

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Configuración de Proyectos**

**Gustavo Cusot  
Gabriela Falconí**

**Campaña de Comunicación Global NIDUS  
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas  
(COCOA)**



**Estefanía Murgueytio**

**18 de mayo del 2012**

## **Campaña de Comunicación Global**

### **Objetivos de la investigación:**

Comprender qué es NIDUS, los públicos a los que debe llegar, su esencia para poder así trasmitirla en nuestra campaña de comunicación global.

### **a) Tácticas**

- 1) Se llevaron acabo tres entrevistas con nuestros clientes. En la primera entrevista con Cristina Castrillón, encargada del equipo NIDUS, conocimos qué es NIDUS y definimos los cinco públicos con los que se espera trabajar: empresas, gobierno, medios de comunicación, comunidad y estudiantes de colegio.
- 2) Se llevó acabo una segunda entrevista con Cristina donde le mostramos avances de nuestra campaña, se corriegieron ciertos errores y se modificó uno de los públicos a los cuales la campaña se iba a dirigir: se sustituyó a los estudiantes de colegio por el público interno.
- 3) Se mantuvo una reunión con Hugo Burgos, decano del COCOA, para presentarle ideas generales de nuestra campaña y recibir su feedback para tomarlo en cuenta.

## Mapa de Públicos de NIDUS:

<b>Público</b>	<b>Sub-Público</b>	<b>Modo de Relación</b>
<b>Empresas</b>	Empresas del sector privado de distintas industrias.	NIDUS espera ofrecer sus servicios de creatividad e investigación a estas empresas.
<b>Gobierno</b>	Ministerios, Secretarías, Ministerios Coordinadores.	Se espera tener a las distintas instancias públicas como clientes de NIDUS.
<b>Interno del COCOA</b>	Estudiantes de 8 carreras, 3 minors y tecnologías.	Aquellos estudiantes talentosos, que cumplan determinados requisitos formarán parte de NIDUS y se les pagará por sus servicios.
	Profesores a tiempo parcial (29) y a tiempo completo (79) del COCOA	Según el tipo de proyecto, se podrá requerir el trabajo de distintos profesores.
<b>Comunidad</b>	Comunidades aledañas a la universidad, Cumbayá, Tumbaco y sociedad en general.	NIDUS debe vincularse positivamente con la comunidad que le rodea y deberá emprender un programa de RSE.

Público	Sub-Público	Modo de Relación
<b>Medios de Comunicación</b>	Medios de televisión, radios, revistas, prensa escrita.	Se espera que estos distintos medios publiquen notas relacionadas con NIDUS y que éstas tengan un enfoque profesional y no simplemente estudiantil.
<b>Competencia</b>	Agencias de Publicidad , Comunicación, centros de investigación de mercados	NIDUS deberá diferenciarse de éstas a través de sus ventajas competitivas: ser el insight y su equipo dinámico con ideas frescas.
<b>Colegios</b>	Alumnos de quinto y sexto curso que están decidiendo en qué universidad estudiarán.	Mostrarles que el COCOA , mediante su nuevo centro de creatividad e investigación es la mejor opción para estudiar carreras relacionadas con la comunicación y las artes.
<b>Otras Universidades</b>	UDLA, Católica, Universidad de los Hemisferios, Universidad Sek, Universidad Central, Politécnica, Universidad Internacional, ESPE.	NIDUS realizará investigaciones en las que jóvenes de estas universidades podrán ser su muestra.

## **Campaña: NIDUS, evolucionando ideas**

### **Objetivo general:**

Comunicar a los distintos públicos objetivos, estudiantes del COCOA, empresas, entidades públicas, comunidad y medios de comunicación la apertura de Nidus, el primer centro de investigación y creatividad del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la USFQ. Adicionalmente, se espera posicionar a NIDUS como un centro de creatividad e investigación capaz de competir con empresas de investigación y agencias de comunicación del mercado.

**Concepto de la campaña:** La evolución de ideas.

### **Justificación del concepto elegido:**

NIDUS es un Centro de Creatividad e Investigación que evolucionará ideas porque está compuesto de jóvenes innovadores, sangre nueva, que sabrán aportar con soluciones comunicacionales innovadoras para sus clientes, la comunidad, el público interno, el gobierno y captará así la atención de los medios de comunicación.

**Nombre la campaña:** Evolucionando ideas

## **Campaña 1: Caza NIDUS**

### **Objetivo específico:**

Posicionar a NIDUS dentro del COCOA, como un centro que ofrece a los alumnos más talentosos la oportunidad de acercarse a la vida profesional, trabajar con clientes reales, enriquecer su currículum, logrando así motivar a los estudiantes mediante el concurso "Caza Nidus", para ser un potencial miembro del equipo.

