TERMINALES DE TRANSPORTE DE MEDELLIN S.A
PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES
2024

Objetivo del plan:	Posicionar y proyectar la imagen de la entidad frente a sus diferentes públicos de interés, por medio de la estructuración e implementación de diversas acciones comunicativas que agreguen valor al desempeño de la organización y apoyo en el desarrollo del plan estratégico.
Línea Estratégica	Tranversal a las cuatro líneas estratégicas
Política MIPG	Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción
Dimensión MIPG	Información y comunicación.
Fecha aprobación	30/01/2024 por Comité Institucional de Gestión y Desempeño

Línea estratégica	Objetivos específicos	Estrategia	Acciones tácticas	Productos	Canales de difusión	Publico		Recursos			Fecha de Ejecución 2024											Responsable
											E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	
						Interno	Externo	$	Técnico	Humano	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Línea estratégica 1: **Servicios modernos, seguros e incluyentes.**	Posicionar a Terminales de Transporte de Medellín S.A como una entidad líder en el ámbito nacional en la prestación del servicio de transporte terrestre de pasajeros.	Articular a otras entidades del sector para implementar campañas en pro del fortalecimiento de la calidad Operativa de la Entidad	Campaña **Así de Fácil:** articular a otras entidades del sector transporte y turismo para socializar en otros espacios la campaña y motivar el viaje legal y seguro	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	x	x	x			20			30			20			30	Comunicaciones
			Participar en ferias, convenciones y actividades que permitán visibilizar la Entidad como actor estratégico en materia de movilidad	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	x	x	x						50						50	Comunicaciones
			Crear bases de datos de las empresas transportadoras y del sector para implementar campaña de marketing (Brevo)	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	x		x			20		20		20		20		20		Comunicaciones
			Socializar la política de Accesilidad para población incluyente y las acciones que se generen en torno a ello	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			x	x			30			20				30		20	comunicaciones y Operativa
			Paticipar en las Mesas de Transportadores con activaciones de marca de campañas que ayuden a fortalecer el viaje legal y seguro	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	x	x	x						50						50	comunicaciones y Operativa
			Generar contenido para las pantalles de las salas de espera y de Master Video acerca de los servicios que ofrece Terminales Medellín	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x		x	x			20			30			30			20	Comunicaciones
			Socializar las políticas en relación a la infraestructura tecnologica PETIRS	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			x	x			20			30			30			20	Comunicaciones y Profesional en TI
			Socializar las adecuaciones, obras y/o acciones de la Entidad en pro de la accesibilidad e infraestructura de las Terminales	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		x	x			20		20		20		20		20		Comunicaciones y profesional en infraestructura
			Realizar campaña para socializar el programa de sostenibilidad energética	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		x	x						50						50	Comunicaciones y profesional de medio ambiente
Línea estratégica 2: **Eco Terminales**	Visibilizar las acciones de la entidad que contribuyen con la sostenibilidad.	Desarrollar campañas que ayuden a fortalecer los procesos de educación ambiental	Acompañar y divulgar las acciones realizadas por Terminales Medellín y que apuntan en la disminución de la huella de carbono.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		x	x						50						50	Comunicaciones y profesional en medio ambiente
			Crear campañas para socializar el Plan de Sustancias amigables con el medio ambiente	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		x	x						40			40			20	Comunicaciones y profesional en medio ambiente
			Implementar campañas pedagógicas que impulsen las buenas prácticas para el medio ambiente.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	x	x	x			20		20		20		20		20		Comunicaciones y profesional en medio ambiente
			Socializar las políticas: sistemas integrados de gestión	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	x	x	x			20			30			30			20	Comunicaciones, Profesional en SSTT, Profesional de Planeación
			Generar estrategias de sensibilización con la copropiedad (zonas de alimentación y comercial) para la disminución de residuos no amigables con el medio ambiente. (Bolsa plástica, pitillos, icopor, entrega de publicidad impresa).	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	x	x	x						40			40			20	Comunicaciones
			Generar campañas para promover el correcto uso del agua y energía	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		X	X						50						50	Comunicaciones y profesional en medio ambiente

