

AVES & CONSERVACIÓN
SOCIETY OF PERUVIANS

REBECA ESPINEL

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y

RELACIONES PÚBLICAS

AUDITORÍA INTERNA

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

INTERNA Y EXTERNA

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

PROFESOR: GUSTAVO CUSOT

Pronto será la única forma que los podrás ver

**Universidad San Francisco de
Quito
Colegio de Comunicación y Artes
Contemporáneas**

**HOJA DE APROBACION DE
PROYECTO DE TITULACIÓN**

**Campaña de Comunicación
Interna y Externa a la Empresa
Aves & Conservación**

Sandra Rebeca Espinel de Janon

Gustavo Cusot, Ph.D.
Coordinador de la
Carrera de
Comunicación
Organizacional y
Relaciones
Públicas.
Modalidad Virtual

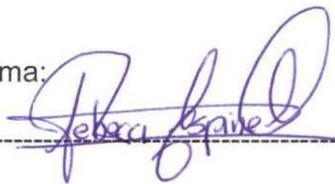
Gustavo Cusot, Ph.D.
Coordinador del Colegio de
Comunicación y Artes
Contemporáneas

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art.144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:



Nombre: Sandra Rebeca Espinel de Janon
C. I.: 1710686112

Fecha: 14 de Enero del 2013

INDICE

1. Situación Actual

a. Resumen Ejecutivo

2. Auditoría de Comunicación

a. Resumen Ejecutivo

b. Modelo de Encuesta

c. Análisis de la Encuesta

3. Campaña de Comunicación Interna

4. Campaña de Comunicación Externa

Antecedentes Históricos



- * La Corporación Ornitológica del Ecuador, también denominada Consejo Ecuatoriano para la Conservación e Investigación de las Aves - CECIA, fue creada en 1986, por un grupo de ornitólogos y aficionados a las aves conscientes de las crecientes amenazas para la conservación de las aves y sus hábitat en el país
- * Desde 1999 la institución ha mantenido una relación cercana con el Parque Metropolitano Guanguiltagua, donde el área de la Quebrada Ashintaco ha constituido la pieza clave de muchas de sus acciones encaminadas a la educación y la difusión de información ambiental, proveyendo recorridos de observación de aves para la ciudadanía en general y para colegios de la ciudad.

Misión



Aportar a la conservación de las aves, sus hábitats y la biodiversidad del Ecuador, en beneficio de la gente y con su participación activa.

Visión

Ser la Organización líder en temas ornitológicos, sólida, adaptable a los giros de la conservación, reconocida por el manejo serio de sus proyectos, con operaciones en todo el territorio ecuatoriano, alto nivel de profesionalismo, que sirve como modelo del sector ambiental.

Valores



- * **LEALTAD:** Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional.
- * **RESPONSABILIDAD:** Desarrollar con efectividad las tareas encomendadas.
- * **HONESTIDAD:** Empezar actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional.
- * **RESPECTO:** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona.
- * **EFICIENCIA:** Se entregan resultados de calidad en base a la planificación institucional
- * **COMPROMISO:** Demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia frente a la Entidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.
- * **COMPETITIVIDAD:** Aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.
- * **SOLIDARIDAD:** Cooperación permanente y continua en el desarrollo en los procesos de la organización y en las relaciones interpersonales con clientes y usuarios.

Filosofía



- * **Investigar:** Aumentar el conocimiento sobre las aves, sus hábitats y amenazas en Ecuador a través de la investigación.
- * **Conservar:** Ejecutar acciones que aporten a la conservación de las aves y sus hábitats, dentro del marco del desarrollo humano sustentable.
- * **Difundir y educar:** Promover conciencia ambiental sobre las aves y sus hábitats a través de la educación y difusión.
- * **Incidir en las decisiones:** Influir políticamente en la toma de decisiones sobre temas ambientales.



Sistema Normativo

- * En sus 22 años de trayectoria, Aves & Conservación ha sido la organización líder en investigación y conservación de aves en el Ecuador, por lo tanto ha sido designada como el socio nacional o Partner de BirdLife International (una federación mundial de organizaciones que trabajan para la conservación de las aves). Aves & Conservación también es miembro de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) y de la Coordinadora Ecuatoriana de Organizaciones para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente (CEDENMA).
- * La organización fue reconocida legalmente por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (Acuerdo Ministerial No. 370 de 11 de septiembre de 1986, publicado en el Registro Oficial No. 535, de 2 de octubre de 1986) y posteriormente fue inscrita ante el Ministerio del Ambiente, como lo requiere la Ley, mediante Acuerdo Ministerial No. 111, de 7 de diciembre de 2004, publicado en el Registro Oficial No. 495 de 3 de enero de 2005.



Identidad Visual



Identidad Visual

Colores corporativos
Blanco
Verde
Azul





Públicos



Público Interno	Subpúblico	Modo de relación con la organización
Equipo Ejecutivo	Directivos, Coordinadores, Asistentes, Contabilidad, Financieros, Comunicadores	Trabajo continuo y permanente en oficina, poca rotación. Supervisión de proyectos
Equipo Técnico	Investigadores, Ingenieros, Promotores	Trabajo de campo, de observación e investigación y en proyectos, alta rotación.
Voluntariado	Estudiantes de carreras ambientales, investigativas, biológicas, etc.	Trabajo en proyectos específicos y por tiempo determinados, alta rotación
Membresía	Socios, accionistas	Trabajo en el exterior, consiguiendo fondos y ayuda internacional para los proyectos locales. Realizan supervisión anual de proyectos, poca rotación.

Públicos



Público Externo	Subpúblico	Modo de relación con la organización
Proveedores y Clientes	Proveedor de herramientas, materiales, terrenos, letreros, etc. Colegios, Visitantes de Parques, Profesionales	Proveen de materiales y herramientas necesarias para los proyectos. Visitas guiadas en parques, investigación y comparten información referente al campo de acción
Organizaciones Gubernamentales	Municipios, Ministerio del Ambiente, Subsecretaría Ambientales. Parques Protegidos	Realizan acuerdos, permisos y convenios para cumplir con los objetivos planteados en los proyectos
Organizaciones no Gubernamentales	Asociaciones de cooperación y donaciones, ambientales, financieras, fundaciones y museos	Realizan cooperación con el equipo técnico, básicamente de investigación.
Organizaciones Internacionales	Fundaciones y organizaciones Ambientales, financieras, ecológicas	Brindan apoyo con recursos humanos y económicos.

Estrategias y tácticas de comunicación



Público Interno	Subpúblico	Estrategias y tácticas comunicacionales
Equipo Ejecutivo	Directivos, Coordinadores, Asistentes, Contabilidad, Financieros, Comunicadores	Cartelera, Revista mensual, Intranet, Boletines, y Memos
Equipo Técnico	Investigadores, Ingenieros, Promotores	Emails, celulares y reuniones mensuales, boletines electrónicos, página web.
Voluntariado	Estudiantes de carreras ambientales, investigativas, biológicas, etc.	A través de coordinadores y técnicos del proyecto.
Membresía	Socios, accionistas	Reuniones anuales, emails, videoconferencias, internet, revista digital y boletines electrónicos, página web.

Estrategias y tácticas de comunicación

Público Externo	Subpúblico	Estrategias y tácticas comunicacionales
Proveedores y clientes	Proveedor de herramientas, materiales, terrenos, letreros, etc. Colegios, Visitantes de Parques, Profesionales	Vía Telefónica, Notas de pedido, mediante guías de los parques.
Organizaciones Gubernamentales	Municipios, Ministerio del Ambiente, Subsecretaría Ambientales. Parques Protegidos	Vía Telefónica, Reuniones programadas, Email.
Organizaciones no Gubernamentales	Asociaciones de cooperación y donaciones, ambientales, financieras, fundaciones y museos	Visitas de Técnicos, Vía Telefónica, Email y reuniones programadas
Organizaciones Internacionales	Fundaciones y organizaciones Ambientales, financieras, ecológicas	Email, video conferencia y reuniones con delegados, visita de observación. Página Web, Intranet

Conclusión

Aves & Corporación es una empresa dedicada a la conservación e investigación de aves, que su principal campo de acción son campos protegidos, con proyectos específicos a la investigación o conservación de aves determinantes, es así que su base financiera está dividida en las membresía y en donaciones de fundaciones u organizaciones internacionales. De igual manera una parte importante de financiamiento proviene de proyectos estatales. Debido a su campo de acción que es fuera de la oficina la mayoría de su personal pasa en el campo, lo que hace complicado la comunicación permanente con ellos.