### **Fase de Expectativa**

#### **Estrategia:**

Dar un indicio que los estudiantes creativos y apasionados de cuarto año pronto podrán acercarse a la realidad laboral y obtener beneficios.

#### **Táctica:**

Se colocarán estos tickets en lugares estratégicos del COCOA como en los pasamanos de las gradas del Edificio Miguel de Santiago y en el mailing Enchúfate anunciando que una propuesta interesante está por venir al COCOA, donde los estudiantes podrán trabajar, ganar dinero por sus ideas e investigaciones.



## Fase Informativa

### Estrategia:

Promocionar a NIDUS como el Centro de Creatividad e Investigación del COCOA y comunicar que cada semestre un alumno creativo, apasionado, responsable y, que cumpla con determinados requisitos, podrá formar parte de este equipo. El concurso consistirá en subir un video donde el estudiante plantee una solución creativa a un problema empresarial o de investigación desde su área de interés.

### Bases del Concurso Caza NIDUS:

#### ¿Por qué participar?

- Subir el video es sumamente fácil, ¡te toma 5 minutos!
- **El premio vale la pena, podrás formar parte del equipo NIDUS y así trabajar con clientes reales que son parte de tus áreas de interés**

#### El trabajo:

Nosotros valoramos tu trabajo. Todo miembro de NIDUS podrá tener una experiencia pre-profesional trabajando con clientes que se interés por nuestro trabajo creativo y apasionado, Si eres parte de nuestro equipo, ¡podrás recibir remuneraciones por tu trabajo!

### ¿Para quién? Requisitos de participación

- Para participar en el concurso CAZA NIDUS, necesitas:
- Ser estudiante de 3er y 4to año de la Universidad
- Estudiar una carrera o un minor que pertenezca al COCOA
- Tener un promedio mínimo de 3.5/4
- Haber aprobado la clase de taller de Investigación

### ¿Qué debes hacer para subir tu video?

- Coge tu cámara o tu celular y graba un vídeo de 1 minuto. Debe contener tu estrategia para el proyecto en el cual quisieras involucrarte.
- Se creativo, osado, y dinos lo que tú piensas. Da riendo suelta a tu imaginación
- No aceptamos videos groseros o que puedan herir los sentimientos de algunas personas. Por eso, sólo publicaremos los videos que cumplan con estos requisitos.

### ¿Qué formato debe tener el video?

- El vídeo deberá durar como **máximo un minuto**.
- Se admiten **todo tipo de formatos**, siempre y cuando se entienda la calidad de audio y video sea entendible. .

### ¿Cómo se envía el video?

- Tienes que enviar un formulario con algunos datos y mandarlo a la siguiente dirección [niduscocoa@usfq.edu.ec](mailto:niduscocoa@usfq.edu.ec) hasta el 28 de septiembre del 2012.
- Sube tu video a Youtube y envíanos el enlace a: \_\_\_\_\_. Así, nosotros lo subiremos a nuestra cuenta

### ¿Cómo se decide quién ha ganado?

- Al momento de enviar tu video, lo revisaremos y así te enviaremos un correo confirmando tu participación. En ese correo, te enviaremos un enlace que tendrás que promocionar para que la gente vote por tu video.
- Cada video, desde el día que se lo sube, tendrá 30 días para ser votado.
- Justo después de la publicación, te enviaremos un email comunicándote el enlace que **debes promocionar para que la gente te vote**, al igual que el periodo de votación para tu video.
- Nosotros vamos a elegir los ganadores, que se publicarán en nuestra página de Facebook hasta el \_\_\_\_\_

## Táctica:

Se colocará un flyer en forma de maletín en el Edificio Miguel de Santiago anunciando los beneficios que el ser parte de NIDUS ofrece a sus miembros. Y se les indicará que para ser parte de este grupo deberán entrar a la página Facebook de NIDUS. En esta página estarán expuestos los lineamientos del concurso y allí se subirán los videos de los estudiantes.





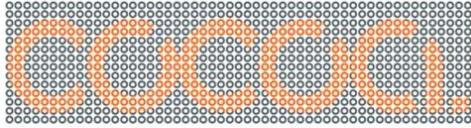
## Fas de Recordación

### Estrategia:

Los jueces elegirán al miembro NIDUS de ese semestre, se hará público quien es y se motivará al resto de estudiantes a destacarse en sus respectivas áreas académicas para que sean elegidos el próximo semestre dentro del equipo.

### Táctica:

Se comunicará mediante Facebook y Enchúfate quien fue elegido como el miembro NIDUS, y se enviará una frase que haga conocer que el siguiente semestre ellos pueden ser el siguiente miembro NIDUS.



COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORANEAS **USFQ**

■ boletín electrónico



**El equipo NIDUS ya se encuentra listo para evolucionar ideas.**  
 Recuerda que cada semestre los miembros de este equipo rotarán. ¡Tú tienes la oportunidad de ser el próximo integrante!



**Cineasta COCOA gana 240mil dólares para proyecto**  
 Karina Vivanco (graduada Cine) se adjudicó uno de los premios económicos más grandes del país para una producción. Ella producirá para TV una mini-serie sobre Eloy Alfaro. En el camino superó a cineastas de reconocida trayectoria. <http://www.ppelverdadero.com.ec/index.php/component/zoo/item/joven-cineast>



**Primer Premio Gran Cóndor de Oro en la Publicidad**  
 Un equipo COCOA se adjudicó el Primer Premio Gran Cóndor de Oro de la Publicidad otorgado por la Asoc. Ecuatoriana de Agencias de Publicidad. La final se realizó en Guayaquil y fue muy dura, razón por la cual el jurado dictaminó un empate entre USFQ y la Univ. Casa Grande. Esta participación es un gran esfuerzo de los estudiantes de publicidad, otras áreas del COCOA y de su coordinadora Ximena Ferro.



**COCOA Tv**  
 Los links donde encontrarán las grabaciones de las conferencias de astrobiología transmitidas por COCOA Tv.  
<http://www.justin.tv/cocoatv/b/300157644>  
<http://www.justin.tv/cocoatv/b/300158044>  
<http://www.justin.tv/cocoatv/b/300172083>

## Presupuesto

Fases	Táctica	Cantidad	Valor
Expectativa	Boletos	1500	15
Informativa	Flyer NIDUS CAZA TALENTOS	2000	40
	Afiche Gigante Nidus	2	30
	Creación de cuenta en Facebook y Youtube	1	40
Recordación	Mailing vía Enchúfate y Facebook	1	15
		<b>TOTAL</b>	<b>140</b>

## **Cronograma:**

<b>Fases</b>	<b>Táctica</b>	<b>Fecha</b>
Expectativa	Cubrir gradas/Entregar boletos	2012. Septiembre 10- Septiembre 14
Informativa	Planeación del concurso "CAZA NIDUS" (diseño del afiche de promoción/Diseño de la página de Facebook, divulgación de las bases del concursos)	2012. Septiembre 17-Octubre 1
	Subir los videos concursantes a la red/Selección de los mejores trabajos	2012. Octubre 1- Octubre 16
	Divulgación del ganador del concurso	2012. Octubre 22
Recordación	Aviso vía Enchúfate	2012. Octubre 24

## **Campaña 2: Somos sangre nueva + Somos el Insight**

### **Objetivo específico:**

Convertir a NIDUS en una love mark para sus clientes, al posicionarlo como un centro de creatividad e investigación capaz de generar soluciones vanguardistas para sus empresas por estar compuesto de gente innovadora que proporcionará la clave para entender a su público objetivo, al estar rodeado del mismo.

### **Fase de expectativa:**

#### **Estrategia:**

Resaltar la ventaja competitiva que NIDUS ofrece frente a otros centros de investigación o agencias de comunicación: el equipo de gente joven que propondrá ideas revolucionarias y la facilidad que NIDUS tiene para comprender insights, por estar dentro de uno de los públicos más codiciados de las empresas, los jóvenes de la USFQ . Esto se realizará a través de la analogía del compuesto químico Nidus.

#### **Táctica:**

Envío de una probeta de plástico a las principales empresas con las que NIDUS esperará contar como clientes y la frase "Aquí se está formando un nuevo compuesto: Somos Sangre nueva +Somos el insight.



## Fase Informativa

### Estrategia 1:

Enviar material informativo sobre qué es NIDUS, su ventaja competitiva, información de contacto con el fin de darse a conocer entre sus potenciales clientes.

### Táctica:

Envío de una cubo con la imagen de NIDUS, que al abrirse deja ver un libro con la información sobre el centro de creatividad e investigación.



Brochure



## Estrategia 2:

Enviar publicidad gráfica electrónicamente a las empresas que se espera tener como clientes, que sea impactante visualmente y que transmita la idea de que NIDUS es sangre nueva, trae nuevas ideas para sus clientes.

## Táctica:

Gráfico donde sobre una funda de donante de sangre se especifique que NIDUS es sangre nueva para las empresas y además se describan los servicios que se ofrecen y la información de contacto.



### **Estrategia 3:**

Enviar un arte gráfico electrónicamente a las empresas que NIDUS espera tener como clientes donde se destaque la otra ventaja competitiva de NIDUS, la habilidad de lograr comprender a su público objetivo ya que está rodeado del mismo.

### **Táctica:**

Publicidad gráfica con la frase "No es lo mismo entender a tu target desde afuera que desde adentro. NIDUS, nosotros somos el insight".

