para la clasificación de la información por tipo de audiencia y canal	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel
Narrativa institucional	Estructurar los mensajes de proyección institucional haciendo énfasis en los diferenciales y creencias de la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo Dirección de comunicaciones 	Alinear los mensajes de proyección institucional de la Universidad Javeriana	1 narrativa institucional con aplicaciones por unidades	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Arritokieta Pimentel

Nivel estratégico

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Protocolo de situaciones no previsibles	Establecer una hoja de actuación para las situaciones de riesgo mapeadas (acoso, microtráfico, suicidio de estudiantes, entre otros)	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo Estudiantes Dirección de comunicaciones 	Estar preparados para actuar cuando esos escenarios se materialicen	1 protocolo	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Catalina Martínez Arritokieta Pimentel



ACTIVACIÓN NIVEL OPERATIVO

Nivel operativo

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Sistema de adaptación de contenidos	Estructurar un equipo enfocado en la revisión y adaptación de contenidos generados por las fuentes de información	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	Asegurar que toda la información generada esté segmentada por audiencia y canal, utilizando el lineamiento de emisión de información	1 organigrama con perfiles y funciones	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel
Comité editorial con las personas encargadas de la comunicación en las unidades	Establecer un espacio para la identificación de contenidos institucionales provenientes de las unidades	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Dependencias institucionales Dirección de comunicaciones 	Capturar la información emitida por las unidades de cara a asegurar su capitalización a favor de la proyección de la Universidad	1 organigrama del Comité editorial	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel

Nivel operativo

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Plan de posicionamiento del equipo directivo	Elaborar un plan de posicionamiento para el equipo directivo de la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> Direcciones de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Comunidad educativa y opinión pública en general 	Poner a los directivos de la Universidad al servicio del propósito de la comunicación	1 plan de posicionamiento general con acciones por directivo	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Catalina Martínez Arritokieta Pimentel
Plan de <i>engagement</i> con los egresados	Elaborar un plan de <i>engagement</i> dirigido a los egresados de la Institución	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Egresados 	Reconectar a los egresados javerianos con la Universidad para impulsarlos a ser una palanca de comunicación de la Institución	1 plan de <i>engagement</i> para egresados	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes

Nivel operativo

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Red de terceros validadores	Construir una red de terceros validadores que puedan amplificar asuntos relevantes de la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones Egresados Profesores Estudiantes Autoridades Otros prescriptores 	<ul style="list-style-type: none"> Comunidad educativa y opinión pública en general 	Incrementar la favorabilidad externa de la Universidad mediante pronunciamientos de terceros	1 mapeo de terceros validadores 1 metodología de activación	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel



ACTIVACIÓN NIVEL FUNCIONAL

TOTAL RESULTS
Statistics

JOHN
SAM
LISA

ALL
DEPARTMENTS

Progress
Let's start & move



Nivel funcional

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Directorio de voceros	Desarrollar un directorio de los voceros encargados de liderar los temas de posicionamiento institucional de la Universidad	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo 	Delimitar los voceros de la Universidad y los temas de posicionamiento institucional que pueden abarcar	1 directorio de voceros	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel
Directorio de temáticas	Establecer un directorio de temáticas por territorios de conversación	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo 	Delimitar las temáticas de posicionamiento y visibilidad de la Universidad según los territorios de conversación definidos	1 directorio de temáticas	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel

Nivel funcional

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Sistema de medición de la información	Estructurar un sistema de medición que contemple la efectividad de los canales, y la receptividad de la información	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	Contar con información que permita el mejoramiento continuo del sistema de comunicación	1 metodología de medición	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel
Mapa de especiales editoriales	Consolidar un mapa de especiales editoriales afines a los territorios de comunicación priorizados para la Universidad Javeriana	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	Aprovechar la agenda editorial de los medios para ser parte de la conversación sobre temas de interés para la proyección institucional	1 mapa de especiales	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel

Nivel funcional

Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Mapa de premios y rankings independientes del sector educativo	Consolidar un mapa de premios y reconocimientos afines a la proyección institucional de la Universidad Javeriana	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo 	Asegurar la participación y visibilidad de la Universidad en espacios estratégicos para su proyección institucional	1 mapa de premios 1 mapa de rankings	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Arritokieta Pimentel
Mapa de eventos	Consolidar un mapa de eventos afines a la proyección institucional de la Universidad Javeriana	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo Profesores Personal administrativo 	Anticipar los espacios de posicionamiento para la Universidad Javeriana en sectores de interés	1 mapa de eventos	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Jairo Cifuentes Arritokieta Pimentel