Recomendación

- *Se recomienda hacer una auditoria de comunicación interna para determinar el grado de efectividad que tiene la comunicación dentro de los empleados de la empresa. Se necesita buscar nuevos mecanismos y tácticas de comunicación, sobre todo con el personal de campo y los directivos internacionales.
- *Se debe reforzar la comunicación externa hacia la sociedad en general, con el fin de que conozca los proyectos realizados por Aves & Conservación y para que tenga presencia una buena imagen e impacto.

Resumen Ejecutivo

Sub. Índice

- Antecedentes Históricos
- Misión
- Visión
- Valores
- Filosofía
- Sistema normativo de la empresa
- Identidad Visual
- Mapa Públicos y sus características
- Estrategias y Tácticas de comunicación utilizadas en cada stakeholders
- Conclusiones
- Recomendaciones

a. Antecedentes Históricos

La Corporación Ornitológica del Ecuador, también denominada Consejo Ecuatoriano para la Conservación e Investigación de las Aves – CECIA, fue creada en 1986, por un grupo de ornitólogos y aficionados a las aves conscientes de las crecientes amenazas para la conservación de las aves y sus hábitat en el país. Entre sus miembros fundadores se destacan los reconocidos investigadores y conservacionistas, lastimosamente ya fallecidos, Dr. Gustavo Orcés, Dr. Fernando Ortiz-Crespo, Juan Black y Juan Carlo Matheus. Otros miembros destacados del ámbito conservacionista ecuatoriano incluyen (en orden alfabético por su apellido): Oswaldo Báez, Tjitte de Vries, Juan Manuel Carrión, Paul Greenfield, Nancy Hilgert, Carolina Jijón, Sergio Lasso, Félix Mang-Ging, Cecilia Pacheco, Rodrigo Sierra, Luis Suárez, Carlos Valle.

Los proyectos icónicos que en los primeros 15 años de gestión realizó la organización incluyen la Campaña Nacional “Salvemos al Cóndor”, la búsqueda y determinación del estado poblacional del Matorralero Cabecipálido *Atlapetes pallidiceps*, el aporte al diseño del Sistema Regional de Áreas Naturales Protegidas y sus Estrategias de Manejo para las provincias de El Oro, Loja, Morona-Santiago y Zamora-Chinchipec (donde se priorizó tres áreas: Laipuna-Jorupe, Cuenca del Casacay y Cordillera del Cóndor), conservación del Cóndor Andino *Vultur gryphus* en el Ecuador, evaluación del Estado Poblacional y Etnozoología del Águila Arpía *Harpia harpyja* en Ecuador, determinación del estado poblacional y distribución de la familia Cracidae en la Amazonía del Ecuador, determinación de poblaciones de *Ara ambigua guayaquilensis* y *Amazona autumnalis lilacina* en el Occidente del Ecuador, análisis preliminar e inventario de la avifauna para la creación del corredor Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y territorio Awá, evaluación del uso de nidos artificiales para aves de un bosque alterado en la Reserva Bellavista al Noroccidente de Pichincha, efectos en poblaciones de Crácidos por construcción y uso de la carretera Pompeya-Iro en el Parque Nacional Yasuní-Ecuador.

Del 3 al 9 de Noviembre de 1991, CECIA realizó el IV Congreso de Ornitología Neotropical, mismo que se celebró en Quito con el apoyo del Departamento de Ciencias Biológicas de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Durante el Congreso se realizaron 228 ponencias a más de exhibiciones de postres, pinturas de aves, foros y discusiones. Se contó con la presencia de más de 500 personas. En 1991, CECIA logró que el Congreso Nacional declare al 7 de julio como Día Nacional del Cóndor Andino.

Adicionalmente, todos los años desde 1993, durante el mes de octubre y a nivel nacional, Aves & Conservación organiza una serie de actividades dedicadas a la observación de aves. Adicionalmente y como parte del Festival, en 1998 se logró que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito declare a Octubre como el mes de las Aves.

Desde 1999 la institución ha mantenido una relación cercana con el Parque Metropolitano Guangüiltagua, donde el área de la Quebrada Ashintaco ha constituido la pieza clave de muchas de sus acciones encaminadas a la educación y la difusión de información ambiental, proveyendo recorridos de observación de aves para la ciudadanía en general y para colegios de la ciudad. En esa quebrada y sus alrededores hemos trabajado activamente, con el apoyo de estudiantes de colegios y universidades, en la reforestación con especies nativas propagadas en un vivero de nuestra propiedad (aproximadamente 10.000 plantas). El área sobre la quebrada colindante al primer parqueadero, fue dotada de plantas nativas e introducidas que son atractivas a colibríes con el objeto de que estas aves lo frecuenten. El área se denominó como el “Jardín de Colibríes” y fue recientemente (Noviembre de 2005) dedicado a la memoria del Dr. Fernando Ortiz-Crespo, destacado ornitólogo ecuatoriano.

Aunque la organización fue creada con una visión netamente investigativa, evolucionó hacia el logro de la conservación de las aves y otra biodiversidad en general a través de cuatro ámbitos de acción: investigación como base para la identificación de prioridades de conservación; desarrollo sustentable como enfoque de las acciones de conservación; educación y difusión de información ambiental para la creación de una ciudadanía informada y empoderada, capaz de tomar sus propias decisiones sobre el ambiente; y cabildeo de políticas ambientales como fundamento de la institucionalidad a favor del ambiente. En noviembre de 2005, como reflejo de aquel giro dado en los años anteriores, la organización adopta el nombre de Aves & Conservación, con el objeto de transmitir más adecuadamente su accionar y acrecentar su perfil en la sociedad civil.

b. Misión

Aportar a la conservación de las aves, sus hábitats y la biodiversidad del Ecuador, en beneficio de la gente y con su participación activa.

c. Visión

Ser la Organización líder en temas ornitológicos, sólida, adaptable a los giros de la conservación, reconocida por el manejo serio de sus proyectos, con operaciones en todo el territorio ecuatoriano, alto nivel de profesionalismo, que sirve como modelo del sector ambiental.

d. Valores

1. **LEALTAD:** Cumplir las responsabilidades individuales para fortalecer la imagen institucional.
2. **RESPONSABILIDAD:** Desarrollar con efectividad las tareas encomendadas.
3. **HONESTIDAD:** Empezar actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional.
4. **RESPECTO:** Comprender y valorar la libertad de pensamiento y los derechos inherentes a cada persona.
5. **EFICIENCIA:** Se entregan resultados de calidad en base a la planificación institucional
6. **COMPROMISO:** Demostrar vocación de servicio y sentido de pertenencia frente a la Entidad, ejerciendo el liderazgo necesario para dar cumplimiento a los objetivos de la organización, respetando el medio ambiente.
7. **COMPETITIVIDAD:** Aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.
8. **SOLIDARIDAD:** Cooperación permanente y continua en el desarrollo en los procesos de la organización y en las relaciones interpersonales con clientes y usuarios.

e. Filosofía

Investigar: Aumentar el conocimiento sobre las aves, sus hábitats y amenazas en Ecuador a través de la investigación.

Conservar: Ejecutar acciones que aporten a la conservación de las aves y sus hábitats, dentro del marco del desarrollo humano sustentable.

Difundir y educar: Promover conciencia ambiental sobre las aves y sus hábitats a través de la educación y difusión.

Incidir en las decisiones: Influir políticamente en la toma de decisiones sobre temas ambientales.

f. Sistema Normativo de la empresa

En sus 22 años de trayectoria, Aves & Conservación ha sido la organización líder en investigación y conservación de aves en el Ecuador, por lo tanto ha sido designada como el socio nacional o Partner de BirdLife International (una federación mundial de organizaciones que trabajan para la conservación de las aves). Aves & Conservación también es miembro de la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN) y de la Coordinadora Ecuatoriana de Organizaciones para la Defensa de la Naturaleza y el Medio Ambiente (CEDENMA).