### **Estrategia 4:**

Lanzar una cuña radial con diálogos donde se destaque la ventaja de que una empresa trabaje con NIDUS vs una agencia de comunicación o publicidad común. Está se lanzará únicamente en radios relacionadas con el target.

### **Táctica:**

Cuña radial que se lanzará en Fmm Mundo, Radio Visión, Radio Quito.

Pablo: Cómo vas Diego con los estudios de mercado para lanzar la nueva tarjeta de crédito dirigida a estudiantes universitarios.

Diego: Te cuento Pablo que estoy fregado, he hecho bastantes investigaciones, gastando miles de dólares y aún no logro entender a mi target.

Pablo: Chuta hermano nos pasa a todos.

Diego: Además, todos los comunicadores y publicistas con los que he contactado me dan ideas viejas y aburridas. Necesito gente más despierta, nueva sangre y nuevas ideas.

Narrador: ¿Te suena familiar esta historia?

NIDUS, el primer centro Creatividad e Investigación del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la USFQ tiene clave para comprender a tu público objetivo. Somos un equipo de estudiantes y profesores creativos y apasionados.

Narrador:

Ofrecemos los siguientes servicios

- Verificación o creación de insights
- Estudios de tendencias, modas,
- Asesoría para el manejo de redes sociales
- Testeo de productos
- Creatividad y verificación de campañas

Narrador: NIDUS, evolucionando ideas.

### **Fase de recordación:**

#### **Estrategia:**

Fidelizar a los clientes con NIDUS mediante el envío de un regalo corporativo que tendrá la información de contacto.

#### **Táctica**

Entrega de un porta tarjetero sobrio, con la tarjeta de presentación de NIDUS.



## Cronograma

Fase	Táctica	Fecha
Expectativa	Entrega de probetas	2012. Junio 4, 5 y 6
Informativa	Material Informativa	2012. Junio 11, 12 y 13
	Envío de Mailing	2012. Junio 14 a Junio 19
	Cuña de radio	2012. Junio 25 a Julio 3
Recordación	Entrega de tarjetero	2012. Julio 4 a Julio 6

## Presupuesto

Fase	Táctica	Cantidad	Valor
Expectativa	Probeta con stickers	20	46
	Sobre para probeta	20	13,45
Informativa	Material informativo NIDUS	20	46
	Mailing de piezas publicitarias	20	0.00
	Cuña de radio NIDUS	3	500
Recordación	Tarjetero	20	35
		TOTAL	660,45

## Campaña 3: Juntos nos hacemos más grandes

### Objetivo específico:

Desarrollar un programa de responsabilidad social donde NIDUS cada semestre asesore comunicacional y estratégicamente a un proyecto de emprendimiento o microempresa de la comunidad de Cumbayá y Tumbaco.

### Expectativa

**Estrategia:** Generar expectativa entre la gente de Cumbayá y Tumbaco mediante la colocación de un BTL llamativo en puntos estratégicos y de gran afluencia de esta comunidad dando un indicio de que NIDUS ayudará a encaminar su proyectos.

### Táctica:

Colocar un arte de cartón a tamaño real de una escalera y un hombre NIDUS en parques, paradas de buses de las comunidades con el mensaje "NIDUS ayudará a que los proyectos y sueños de esta comunidad crezcan. Espéranos pronto".





### **Fase Informativa:**

#### **Estrategia:**

NIDUS establecerá contacto con dirigentes barriales en donde se les inducirá al proyecto "Juntos nos hacemos más grandes". Un mecanismo mediante el cual ellos presentarán sus proyectos de emprendimiento y micro-empresas para los cuales desean obtener la asesoría estratégica de NIDUS. Los dos proyectos más creativos y bien fundamentados serán los que reciban la asesoría.

#### Indicaciones sobre el proyecto Juntos nos hacemos más grandes

Primero serán los párrocos, y dirigentes barriales de esta comunidad los que, después de haberse reunido con el equipo NIDUS, empiecen a informar a las personas de la comunidad sobre este proyecto para generar credibilidad del proyecto.

Posteriormente, se establecerán reuniones en las comunidades o en la Universidad San Francisco donde se informará a las personas los lineamientos para participar en este proyecto, como que NIDUS trabajará sólo las propuestas que estén relacionadas con una de las 11 áreas académicas que maneja el COCOA. En estas reuniones estarán presente los miembros del equipo, el representante y los dirigentes barriales.

A partir de la reunión las personas interesadas tendrán una semana para entregar su propuesta empresarial a los dirigentes barriales, quienes la entregarán a los miembros NIDUS para que éstos posteriormente elijan la más creativa, viable.

## Táctica:

Se repartirá material informativo y colocará en las paradas de buses Cumbayá y Tumbaco acerca del Proyecto "Juntos nos hacemos más grandes" para que los interesados asistan a las reuniones informativas.