Nivel funcional

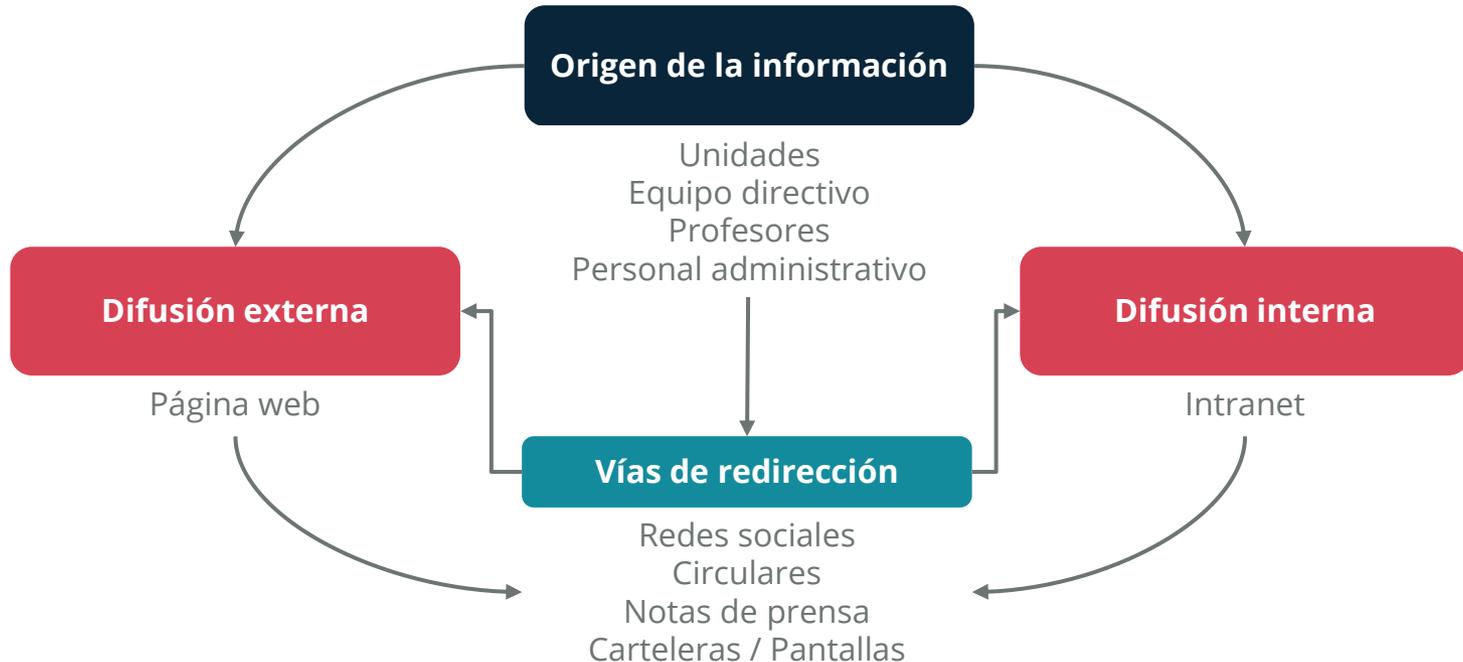
Iniciativa	Descripción	Audiencia movilizadora	Audiencia impactada	Impacto esperado	Entregable	Responsable	Facilitador sugerido PUJ
Inventario de hitos institucionales	Mapear los hitos institucionales más relevantes para el posicionamiento institucional	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de comunicaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Comunidad educativa y opinión pública en general 	Anticipar y articular la comunicación de la Universidad según el propósito institucional	1 mapa de hitos institucionales	LLYC	<ul style="list-style-type: none"> Arritokieta Pimentel Ángela Sánchez

Nota: Una vez aprobada la hoja de ruta se establecerán los KPI's correspondientes para cada iniciativa.

LLYC

**UTILIDAD DE LOS CANALES AL
SERVICIO DEL PROPÓSITO DE
LA COMUNICACIÓN**

Utilidad de los canales al servicio del propósito de la comunicación



LLYC

EJECUCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

LLYC

SISTEMA DE TRABAJO

Sistema de trabajo

Reunión semanal de
seguimiento dirección
de comunicaciones

Reunión quincenal de
avance del proyecto
Comité Primario

Reunión mensual
Comité de Rectoría

Informe mensual de
gestión y resultado

LLYC

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

Cronograma de ejecución

■ Estratégico
 ■ Operativo
 ■ Funcional
 ■ Gestión

Mayo				Junio					Julio				
S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S5	S1	S2	S3	S4	S5
TBC 08 de mayo Presentación Comité de rectoría	14 de mayo: Reunión semanal de seguimiento	21 de mayo: Reunión semanal de seguimiento	28 de mayo: Reunión semanal de seguimiento	04 de junio: Reunión semanal de seguimiento	11 de junio: Reunión semanal de seguimiento	18 de junio: Reunión semanal de seguimiento	25 de junio: Reunión semanal de seguimiento	- Reunión semanal de seguimiento	02 de julio: Reunión semanal de seguimiento	09 de julio: Reunión semanal de seguimiento	16 de julio: Reunión semanal de seguimiento	23 de julio: Reunión semanal de seguimiento	30 de julio: Reunión semanal de seguimiento
	11 - 29 de mayo: Modelo marco de la comunicación			01 - 12 de junio: Lineamientos de emisión de información Lineamientos de segmentación de información		15 - 19 de junio: Narrativa institucional	22 - 26 de junio: Protocolo de situaciones no previsibles						
						15 - 26 de junio: Sistema de adaptación de contenidos Establecimiento Comité Editorial con las unidades		29 de junio - 10 de julio Plan de posicionamiento del equipo directivo			13 - 24 de julio Plan de <i>engagement</i> egresados		27 - 31 de julio: Mapa de terceros validadores
	11 - 15 de mayo: Mapa especiales editoriales	18 - 22 de mayo: Mapa premios y <i>rankings</i>	25 - 29 de mayo: Mapa de eventos	01 - 05 de junio: Mapa de hitos institucionales		08 - 11 de junio: Sistema de medición de información	15 - 25 de junio: Construcción directorio de voceros Construcción directorio de temáticas						

LLYC

PLAN DE COMUNICACIÓN

Proyecto relato y redes para la Pontificia Universidad Javeriana

Mayo de 2020