La organización fue reconocida legalmente por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (Acuerdo Ministerial No. 370 de 11 de septiembre de 1986, publicado en el Registro Oficial No. 535, de 2 de octubre de 1986) y posteriormente fue inscrita ante el Ministerio del Ambiente, como lo requiere la Ley, mediante Acuerdo Ministerial No. 111, de 7 de diciembre de 2004, publicado en el Registro Oficial No. 495 de 3 de enero de 2005.

g. Identidad Visual

El logo de Aves & Conservación es de fondo blanco con letras negras, teniendo una adaptación en publicaciones de letras blancas y fondo de la publicación. Su tipografía es Veltica 12.

Los colores corporativos de Aves & Conservación son:

- Blanco
- Verde
- Azul



2º Taller Binacional para el Albatros de Galápagos



Foto: Santiago Bohórquez



[Leer todo el artículo](#)

El **Ministerio del Ambiente de Ecuador**, con el apoyo del Acuerdo para la Conservación de Albatros y Petreles (ACAP) y **Aves & Conservación – BirdLife en Ecuador**, llevó a cabo el 2º Taller Binacional sobre el Plan de Acción del Albatros de Galápagos. El taller fue sumamente exitoso y contó con la presencia de autoridades ambientales y de pesca del Ecuador y Perú, representantes del sector pesquero artesanal de Ecuador, científicos internacionales y delegados de varias ONGs de conservación nacionales e internacionales. El Plan de Acción de la especie, desarrollado por ACAP, fue enriquecido y validado exitosamente.

Con el apoyo de:



Año 2008 – No. 4

“CON-SU-MISMO”

Rescatemos equipos descompuestos

Cuando una televisión, el DVD o la tan apreciada computadora se nos dañan, nuestro primer pensamiento se dirige al almacén más cercano y echamos una ojeada a los últimos modelos y se detiene cuando ve los precios de estos. Pero aparte de considerar el alto valor de estos equipos, caben las preguntas: ¿es necesario cambiar de equipo? ¿Es posible repararlo?

Muchos de los daños se deben a un software defectuoso, a una errónea instalación o a una conexión floja. En la mayoría de los casos se puede pagar una pequeña cantidad para diagnosticar el problema y luego decidir si es más costoso repararlo que comprar uno nuevo. Además debemos tomar en cuenta la antigüedad del equipo, la tecnología de equipos como los reproductores de MP3 y celulares cambian muy rápidamente, sin embargo las video-grabadoras, alta voz, televisores con tubo de pantalla y los tocadiscos no han cambiado mucho en diez años, entonces no será tan complicado repararlos. Sigue este consejo: si las reparaciones cuestan menos del 40% del valor del equipo nuevo, hágalo arreglar, así ahorrará dinero y disminuirá tanto basura (no tan basura) tecnológica del mundo.

Artículo modificado de la revista PC WORLD-Ecuador, septiembre 2006.

Campaña “Salvemos los loros palmeros” 2008

La Campaña crece año a año y nos es grato reportar que el mensaje empieza a tener efecto en la población de algunas ciudades. Más y más gente buscó ramos alternativos en Quito, Riobamba, Ibarra, Otavalo, Cotacachi, entre otras ciudades, y se decidió por la totora o el maíz en reemplazo del tradicional ramo elaborado con la amenazada Palma de Cera. Nos encontramos relativamente satisfechos con el avance de la campaña y los invitamos a que el próximo año sigan colaborando en la difusión de este mensaje a favor de estas especies. Agradecemos a los voluntarios que apoyan la difusión de esta iniciativa, así como a todas las organizaciones que han aportado a la misma y permiten su ejecución año a año.



[Leer todo el artículo](#)

Proyecto IBAs-GAL inicia segundo año de acciones



[Leer todo el artículo](#)

Al iniciar el segundo año de actividades del Proyecto “Capacitación para Grupos de Apoyo Local (GAL) para la conservación de tres Áreas Importantes para la Conservación de las Aves (IBAs)”, los principales logros del proyecto han sido: la conformación de tres GALs en las IBAs de Mindo y Estribaciones Occidentales del Volcán Pichincha, Los Bancos Milpe y Río Caoní, la creación del Club Juvenil de Observadores de Aves en la IBA Río Caoní, la ejecución casi completa de los módulos de capacitación en observación e identificación de aves, el inicio del desarrollo participativo del programa de conservación de cada IBA, así como de la capacitación en desarrollo de perfiles de proyectos.

Con el apoyo de:



Quiénes Somos

Membresía

Proyectos

Contactar

h. Mapa de Públicos y sus características

Público Interno	Subpúblico	Modo de relación con la organización
Equipo Ejecutivo	Directivos, Coordinadores, Asistentes, Contabilidad, Financieros, Comunicadores	Trabajo continuo y permanente en oficina, poca rotación. Supervisión de proyectos
Equipo Técnico	Investigadores, Ingenieros, Promotores	Trabajo de campo, de observación e investigación y en proyectos, alta rotación.
Voluntariado	Estudiantes de carreras ambientales, investigativas, biológicas, etc.	Trabajo en proyectos específicos y por tiempo determinados, alta rotación
Membresía	Socios, accionistas	Trabajo en el exterior, consiguiendo fondos y ayuda internacional para los proyectos locales. Realizan supervisión anual de proyectos, poca rotación.

Público Externo	Subpúblico	Modo de relación con la organización
Proveedores y Clientes	Proveedor de herramientas, materiales, terrenos, letreros, etc. Colegios, Visitantes de Parques, Profesionales	Proveen de materiales y herramientas necesarias para los proyectos. Visitas guiadas en parques, investigación y comparten información referente al campo de acción
Organizaciones Gubernamentales	Municipios, Ministerio del Ambiente, Subsecretaría Ambientales. Parques Protegidos	Realizan acuerdos, permisos y convenios para cumplir con los objetivos planteados en los proyectos
Organizaciones no Gubernamentales	Asociaciones de cooperación y donaciones, ambientales, financieras, fundaciones y museos	Realizan cooperación con el equipo técnico, básicamente de investigación.
Organizaciones Internacionales	Fundaciones y organizaciones Ambientales, financieras, ecológicas	Brindan apoyo con recursos humanos y económicos.

i. Estrategias y tácticas de comunicación que utilizan stakeholders

Público Interno	Subpúblico	Estrategias y tácticas comunicacionales
Equipo Ejecutivo	Directivos, Coordinadores, Asistentes, Contabilidad, Financieros, Comunicadores	Cartelera, Revista mensual, Intranet, Boletines, y Memos

Equipo Técnico	Investigadores, Ingenieros, Promotores	Emails, celulares y reuniones mensuales, boletines electrónicos, pagina web.
Voluntariado	Estudiantes de carreras ambientales, investigativas, biológicas, etc.	A través de coordinadores y técnicos del proyecto.
Membresía	Socios, accionistas	Reuniones anuales, emails, videoconferencias, internet, revista digital y boletines electrónicos, pagina web.

Público Externo	Subpúblico	Estrategias y tácticas comunicacionales
Proveedores y clientes	Proveedor de herramientas, materiales, terrenos, letreros, etc. Colegios, Visitantes de Parques, Profesionales	Vía Telefónica, Notas de pedido, mediante guías de los parques.
Organizaciones Gubernamentales	Municipios, Ministerio del Ambiente, Subsecretaria Ambientales. Parques Protegidos	Vía Telefónica, Reuniones programadas, Email.
Organizaciones no Gubernamentales	Asociaciones de cooperación y donaciones, ambientales, financieras, fundaciones y museos	Visitas de Técnicos, Vía Telefónica, Email y reuniones programadas
Organizaciones Internacionales	Fundaciones y organizaciones Ambientales, financieras, ecológicas	Email, video conferencia y reuniones con delegados, visita de observación. Página Web, Intranet

j. Conclusiones

Aves & Corporación es una empresa dedicada a la conservación e investigación de aves, que su principal campo de acción son campos protegidos, con proyectos específicos a la investigación o conservación de aves determinantes, es así que su base financiera está dividida en las membresía y en donaciones de fundaciones u organizaciones internacionales. De igual manera una parte importante de financiamiento proviene de proyectos estatales. Debido a su campo de acción que es fuera de la oficina la mayoría de su personal pasa en el campo, lo que hace complicado la comunicación permanente con ellos.

k. Recomendaciones

Se recomienda hacer una auditoria de comunicación interna para determinar el grado de efectividad que tiene la comunicación dentro de los empleados de la empresa. Se necesita buscar nuevos mecanismos y tácticas de comunicación, sobre todo con el personal de campo y los directivos internacionales.