Pieza gráfica Paradas de Bus



## Fase de recordación

**Estrategia:**

Organizar el evento "Juntos nos hacemos más grandes" donde al final de cada semestre se presenten a los proyectos ganadores de la comunidad y el trabajo que se está realizando.

**Estrategia 2:**

NIDUS trabajará con los estudiantes de prácticas pre-profesionales de cada carrera para que se organicen semestralmente talleres gratuitos de capacitación para la comunidad.

Explicación de los talleres:

El equipo NIDUS organizará junto con los coordinadores de cada carrera una actividad en la que un grupo de alumnos designados de cada carrera del COCOA dé talleres a la comunidad sobre las diferentes áreas del COCOA y que pueden servir en la vida diaria de estas personas.

Algunos de los talleres que se dictará son:

- Taller de comercio justo
- Taller de cine y video: organizado por estudiantes de Cine.
- Talleres de creatividad: organizado por estudiantes de publicidad
- Taller de diseño: organizado por estudiantes de Diseño Comunicacional
- Taller de escritura y reportaje: organizado por estudiantes de Periodismo Multimedios.
- Taller de Artes digitales: organizador por estudiantes de Animación en interactividad.
- Taller de asesoramiento de imagen empresarial: organizado por estudiantes de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

**Táctica:**

Realización del evento "Juntos nos hacemos más grandes" en un lugar céntrico de la comunidad y la repartición de flyers informativos para asistir a los talleres que se realizarán dentro de la universidad.



## Táctica 2:

Repartición de flyers en las comunidades de Cumbayá y Tumbaco para participar gratuitamente en los diferentes talleres.

Invitación para Taller



## Cronograma

<b>Fase</b>	<b>Táctica</b>	<b>Fecha</b>
Expectativa	BTL de hombre en escaleras	2012. Octubre 26, 27 y 28
Informativa	Entrega de material informativo	2012. Octubre 29 a Noviembre 2
	Taller de explicación	2012. Noviembre 7
	Aplicación interesados	2012. Noviembre 12 a Noviembre 16
	Trabajo equipo NIDUS	2012. Noviembre 19 a Diciembre 3
Recordación	Stand NIDUS en la comunidad	2013. Enero 12
	Talleres	2013. Semestre Enero-Mayo

### **Presupuesto**

<b>Fases</b>	<b>Táctica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
Expectativa	BTL de hombre en escaleras	10	23
Informativa	Material Informativo "Juntos nos hacemos más grandes"	25	36
	Taller de explicación (Sonido, luces, bebidas)	1	67
Recordación	Stand NIDUS en la comunidad	1	50
	Material Informativo Nidus	600	90
	Flyers para Talleres	1000	150
	Talleres Informativos	6	40
		TOTAL	456

### **Campaña 5: Juntos evolucionamos ideas**

**Objetivo específico:** Lograr que el gobierno, especialmente los ministerios, contraten los servicios de investigación y creatividad de NIDUS para la realización de distintas campañas e investigaciones impulsadas en el sector público.

### **Expectativa**

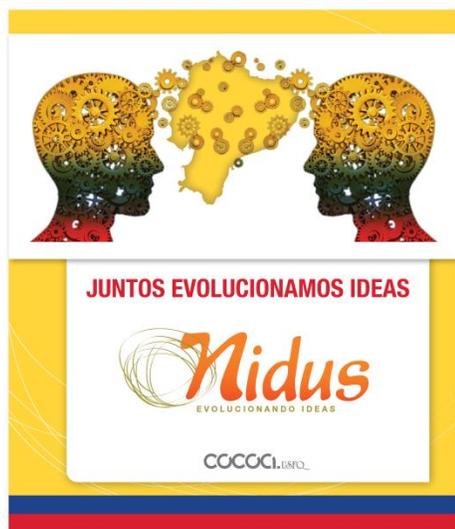
#### **Estrategia:**

Comunicar la idea que el trabajo conjunto entre NIDUS y el gobierno genera avance, ideas nuevas para el desarrollo del país.

#### **Táctica:**

Envío de mailing que contendrá un arte relacionada con la evolución de ideas, los colores representativos del Ecuador y la frase Juntos evolucionamos ideas.