			Crear campañas para socializar las acciones del PGIRS	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			x	x						40			40			20	Comunicaciones y profesional en medio ambiente
			Creación y difusión de campañas en pro de la protección de la fauna silvestre en las vías y tráfico ilegal.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y profesional en medio ambiente
Línea estratégica 3: **Actor estratégico regional**	Generar y participar en espacios que permitan el reconocimiento de Terminales Medellín como un actor estratégico.	Visibilizar a las Terminales como centralidades urbanas	Difundir el contenido de las nuevas centralidades urbanas que impactan el transporte de la ciudad.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		X	X						40			40			20	Comunicaciones y Secretaria General
			Articular y divulgar las alianzas con entes gubernamentales y sector transporte, para la difusión de comunicación digital.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	X	X	X			20			30			30			20	Comunicaciones
			Difusión y publicación de los resultados generados en la encuesta de percepción.	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	X	X	X						40			40			20	comunicaciones
			Generar campañas para promover el turismo, la prevención vehicular, el transporte formal y seguro, en alianza con otras Entidades	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital		x	X	X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y profesional en medio ambiente
			Visibilizar los convenios operados por Terminales Medellín para potencializar el mensaje de actor estratégico en la solución de necesidades en movilidad	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	X	X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y Convenios
Línea estratégica 4: Cultura post-COVID 19 TTM 2030	Promover acciones institucionales que permitan generar una cultura del cuidado		Generar campañas para socilizar los programas y políticas de SSTT	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			X	X			20			30			30			20	Comunicaciones
			Socializar el Plan Estratégico de Seguridad Vial de TTM	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		X	X		20		10		10		20		20		20	Comunicaciones
			Apoyar y difundir las brigadas de emergencia	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		X	X						40			40			20	Comunicaciones
			Promover campañas de salud mental en artículación con otras entidades	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x		x	x			20			30			30			20	Comunicaciones
			Difundir la composición, funciones y acciones del comité de convivencia	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			x	x			20			30			30			20	Comunicaciones y Gestión Humana
			Difundir la composición, funciones y acciones del COPPASS	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y Gestión Humana
			Divulgar y promocionar el plan de capacitaciones	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y Gestión Humana
			Socializar las acciones del Plan de Ayuda Mutua	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y Gestión Humana
			Apoyar, promocionar y divulgar las acciones en torno al plan de capacitaciones institucional	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x			X	X			20			30			30			20	Comunicaciones y Gestión Humana
Ítems transversales a la Entidad	Desarrollar estrategicas que permitan la transmedialidad de los conenidos para llegar a más publicos	Implementar un canal de difusión interno que permita difundir y promocionar la información de interes de los funcionarios	Actualizar la Intranet por un sitio moderno que permita la interacción entre los usuarios	micrositio en la página web	Página web	x		x	x	x						40			40			20	Comunicaciones
			Implementar unas estrategias para el plan de pauta digital que englobe todos los canales: Facebook, Instagram, TikTok, Twitter, página web y YouTube	Piezas gráficas, videos, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas	RRSS		x	x	x	x			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	Comunicaciones
			Implementar estrategias para el plan de medios	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletines de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	medios de comunicación tradicionales y digitales		x	x	x	x													
			Crear una base de datos de medios de comunicación para la difusión de contenidos a través de correo electrónico y listas de WhatsApp	Boletines de prensa, articulos, crónicas, publirreportajes	medios de comunicación tradicionales y digitales		x		x	x			10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	Comunicaciones

			Medir el impacto de la información compartida a través del informe free press	cronica, publireportajes	y digitales																			
	Contarle a la ciudadanía los avances y logros de la Entidad durante la vigencia	Crear una campaña que permita socializar los logros institucionales, además promover la participación de la	Crear una campaña de Rendición de Cuentas que finalice con un evento de audiencia publica donde la ciudadaía conozca los avances de la Entidad durante la vigencia	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletínes de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x	x	x	x	x											**100**	Comunicaciones
	Fortalecer los valores institucionales	Crear actividades mensuales que permitan fortalecer los valores institucionales en marco al Codigo de Integridad	**Marzo:** presenación equipos de trabajo; **Abril:** charla con enfoque de trabajo en equipo; **Mayo:** Día de la Madre; **Junio:** Día del Padre; **Julio:** feria de emprendimientos; **Agosto:** Feria de las Flores en TTM; **Septiembre:** Amor y Amistad; **Octubre:** encuentro de Halloween; **Noviembre:** Charla finanzas personales; **Diciembre:** Bienvenida la Navidad	Piezas gráficas, videos, cuñas, publicidad, boletínes de prensa, artículos, crónicas, eventos y activaciones de marca	RRSS, pantallas, wallpaper, correo electrónico, página web, grupos de WhatsApp, medios de comunicación tradición y digital	x		x	x	x			**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	**10**	Comunicaciones
Número de actividades por mes											0	1	21	4	6	32	6	4	28	5	6	33	146		
Número de actividades por cuatrimestre											26				48				72				146		