Se debe reforzar la comunicación externa hacia la sociedad en general, con el fin de que conozca los proyectos realizados por Aves & Conservación y para que tenga presencia una buena imagen e impacto.



AUDITORÍA DE COMUNICACIÓN

REBECA ESPINEL
62377
PROYECTO 3

ÍNDICE

- ▶ OBJETIVOS
- ▶ METODOS E INSTRUMENTOS DE AUDITORÍA
- ▶ CONCLUSIONES Y DETERMINACIÓN DE PROBLEMAS
- ▶ RECOMENDACIONES



OBJETIVOS

- ▶ Determinar la comunicación interna de la empresa (falencias y problemas)
- ▶ Identificar la percepción de la imagen de la empresa, así como sus puntos débiles y deficiencias
- ▶ Diagnosticar el clima laboral existente en la empresa.



MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE AUDITORÍA



MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE AUDITORÍA

- ▶ Actualmente la empresa Aves & Conservación cuenta con 23 personas, por lo que constituyen su universo.
- ▶ Según la fórmula :

$$N = \frac{(n \cdot p \cdot q \cdot (z^2 \cdot z))}{(B^2 \cdot B(N-1)) + (p \cdot q \cdot (z^2 \cdot z))}$$

$$N = \frac{(23 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96 \cdot 1.96))}{(0.06 \cdot 0.06 \cdot (23-1)) + (0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96 \cdot 1.96))}$$

$$N = 21.56 \text{ encuestas}$$

- ▶ Luego de realizar los cálculos necesarios, se estableció que se realizarán 21 encuestas al personal de Aves & Conservación.



MÉTODOS E INSTRUMENTOS DE AUDITORÍA

No.	Unidad	No. De Personas	%	No. Encuestas
1	Administrativa	4	17.3	4
2	Ejecutivos	4	17.3	4
3	Técnica	12	52.17	10
4	Socios	3	13.0	3
5	Total	23	100	21

CONCLUSIONES Y DETERMINACIÓN DE LOS PROBLEMAS COMUNICACIONALES



CONCLUSIONES Y DETERMINACIÓN DE LOS PROBLEMAS COMUNICACIONALES

- Existe un desconocimiento de la cultura de la empresa, como valores, filosofía, misión y visión.
- Se desconoce la identidad visual de la empresa, como colores corporativos, símbolos y utilización correcta del logo.



CONCLUSIONES Y DETERMINACIÓN DE LOS PROBLEMAS COMUNICACIONALES

- ▶ Se observó un problema de comunicación tanto en las herramientas de comunicación como en la efectividad de canales, causando una pobre transmisión de mensajes y teniendo una escasa respuesta por los directivos y guiándose más por rumores que por información oficial. Este problema se visualizó de mayor manera en el equipo técnico y mandos medios.



CONCLUSIONES Y DETERMINACIÓN DE LOS PROBLEMAS COMUNICACIONALES

- ▶ Existe un problema de clima laboral, porque no trabajan en la misma oficina haciendo que no exista una integración del personal, en algunos casos no se conocen los administrativos con los técnicos. Además porque muchas de las sugerencias realizadas por el personal, no son tomadas en cuenta por los directivos.





RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

- ▶ Se recomienda realizar una campaña de comunicación interna, con el fin de que los problemas analizados anteriormente se puedan disolver y se mejore la comunicación interna, siendo una comunicación fluida y horizontal, donde se pueda realizar sugerencias y tengan respuestas rápidas y positivas.
- ▶ Se recomienda contratar a una persona permanente en el área de comunicación, con el fin de tener un constante control y manejo de la comunicación tanto interna como externa



Empresa: Aves y Conservación

Sub Índice

- a. **Sistema de auditoria**
- b. **Objetivos de la auditoria de comunicación**
- c. **Métodos e Instrumentos o técnicas de auditoria**
 - a. **Universo y tamaño de muestra**
 - b. **Modelo de encuesta y entrevista**
- d. **Análisis de resultados**
- e. **Conclusiones y determinación de problemas comunicacionales**
- f. **Recomendaciones**

a. Sistema de Auditoria

La empresa Aves & Conservación es una empresa de 23 empleados divididos en tres grupos ejecutivos, administrativos y técnicos. Se ha decidido realizar una auditoria interna de comunicación para detectar los problemas comunicacionales que existen dentro, para así poder realizar una campaña de comunicación interna coherente y correcta a las necesidades de la empresa.

g. Objetivos de la Auditoria de comunicación

En esta auditoría de comunicación se plantea cumplir con los siguientes objetivos

- Determinar la comunicación interna de la empresa (falencias y problemas)
- Identificar la percepción de la imagen de la empresa, así como sus puntos débiles y deficiencias
- Diagnosticar el clima laboral existente en la empresa.

h. Métodos e Instrumentos o técnicas de auditoria

a) Universo de Estudio

Actualmente la empresa Aves & Conservación cuenta con 23 personas, por lo que constituyen su universo.

Para el trabajo de campo, es necesario determinar una muestra representativa. El tamaño de muestra es determinado estadísticamente con la fórmula de Muestreo Aleatorio Simple:

$$N = \frac{(n \cdot p \cdot q \cdot (z^*z))}{(B \cdot B(N-1)) + (p \cdot q \cdot (z^*z))}$$

$$N = \frac{(23 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96 \cdot 1.96))}{(0.06 \cdot 0.06 (23-1)) + (0.5 \cdot 0.5 \cdot (1.96 \cdot 1.96))}$$

$$N = 21.56 \text{ encuestas}$$

n= Tamaño muestra
N= Tamaño Población
p= Proporción acierto estudio 0.5
q= Proporción fracaso 0.5
z= Nivel de confianza 1.96
B= Límite en N error de estimación de las proporciones 0.06

Tanto la proporción de acierto del estudio (p), como la proporción de fracaso (q) son valores constantes (0.5), ya que no se tiene conocimiento previo de la tendencia de los resultados que se obtendrán.

El nivel de confianza (z) determina la probabilidad de acierto de todo el estudio, es calculado de la siguiente forma:

$$Z = 95\% = 0.95/2 = 0.47$$

El valor obtenido (0.47) es consultado en la tabla de distribución normal estándar, la cual proporciona dos valores: horizontalmente 1.9 y verticalmente 0.06, al sumar ambos valores obtenemos: $1.9 + 0.06 = 1.96$

Por otra parte, el valor de B, determina el error de estimación pregunta por pregunta.

En conclusión, el tamaño de la muestra es directamente proporcional al nivel de confianza, e inversamente proporcional al error de estimación.

Luego de realizar los cálculos necesarios, se estableció que se realizarán 21 encuestas al personal de Aves & Conservación.

Con el fin de obtener datos más cercanos a la realidad y que la muestra sea lo más representativa posible, se distribuyó equitativamente el total de encuestas, tomando en cuenta el número de empleados por cada departamento que forman parte de Aves & Conservación.

No.	Unidad	No. De Personas	%	No. Encuestas
1	Administrativa	4	17.3	4
2	Ejecutivos	4	17.3	4
3	Técnica	12	52.17	10
4	Socios	3	13.0	3
5	Total	23	100	21

b) Modelo de encuesta y entrevista

Evaluación de Comunicación

Ayúdenos a mejorar

Por favor, dedique unos minutos a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para evaluar el nivel de comunicación en la empresa.

Sus respuestas serán tratadas de forma **CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA** y no serán utilizadas para ningún propósito distinto al de ayudarnos a mejorar.

El objetivo de esta encuesta es conocer su opinión acerca del ambiente en donde se desarrolla su trabajo diario, dentro de AVES & CONSERVACIÓN

Esta encuesta dura aproximadamente 10 minutos.