Mailing Expectativa



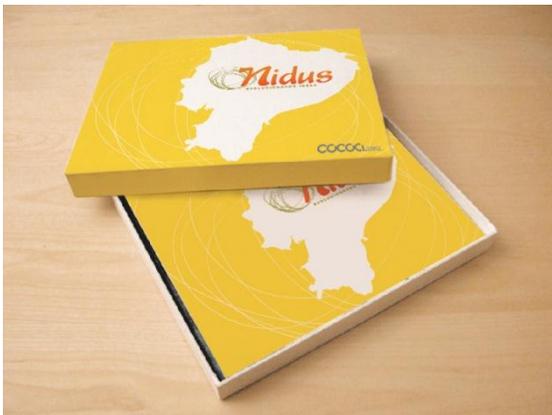
## Fase Informativa

### Estrategia:

Se enviará material informativo sobre lo que NIDUS es y cómo este centro de creatividad e investigación puede impulsar creativamente y mediante la investigación en los proyectos que en ese momento se estén realizando en las distintas instancias del gobierno.

### Táctica:

Envío del material informativo físico que contendrá la información básica de NIDUS, su ventaja competitiva y adicionalmente se enviará mailing indicando que NIDUS es un equipo que puede potencializar estos proyectos.





**¿QUÉ ES NIDUS?**

Es el Centro de Creatividad e Investigación del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito (COCCA). NIDUS ofrece a sus clientes ideas frescas para el asesoramiento estratégico y ejecución de nuevos proyectos e investigaciones.

**¿QUIÉNES CONFORMAN EL EQUIPO NIDUS?**

Estudiantes de último año de las áreas de Comunicación y Artes Contemporáneas, que por su creatividad, habilidades de liderazgo y responsabilidad han sido designados para ser miembros de este equipo de trabajo vanguardista. Adicionalmente, el Equipo NIDUS está conformado por profesores de las distintas áreas académicas del COCCA, que con su experiencia laboral contribuyen a generar soluciones innovadoras para los clientes.



**¿CÓMO SON LAS ÁREAS EN LAS QUE NIDUS OFRECE SUS SERVICIOS DE PROYECTOS E INVESTIGACIÓN?**

NIDUS trabaja en proyectos que están relacionados a las siguientes áreas:

- Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas
- Publicidad
- Diseño Comunicacional
- Cine y Video
- Animación Digital
- Interactividad y Multimedia
- Artes Contemporáneas
- Ilustración
- Fotografía
- Artes Escénicas
- Medios Masivos De Comunicación
- Diseño de Modas

**EJEMPLOS DE PROYECTOS QUE NIDUS REALIZA**

Algunos de los proyectos que NIDUS realiza son:

- Verificación o creación de insights
- Estudios de tendencias, modas,
- Asesoría para el manejo de redes sociales
- Testeo de productos
- Creatividad y verificación de campañas

**VENTAJA COMPETITIVA**

No es lo mismo entender a tu target desde afuera que desde adentro. Nosotros somos el insight. Los miembros del equipo NIDUS son jóvenes, mantienen la última tecnología y sus ideas siempre son innovadoras y alineadas con las últimas tendencias del mercado. Adicionalmente, la rotación constante de sus integrantes garantiza que existen siempre ideas nuevas, creativas y que anticipen las necesidades de sus clientes. Es importante mencionar que NIDUS pertenece a la Universidad San Francisco de Quito, una universidad categoría A y con 23 años de reconocimiento académico.

**INFORMACIÓN DE CONTACTO:**

niduscocoa@usfq.edu.ec  
 www.niduscocoa.usfq.edu.ec  
 PBX: (593)-2-297-1700  
 Fax: (593)-2-289-0070

Mailing Informativa



**SABEMOS QUE EL GOBIERNO TRABAJA CONSTANTEMENTE EN PROYECTOS PARA EL DESARROLLO DE NUESTRO PAÍS.**

El Centro de ideas e investigación de Nidus, tiene la creatividad y el conocimiento para ser una pieza clave en el desarrollo exitoso de estos proyectos.

**Ofrecemos:**

- Verificación o creación de insights
- Estudios de tendencias, modas,
- Asesoría para el manejo de redes sociales
- Testeo de productos
- Creatividad y verificación de campañas

niduscocoa@usfq.edu.ec  
 www.niduscocoa.usfq.edu.ec  
 PBX: (593)-2-297-1700 / Fax: (593)-2-289-0070



## Fase de recordación

### Estrategia:

Envío de un regalo corporativo a los distintos ministerios y entidades del gobierno con los que NIDUS esperará tener como clientes, demostrando interés hacia éstos.

### Táctica:

Entrega de post-its con forma del mapa del Ecuador, el logo de NIDUS y la frase juntos hacemos nuevas ideas.