1. Conoce Ud., ¿cuál es la misión de AVES & CONSERVACIÓN?

SI ____

NO ____

Si la respuesta es SI pase a la siguiente pregunta y si es NO pasa a la pregunta 3.

2. Escoja una de las siguientes opciones y señale con una X la opción que corresponda a la misión de AVES & CONSERVACIÓN

a) Aportar a la conservación de las aves, sus hábitats y la biodiversidad del Ecuador, en beneficio de la gente y con su participación activa.

b) Generar Riquezas a través de la investigación de las aves, en hábitats ecuatorianos

c) Investigar las aves, sus hábitats y la biodiversidad del Ecuador con la finalidad de su conservación

d) Ninguna de las anteriores

3. De la siguiente lista de valores, ¿cuáles son los tres que mejor identifican a AVES & CONSERVACIÓN?

- a) Honestidad _____
- b) Responsabilidad _____
- c) Confianza _____
- d) Eficiencia _____
- e) Respeto _____
- f) Competitividad _____
- g) Solidaridad _____
- h) Compromiso _____
- i) Lealtad _____

4. Marque los colores corporativos de AVES & CONSERVACIÓN?

- a) Negro _____
- b) Tomate _____
- c) Azul _____
- g) Verde _____
- d) Amarillo _____
- e) Blanco _____
- f) Rojo _____

5. De las siguientes opciones. Señale con una X, el símbolo correcto de AVES & CONSERVACIÓN





6. Señale las 3 herramientas de comunicación principales por las cuales Usted se informa diariamente sobre el trabajo en AVES & CONSERVACIÓN

- a) Intranet (Outlook) _____
- b) Gmail -Yahoo – Hotmail _____
- c) Reuniones departamentales _____
- d) Rumores _____
- e) Circulares _____

7. Califique -encerrando dentro de un círculo- las siguientes herramientas de comunicación según su grado de eficacia. (Siendo, 1 muy malo y 5 excelente)

- | | | | | | |
|----------------------------|---|---|---|---|---|
| a) Intranet (Outlook) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b) Gmail – Yahoo – Hotmail | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c) Reuniones personales | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d) Rumores | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e) Medios de comunicación | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| f) Circulares | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| g) Vía telefónica | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

8. De las siguientes opciones que posee Outlook, ¿cuál es la que más utiliza? Señale 2

- a) Correo _____
- b) Calendario _____
- c) Contactos _____
- d) Tareas _____
- e) Notas _____

9. Qué tipo de correos electrónicos son los que más recibe **diariamente**. Señale 2.

- a) Temas referentes al trabajo _____
- b) Monitoreo de prensa _____
- c) Cadenas _____
- d) De directivos de AVES & CONSERVACIÓN _____
- e) De coordinadores de AVES & CONSERVACIÓN _____
- f) De compañeros de trabajo _____

10. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre AVES & CONSERVACIÓN, para que se incluyan en las herramientas de comunicación? Señale 3.

- a) Información sobre la empresa _____
- b) Sociales (cumpleaños, buenas noticias) _____
- c) Responsabilidad Social _____
- d) Proyectos Nuevos _____
- e) Nuevas cuentas o clientes _____
- f) Talleres, seminarios, etc. _____

11. Según su opinión, ¿de qué manera se transmite la información dentro de AVES & CONSERVACIÓN? Escoja sólo **una** opción de las siguientes:

- a) Del jefe al empleado _____
- b) Del empleado al jefe _____
- c) Entre Unidades _____

12. ¿A través de qué medio le gustaría que su jefe se comunique con Ud.? Escoja **2** opciones de las siguientes:

- a) Carta escrita _____
- b) Reunión departamental _____
- c) Entrevista personal _____
- d) Correo electrónico _____
- e) Memo _____
- f) Llamada telefónica _____

13. ¿Ha realizado usted alguna sugerencia a la dirección de la empresa?

No Sí

14. ¿A quién le ha hecho usted la sugerencia?

- Superior inmediato
- Gerencia
- Recursos humanos /personal
- Otro (Por favor especifique)

15. ¿Qué tan satisfecho quedó usted con la respuesta?

- Completamente satisfecho Satisfecho Insatisfecho Completamente insatisfecho

16. Marque con una X, aquella posición que mejor califique la información oficial emitida por AVES & CONSERVACIÓN

	SI	NO
Actualizada		
Oportuna		
Precisa		
Necesaria		
Suficiente		
Fiable		

17. Señale 3 palabras que mejor describan su trabajo

- | | | | |
|------------------|-----|---------------------|-----|
| a) Fácil | ___ | f) Interesante | ___ |
| b) Técnico | ___ | g) Rutinario | ___ |
| c) Aburrido | ___ | h) Sin perspectivas | ___ |
| d) Satisfactorio | ___ | i) Cansado | ___ |
| e) Seguro | ___ | j) Motivante | ___ |

18. Califique los aspectos que Ud. considera son fundamentales en un lugar de trabajo (siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia).

- | | |
|-----------------------|-----|
| a) Organización | ___ |
| b) Efectividad | ___ |
| c) Severidad | ___ |
| d) Honestidad | ___ |
| e) Relaciones humanas | ___ |

19. Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar la relación entre empresa y empleados

Muchas gracias por su opinión.

Queremos hacer de esta empresa un excelente lugar de trabajo.

i. Análisis de Resultados

Para realizar el análisis de resultados, se tabularon cada pregunta en Excel y posterior se realizó una presentación en power point. Cada pregunta con su respectivo gráfico.

j. Conclusiones

De los resultados analizados en la encuesta y entrevista podemos detectar los siguientes problemas comunicacionales dentro de la corporación.

1. Existe un desconocimiento de la cultura de la empresa, como valores, filosofía, misión y visión.
2. Se desconoce la identidad visual de la empresa, como colores corporativos, símbolos y utilización correcta del logo.
3. Se observo un problema de comunicación tanto en las herramientas de comunicación como en la efectividad de canales, causando una pobre transmisión de mensajes y teniendo una escasa respuesta por los directivos y guiándose más por rumores que por información oficial. Este problema se visualizo de mayor manera en el equipo técnico y mandos medios.
4. Existe un problema de clima laboral, porque no trabajan en la misma oficina haciendo que no exista una integración del personal, en algunos casos no se conocen los administrativos con los técnicos. Además porque muchas de las sugerencias realizadas por el personal, no son tomadas en cuenta por los directivos.

k. Recomendaciones

Se recomienda realizar una campaña de comunicación interna, con el fin de que los problemas analizados anteriormente se puedan disolver y se mejore la comunicación interna, siendo una comunicación fluida y horizontal, donde se pueda realizar sugerencias y tengan respuestas rápidas y positivas.

Se recomienda contratar a una persona permanente en el área de comunicación, con el fin de tener un constante control y manejo de la comunicación tanto interna como externa.

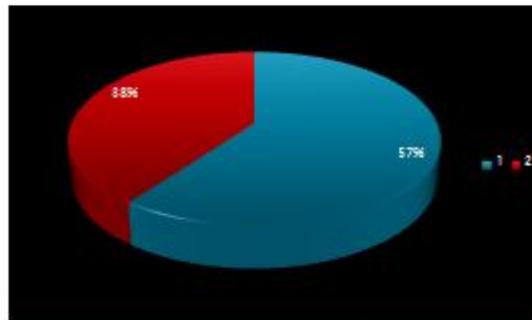
ANÁLISIS DE RESULTADOS



PREGUNTA 1

Conoce Ud., ¿cuál es la misión de AVES & CONSERVACIÓN?

De las 21 encuestas realizadas el 57% conoce la misión de Ambiente & Sociedad



PREGUNTA 2

Escoja una de las siguientes opciones y señale con una X la opción que corresponda a la misión de AVES & CONSERVACIÓN

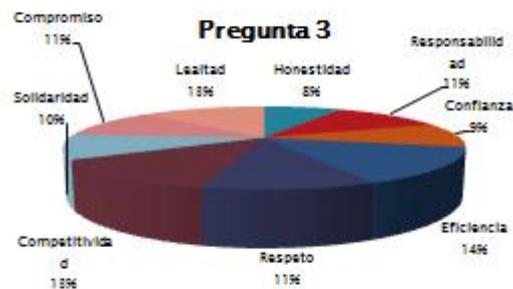
Se puede observar que existe una confusión la misión, debido que el 55% de los encuestados señalo una misión errónea.



PREGUNTA 3

De la siguiente lista de valores, ¿cuáles son los tres que mejor identifican a AVES & CONSERVACIÓN?

De las encuestas realizadas se puede analizar que el 13% piensan que Lealtad y Competitividad, el 14% piensan que es eficiencia.



PREGUNTA 4

Marque los colores corporativos de AVES & CONSERVACIÓN

El 34% de los empleados identifican al color negro, el 28% el color verde y el 18% el color azul como colores corporativos.

Pregunta 4



PREGUNTA 5

De las siguientes opciones. Señale con una X, el símbolo correcto de AVES & CONSERVACIÓN

El 52% identificó al Logo 1 como el correcto, sin embargo se nota que existe una confusión en su correcta utilización

Pregunta 5

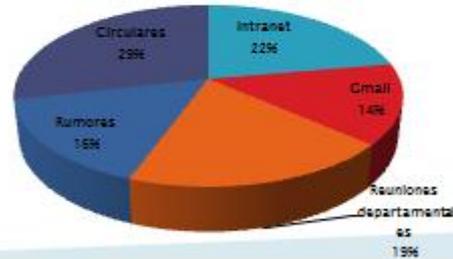


PREGUNTA 6

Señale las 3 herramientas de comunicación principales por las cuales Usted se informa diariamente sobre el trabajo en AVES & CONSERVACIÓN

Pregunta 6

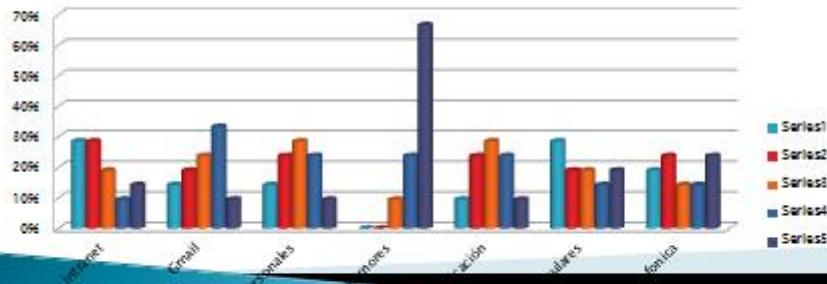
No existe una diferencia sustancial entre las herramientas de comunicación, el 29% de los encuestados señalo que se informa a través de circulares



PREGUNTA 7

Califique –encerrando dentro de un círculo– las siguientes herramientas de comunicación según su grado de eficacia.

Pregunta 7



El 29% piensan que las circulares e intranet son las herramientas mas eficientes

PREGUNTA 8

De las siguientes opciones que posee Outlook, ¿cuál es la que más utiliza?

El 49% de las personas utiliza mas el correo electrónico y el 17% en tareas

Pregunta 8



PREGUNTA 9

Qué tipo de correos electrónicos son los que más recibe diariamente.

El 26% de los encuestados utiliza el correo electrónico para temas de trabajo y para recibir cadenas. El 24% recibe correos de parte de Compañeros de trabajo.

Pregunta 9



PREGUNTA 10

¿Qué tipo de información le gustaría recibir sobre AVES & CONSERVACIÓN, para que se incluyan en las herramientas de comunicación?

El 26% de los encuestados desea recibir información sobre talleres y seminarios, el 23% información sobre la empresa y el 21% sobre Proyectos nuevos



PREGUNTA 11

Según su opinión, ¿de qué manera se transmite la información dentro de AVES & CONSERVACIÓN?

El 43% piensan que se transmite la información entre unidades y el 38% del jefe al empleado



PREGUNTA 12

¿A través de qué medio le gustaría que su jefe se comunique con Ud.? Escoja 2 opciones de las siguientes:

El 29% desea que se comunique mediante entrevista Personal y Correo Electrónico

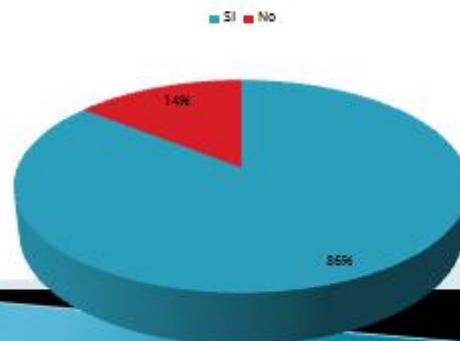


PREGUNTA 13

¿Ha realizado usted alguna sugerencia a la dirección de la empresa?

El 86% ha realizado alguna sugerencia a la dirección de la empresa

Pregunta 13



PREGUNTA 14

¿A quién le ha hecho usted la sugerencia?

La mayoría ha hecho la sugerencia a su superior inmediato

Pregunta 14



PREGUNTA 15

¿Qué tan satisfecho quedó usted con la respuesta?

El 48% está satisfecho con la respuesta a su requerimiento, y el 24% insatisfecho

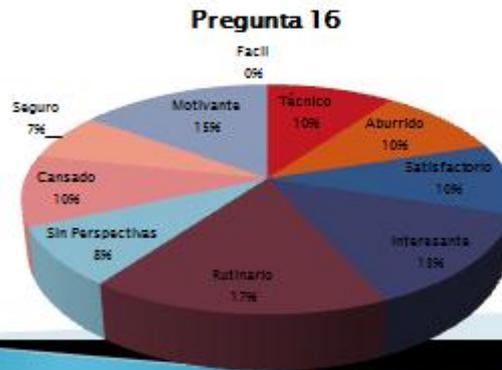
Pregunta 15



PREGUNTA 16

Señale 3 palabras que mejor describan su trabajo

El 17% piensa que es Rutinario, el 15% Motivante, 13% Interesante



PREGUNTA 17

Califique los aspectos que Ud. considera son fundamentales en un lugar de trabajo

El 24% la Honestidad, el 22% la Efectividad, el 21% la Organización, consideran que son aspectos fundamentales en su trabajo.



Campañas Internas



Rebeca Espinel
Código 62377

Rasgos Culturales

MISIÓN



Aportar a la conservación de las aves, sus hábitats y la biodiversidad del Ecuador, en beneficio de la gente y con su participación activa.

VISIÓN



Ser la Organización líder en temas ornitológicos, sólida, adaptable a los giros de la conservación, reconocida por el manejo serio de sus proyectos, con operaciones en todo el territorio ecuatoriano, alto nivel de profesionalismo, que sirve como modelo del sector ambiental.

Rasgos Culturales

VALORES CORPORATIVOS

- LEALTAD
- RESPONSABILIDAD
- HONESTIDAD
- RESPETO
- EFICIENCIA
- COMPROMISO
- COMPETITIVIDAD
- SOLIDARIDAD

Auditoría de Comunicación

Se observaron cuatro problemas comunicacionales

PROBLEMAS

Confusión en la identidad Corporativa

Falta de conocimiento de la identidad Visual

Intercambio de información insuficiente

Un clima de inestabilidad y malestar en la empresa

FALENCIAS

Confusión en Visión, Misión, Valores

Desconocimiento en los colores corporativos, símbolos y uso de logo.

Falta de herramientas de comunicación, canales y poca respuesta por directivos

Falta de integración e iniciativas aisladas

Campaña Interna

OBJETIVOS GENERALES

Mejorar la comunicación interna de la empresa dentro de un periodo de seis meses, para que sus empleados se involucren en las acciones tomadas y se sientan parte de ella.