### Cronograma:

Fase	Táctica	Fecha
Expectativa	Mailing	2013. Enero 14 a Enero 16
Informativa	Material Informativo Nidus	2013. Enero 21 a Enero 23
	Material Informativo (Mailing)	2013. Enero 23 a Enero 25
Recordación	Entrega Post Its	2013. Febrero 4 a Febrero 6

### Presupuesto:

Fases	Táctica	Cantidad	Valor
Expectativa	Afiche a enviar (Mailing)	98	0,00
Informativa	Material Informativo NIDUS	20	70
	Material Informativo por Mailing	98	0,00
Recordación	Post It Bandera	20	75
		TOTAL	145

### **Campaña 5: El Universo NIDUS**

**Objetivo específico:** Lograr el interés en los medios por publicar reportajes sobre el lanzamiento de NIDUS al comunicarles que, además de ser un Centro de Creatividad e Investigación gestionado por estudiantes de último año del COCOA, NIDUS está comprometido con la comunidad aledaña mediante sus proyectos que contribuyen a la planificación y el asesoramiento de proyectos emprendedores.

#### **Fase expectativa**

##### **Estrategia:**

Generar curiosidad en los periodistas de distintos medios que cubren temas de negocios y emprendimiento, mediante frases personalizadas anunciándoles que pronto conocerán al Universo NIDUS.

Los medios con los que está campaña se enfocará son: Fmm Mundo, Radio Visión, Radio Quito, Líderes, Gestión, Ekos, Vanguardia, Vistazo, Mundo Diners, Noticieros de Telemazonas, Ecuavisa, EC Televisión, El Comercio, La Hora, El Universo, El Expreso.

##### **Táctica:**

Envío de un llavero con concepto de Universo y una frase personalizada con el mensaje "Pronto conocerás el Universo NIDUS, un espacio donde las ideas evolucionan"



**Fase Informativa:**

**Estrategia:**

Enviar un dossier de prensa a todos los medios de negocios, emprendimientos, responsabilidad social para informarles acerca de la filosofía de NIDUS, los trabajos que ha venido haciendo con la comunidad, los clientes con los que ha trabajado.

**Táctica:**

Envío de un dossier de prensa y un CD, con el material informativo sobre la evolución del COCOA hacia NIDUS.

Pieza 1 - Adelante



## COCOA = CREATIVIDAD + PASIÓN

En el COCOA sabemos que cada imagen, color y estrategia comunica. Por eso nos preocupamos para que cada idea sea plasmada en la realidad, para así transformar lo establecido. Somos jóvenes reflexivos, visionarios y emprendedores. Somos un equipo CREATIVO y APasionADO.

### ¿QUÉ ES EL COCOA?

El Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas es una comunidad de artistas, comunicadores, educadores y profesionales de medios, que dentro de un ambiente interdisciplinario, están dedicados a formar a los futuros líderes en las áreas de comunicación, diseño creativo, producción audiovisual, y arte contemporáneo.

### ¿A DÓNDE VAMOS?

Los miembros del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas pensamos que el Colegio debe ser un líder de opinión dentro de nuestra sociedad, el productor de los trabajos más relevantes e influyentes en las áreas de comunicación y arte, un promotor de alianzas entre la industria y el mundo académico. Finalmente, aspiramos a ser un ejemplo de existencia en la educación del país.

A continuación, presentamos nuestro proyecto más reciente: **NIDUS**

### ¿QUÉ ES NIDUS?

Es el Centro de Creatividad e Investigación del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad (San Francisco de Quito COCOA). NIDUS ofrece a sus clientes ideas frescas para el asesoramiento estratégico y ejecución de nuevos proyectos e investigaciones.

### ¿QUIÉNES CONFORMAN EL EQUIPO NIDUS?

Estudiantes de último año de las áreas de Comunicación y Artes Contemporáneas, que por su creatividad, dones de liderazgo y responsabilidad han sido designados para ser miembros este equipo de trabajo vanguardista. Adicionalmente, el Equipo NIDUS está conformado por profesores de las distintas áreas académicas del COCOA, que con su experiencia laboral contribuyen a generar soluciones innovadoras para los clientes.

Pieza 1 - Atrás

## ¿CUÁLES SON LAS ÁREAS EN LAS QUE NIDUS OFRECE SUS SERVICIOS DE PROYECTOS E INVESTIGACIÓN?

NIDUS trabaja en proyectos que están relacionados a las siguientes áreas:

- Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas
- Publicidad
- Diseño Comunicacional
- Cine y Video
- Animación Digital
- Interactividad y Multimedia
- Artes Contemporáneas
- Ilustración
- Fotografía
- Artes Escénicas
- Medios Masivos De Comunicación
- Diseño de Modas

### EJEMPLOS DE PROYECTOS QUE NIDUS REALIZA

Algunos de los proyectos que NIDUS realiza son:

- Verificación o creación de insights
- Estudios de tendencias, modas.
- Asesoría sobre el manejo de redes sociales
- Testeo de productos
- Creatividad y verificación de campañas

### VENTAJA COMPETITIVA

No es lo mismo entender a tu target desde afuera que desde adentro. Nosotros somos el insight. Los miembros del equipo NIDUS son jóvenes, manejan la última tecnología y sus ideas siempre son innovadoras y alineadas con las últimas tendencias del mercado. Adicionalmente, la cultura constante de sus integrantes garantiza que existan siempre ideas nuevas, creativas y que anticipen las necesidades de sus clientes. Es importante mencionar que NIDUS pertenece a la Universidad San Francisco de Quito, una universidad categoría A y con 23 años de reconocimiento académico.