Campaña 1

Problema
Comunicacional

Confusión en la identidad
Corporativa

Objetivo
Comunicacional

Informar y reforzar en un
periodo de 3 meses la misión,
visión y valores corporativos

EXPECTATIVA

Se creó un personaje relacionado con el logo de la empresa y con los colores corporativos, es un personaje amigable y sociable que se va identificar con los empleados y va ser el encargado de informar y reforzar la misión, visión y valores corporativos



Expectativa

Para esta etapa se colocará en los espejos de los baños, el personaje y el slogan "Se acerca y será parte de ti"



INFORMATIVA



**Al encender el computador
estará la misión y visión**

INFORMATIVA



**En la hora del almuerzo
utilizar el televisor para
que el personaje
explique la filosofía de
la empresa**

**Regalar post it a los empleados
con el fondo de los valores**

RECORDACIÓN



Regalar muñeco de felpa para que lleven a sus hogares con la misión y visión en el pecho

RECORDACIÓN



Colocar en cada área un poster con misión, visión y valores corporativos

RECORDACIÓN



Fondo de pantalla de todos los computadores de la empresa con personaje

Campaña 1

Estrategias	Mensaje	Tácticas
Informar y reforzar en un periodo de 3 meses los rasgos culturales de la empresa	Misión, Visión y Valores Corporativos	
Expectativa	Se acerca y será parte de ti	Inserción de personaje, Espejos baños, bandeja de comida, computadores
Informativa	Explicar misión, visión y valores corporativos	Televisor en el almuerzo, fondo de pantalla, Post it, Computadores
Recordación	Reforzar rasgos culturales	Muñeco de Felpa, Fondo de pantalla

Cronograma Campaña 1

Campaña 1														
Cronograma en semanas														
Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Recursos Necesarios
Expectativa	Comunicación													Inserción de personaje, Espejos baños, bandeja de comida, computadores
Información	Comunicación y RRhh													Televisor en el almuerzo, fondo de pantalla, Post it, Computadores
Recordación	Comunicación y otras áreas													Muñeco de Felpa y fondo de pantalla computador

Presupuesto Campaña 1

Campaña 1		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Diseño personaje y materiales de implementación de campaña	1.500,00
Información	Materiales de implementación, Post it, Video Promocional	800,00
Recordación	Muñeco de felpa	300,00
	Total Campaña 1	2.600,00

Campaña 2

Problema
Comunicacional

Desconocimiento de la
identidad visual de la
empresa

Objetivo
Comunicacional

Difundir y fortalecer por seis meses
los colores corporativos, los
símbolos e imagen de la empresa

Expectativa



Colorear las herramientas de
trabajo con los colores
corporativos



Expectativa

A cada empleado regalar el logo de la empresa

INFORMATIVA

Evento de lanzamiento de la identidad visual, con la participación de los empleados y con la del personaje creado.

En la pantalla se pondrá un video explicando los usos y los errores de los usos en la identidad visual.

Este evento se realizará en la noche en la Plaza de las Américas.

INFORMATIVA



Cartelera por área y una general con los símbolos, colores corporativos de la empresa y los usos del logo.

RECORDACIÓN



Se cambiará los esferos por unos que tengan el logo y los colores corporativos

RECORDACIÓN



Toda la papelería de la empresa como cuadernos, libretas estarán con el logo y los colores corporativos

Campaña 2

Campaña 2

Estrategias	Mensaje	Tácticas
Difundir y fortalecer por seis meses los colores corporativos, los símbolos e imagen de la empresa	Colores Corporativos, símbolos e imagen de la empresa	
Expectativa	Insertar colores corporativos	Colorear herramientas de oficina, regalar pelotas con logo de la empresa
Informativa	Explicar identidad visual de la empresa	Evento de lanzamiento plaza de las Américas, video promocional y Cartelera
Recordación	Reforzar identidad visual de la empresa	Esferos y herramientas oficina

Cronograma Campaña 2

Campaña 2																										
		Cronograma en semanas																								
Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Recursos Necesarios
Expectativa	Comunicación	■	■	■	■																					Colorear herramientas de oficina, regalar pelotas con logo de la empresa
Informativa	Comunicación					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Evento de lanzamiento plaza de las Américas, video promocional y Carteleras
Recordación	Comunicación																				■	■	■	■	■	Esferos y herramientas oficina

Presupuesto Campaña 2

Campaña 2		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Colorear herramientas	200,00
Información	Organización evento, alquiler Plaza de las Américas, materiales de implementación	7.000,00
Recordación	Materiales de Implementación	200,00
	Total Campaña 2	7.400,00

Campaña 3

Problema
Comunicacional

Intercambio de información
insuficiente, falta de
herramientas de comunicación

Objetivo
Comunicacional

Desarrollar e implementar
herramientas eficientes de
comunicación y reducir en un 50%
el tiempo de respuesta de los
directivos hacia los empleados

Expectativa

Se pondrá un slogan en cada
puerta de entrada de las áreas
sociales y de trabajo que diga
Se acabaron las puertas

**Enviar un email y sms a cada
empleado con el mismo slogan**



INFORMATIVA

Realizar reuniones semanales

Realizar una reunión con toda la empresa, donde se explicará la nueva comunicación horizontal y las nuevas herramientas.

Se realizará boletines tipo trípticos semanales

Realizar periódico semestral con información interna, de cursos y seminarios y de nuevos proyectos.

Instalar un chat permanente y directo tanto con los directivos como con los técnicos, administrativos.

Se creará una cuadro de objetivos, donde cada área pondrá el objetivo con tiempo cuando, diariamente pondrán su avance.

Se colocará una campana cuando exista un nuevo cliente o un nuevo proyecto se tocará la campana para que todos sepan el éxito de la compañía.

INFORMATIVA



RECORDACIÓN

Se mantendrá las puertas abiertas siempre
Se regalará para que lleven a sus hogares un colgar puertas
con la imagen abstracta que diga el slogan
se acabaron las puertas
Enviar con los símbolos de la empresa el monitoreo diario de
noticias, así como información interna de la empresa como
logros, nuevos proyectos y nuevos clientes etc.
Producir una carpeta con la información institucional básica
para ser distribuida al personal.
Esta carpeta contendrá un folleto institucional, folletos de los
programas y el periódico semestral

RECORDACIÓN



Campaña 3		
Estrategias	Mensaje	Tácticas
Desarrollar e implementar herramientas eficientes de comunicación y reducir en un 50% el tiempo de respuesta de los directivos hacia los empleados	eficiente comunicación y mejores herramientas y canales para transmitir mensajes	
Expectativa Informativa	Se acabaron las puertas Explicar nuevas herramientas y forma de comunicación	Cuelga Puertas, mensajes email y sms Tripticos, Cuadro de Objetivos, reuniones semanales, Periodico Semestral, Chat y Campana
Recordación	Reforzar comunicación y herramientas	Carpeta de Información, Monitoreo de Medios, Cuelga Puertas y Puertas abiertas siempre

Campaña 3																										
		Cronograma en semanas																								
Actividad	Responsable	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	Recursos Necesarios
Expectativa	Comunicación	■	■	■																						Cuelga Puertas, mensajes email y sms
Informativa	Comunicación				■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	Tripticos, Cuadro de Objetivos, reuniones semanales, Periodico Semestral, Chat y Campana
Recordación	Comunicación																				■	■	■	■	■	Carpeta de Información, Monitoreo de Medios, Cuelga Puertas y Puertas abiertas siempre

Campaña 3		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Cuelga Puertas	100,00
Información	Materiales de Implementación	100,00
Recordación	Materiales de Implementación	600,00
	Total Campaña 3	800,00

Campaña 4

Problema
Comunicacional

Un clima laboral inestable, falta de integración, iniciativas aisladas

Objetivo
Comunicacional

Mejorar en un 10% el clima laboral y motivar a los empleados a desarrollar iniciativas comunes .

EXPECTATIVA

Slogan Conexión extrema

Poner en cada estación de trabajo un slogan que diga Conexión Extrema

Enviar una pelota de colores de la empresa, cada color debe ser de forma triangular y deben ser cinco colores.

Regalar a cada empleado llaveros que digan conexión extrema.



INFORMATIVA

Realizar un evento de integración en el Parque Metropolitana, una Gymkana de trabajo donde se mezclaran y trabajaran juntas todas las áreas. Los juegos tienen que ser de contenido tanto de los rasgos corporativos como de la identidad visual.

En este evento se desarrollarán juegos donde el resultado dependa del trabajo en equipo de cada integrante para que puedan conocerse y tener confianza uno con otro.

INFORMATIVA



RECORDACIÓN

La pelota enviada anteriormente tendrá una tarea grupal detrás del color triangular que deben realizar a la hora y día que dice en la pelota.

Esta misma actividad tendrán diferentes personas de otras áreas lo que lograra que se encuentren el mismo día y a la misma hora. Serán tareas fáciles como ir a ver un mensaje en recepción con un contenido institucional.