### ¿QUÉ GANAN LOS ESTUDIANTES QUE SON PARTE DE NIDUS?

- Acercamiento de los alumnos a la realidad laboral mediante estas prácticas pre-profesionales.
- La posibilidad de presentar sus trabajos en las empresas y directamente a sus clientes.
- Remuneración monetaria por sus ideas, investigaciones y trabajo.
- Enriquecimiento de su currículo y posibilidades de ser contratados en el futuro por sus clientes.





## **Estrategia 2**

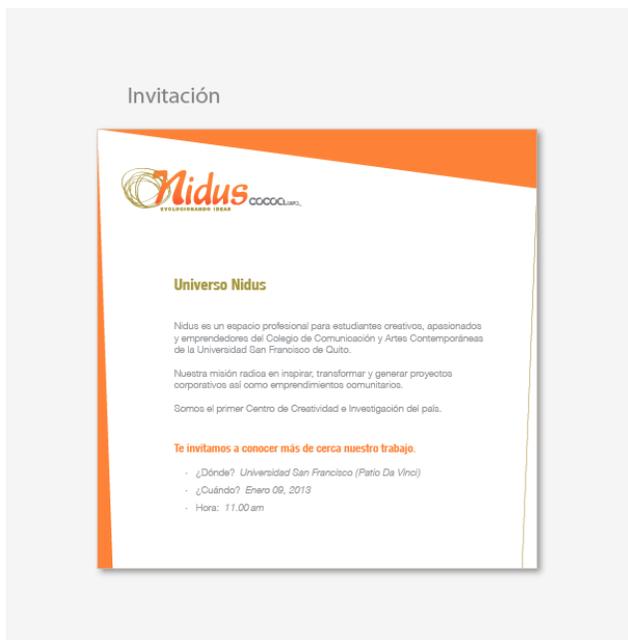
Crear un evento de lanzamiento de NIDUS, denominado “Universo NIDUS, un espacio donde la ideas evolucionan” donde se dará a conocer públicamente este centro de creatividad e investigación. Al reunir los clientes de empresas relevantes con los que se ha trabajado, los emprendimientos de la comunidad que se han impulsado, se espera dar a los medios material noticioso para cubrir.

### Descripción del evento:

El día del evento El Universo NIDUS, un espacio donde las ideas evolucionan tendremos la participación de las empresas con las que se hayan hecho proyectos originales, el equipo NIDUS, el Decano del COCOA, la encargada del proyecto. Adicionalmente, asistirán las personas cuyos proyectos recibieron asesoría estratégica. Un segundo objetivo de este evento es que los empresarios puedan apadrinar los proyectos que NIDUS asesoró para facilitar el hecho de que se puedan llevar a cabo.

## Táctica:

Envío de invitación personalizada al evento a los periodistas de las secciones de negocios, emprendimiento, RSE para que asistan al evento de lanzamiento.



## Fase de Recordación

### Estrategia:

Envío de un presente a cada periodista que asistió al evento con una nota de agradecimiento.

### Táctica:

Entrega a los periodistas que asistieron al Universo NIDUS de una libreta con el logo de la empresa y un agradecimiento personalizado por su asistencia.



### Cronograma:

Fase	Táctica	Fecha
Expectativa	Entrega de llaveros NIDUS	2013. Febrero 18 a Febrero 20
Informativa	Entrega Dossier y CD Nidus	2013. Febrero 25 a Febrero 27
	Entrega de invitaciones para UNIVERSO NIDUS	2013. Abril 15 a Abril 19
	Evento UNIVERSO NIDUS	2013. Mayo 2
Expectativa	Entrega de libreta	2013. Mayo 6

**Presupuesto:**

<b>Fases</b>	<b>Táctica</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>
Expectativa	Llavero NIDUS	16	32
Informativa	Dossier de prensa	20	50
	CD Nidus	25	28
	Invitación a prensa para evento UNIVERSO NIDUS	20	14,60
	Invitación a empresarios para evento UNIVERSO NIDUS	20	14,60
	Invitación a padres de miembros NIDUS	15	10,95
	Invitación autoridades USFQ y COCOA	30	21,90
	Coffee Break UNIVERSO NIDUS	100	236
Recordación	Libreta Nidus	20	12,75
		TOTAL	420,8

**Presupuesto total: USD \$ 1822.25**