Se realizara reuniones mensuales para conocer posibles problemas y buscar soluciones.

Desarrollar un campeonato de bolos donde se realizaran equipos mezclando las áreas y después del trabajo vayan a un campeonato actividad programada para tres meses)

RECORDACIÓN



Campaña 4		
Estrategias	Mensaje	Tácticas
Mejorar en un 10% el clima laboral y motivar a los empleados a desarrollar iniciativas comunes		
Expectativa	Conexión Extrema	Llaveros, Slogan en Pantalla de Computador, Pelota de colores con tareas
Informativa	Integración y Motivación Laboral	Evento de Integración parque Metropolitano.
Recordación	Mantener el buen clima laboral y la integración de los empleados.	Reuniones, juego de tareas con la pelota de colores y campeonato de bolos

Campaña 4		
Cronograma en semanas		
Actividad	Responsable	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24
Expectativa	Comunicación	1 2 3 4
Informativa	Comunicación	5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18
Recordación	Comunicación	19 20 21 22 23 24
		Recursos Necesarios
		Llaveros, Slogan en Pantalla de Computador, Pelota de colores con tareas
		Evento de Integración parque Metropolitano.
		Reuniones, juego de tareas con la pelota de colores y campeonato de bolos

Campaña 4		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Materiales de Implementación	200,00
Información	Evento	1.000,00
Recordación	Materiales de Implementación	200,00
	Total Campaña 4	1.400,00

Presupuesto General		
Campaña 1		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Diseño personal y materiales de implementación de campaña	1.500,00
Información	Materiales de implementación, Post it, Video Promocional	800,00
Recordación	Muñeco de felpa	200,00
	Total Campaña 1	2.500,00
Campaña 2		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Colocar honorarios	200,00
Información	Organización evento, alquiler Plaza de las Américas, materiales de implementación	7.000,00
Recordación	Materiales de implementación	200,00
	Total Campaña 2	7.400,00
Campaña 3		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Cuadros Puertes	200,00
Información	Materiales de implementación	200,00
Recordación	Materiales de implementación	800,00
	Total Campaña 3	800,00
Campaña 4		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Materiales de implementación	200,00
Información	Evento	1.000,00
Recordación	Materiales de implementación	200,00
	Total Campaña 4	1.400,00
	Total Presupuesto	12.200,00

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EXTERNA



Rebeca Espinel
62377



Entrevistas

- Se entrevistó a
 - Andrea Ganzenmuller – Directora de Aves&Conservación
 - Magdalena López - Coordinadora de Proyectos
- De la entrevista se determinó:
 - cuatro públicos externos
 - cuatro problemas comunicacionales

Problemas de Comunicación

Problemas de
Comunicación Externa



- Falta de planificación
- Falta de una estrategia clara de comunicaciones
- Falta de coherencia en la imagen institucional
- Falta de objetivos claros de comunicación

Soluciones Planteadas

Soluciones Planteadas



- Preparación e implementación de un plan de comunicaciones
- Creación de un comité de comunicaciones
- Creación de un plan de medios
- Desarrollo de nuevas herramientas de comunicación



Mapa de Públicos

Públicos			
Públicos	Sub-públicos	Modo de Relación	
Medios de Comunicación	Televisión	Líderes de Opinión	Difunden los proyectos realizados por Aves & Conservación
		Presentadores	
		Jefe de Noticias	
		Productor de Programa	
		Gerente General	
	Radio	Locutor	
		Jefe de Cabina	
		Productor de Programa	
		Gerente General	
	Prensa Escrita	Jefe de Redacción	
		Jefe de Edición	
		Reportero	
		Jefe de Noticias sección Ambiente y Ciudad	
		Editores	
	Jefe de Secciones		

Mapa de Públicos

Públicos				
Públicos	Sub-públicos		Modo de Relación	
Comunidad	Sector Nono-Tandayapa	Jefes Barriales	Comunidad donde se están desarrollando proyectos de Aves & Conservación	
		Sacerdotes		
	Sector Guanguiltahua	Sacerdotes		
		Jefes Barriales		
	Sector Capilla del Hombre	Jefes Barriales		
		Sacerdotes		
	Sector Ashintaco	Jefes Barriales		
		Sacerdotes		
	Sector Centro Norte	Amas de Casa		Personas que se empleará el plan piloto de concientización
		Estudiantes		
Profesionales				

Mapa de Públicos

Públicos	Sub-públicos		Modo de Relación	
Estudiantes	Colegios	Profesores	Son parte importante para el componente de capacitación, que realiza Aves & Conservación. Asisten a la quebrada de observación del Parque Metropolitano	
		Rector		
		Alumnos		
		Tutores		
		Coordinador Pedagógico		
	Escuela	Profesores		
		Rector		
		Alumnos		
		Tutores		
		Coordinador Pedagógico		
Profesionales, Universitarios	Profesionales	Ing. Ambientales	son parte importante para el componente de capacitación sobre manejo y conservación de las aves. Realizan supervisión y evaluación del trabajo realizado	
		Biólogos		
		Prof. relacionados con materias sociales		
		Veterinarios		
	Universitarios	Alumnos de las carreras Ambientales, biológicas y zootecnia		Alumnos de las carreras Ambientales, biológicas y zootecnia
				Profesores de carreras las carreras Ambientales, biológicas y zootecnia

OBJETIVO GENERAL



Proyectar para la comunidad nacional una imagen de Aves & Conservación como una organización moderna, confiable, eficiente y pluralista, dedicada a la conservación e investigación de aves en la región ecuatoriana.



Medios de Comunicación



Incentivar a que los medios de comunicación le den mayor espacio y difusión a la conservación de las aves y a los proyectos de Aves& Conservación



Estrategia	Mensaje	Tácticas	Responsabilidad
Expectativa	Pronto será la única forma que lo podrás ver	Postal de aves en peligro de extinción y slogan; Aves en peligro de extinción en madera	Dep. Comunicación Aves&Conservación
Informativa	Depende de todos conservarlos	Desayuno de prensa, Visita guiada a la quebrada de Ashintaco en el parque Metropolitano, Invitación de Aves, Kit Periodístico, Video Informativo, Agenda, camisetas y gorras	Dep. Comunicación y Dep. Técnico de Capacitación
Recordación	Depende de todos conservarlos	Memory Flash con logo de la empresa e información sobre la protección de aves, Calendario de Aves&Conservación	Dep. Comunicación

Expectativa

Enviar postal con slogan
"Pronto será la única forma que los podrás ver"





Pronto será la única forma que los podrás ver

Expectativa

- Enviar ave de madera para Gerentes de Medios de Comunicación y Jefes de Noticias



Informativa

- Desayuno informativo sobre los proyectos de Aves & Conservación y la importancia de proteger a las aves que habitan en el Ecuador.
- Visita guiada al proyecto de la quebrada del Parque Metropolitano, para que comprendan lo importante de conservar las diversas especies de aves que existen en ese sector.



Informativa

Invitación a
Desayuno y Visita a
la quebrada de
Ashintaco.

Texto en la parte posterior



Informativa

Material para
Desayuno: Kit
Periodístico
Agenda, Revista de
Aves &
Conservación,
Libreta con logo y
Postal con slogan
"Depende de todos
Conservarlos" y
video Informativo



Informativa



AVES & CONSERVACIÓN
AVIARQUITECTURA EN COLOMBIA

Recordación

Después de la visita guiada
enviar:
Memory flash
Calendario
Postal



AVES & CONSERVACIÓN
AVIARQUITECTURA EN COLOMBIA

Recordación



Cronograma				
	Periodo Mensual			
Estrategia	1	2	3	4
Expectativa				
Informativa				
Recordación				

Campaña 1		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Diseño y envío Postal de aves en peligro de extinción y slogan; Diseño, confección y envío de Ave en peligro de extinción en madera	2.500,00
Informativa	Desayuno 50 personas en Hotel, Visita guiada a la quebrada de Ashintaco en el parque Metropolitano, Diseño y envío de Invitación de Aves, Elaboración de Kit Periodístico, Producción de Video Informativo, Agenda, Confección de camisetas y gorras para visita	8.900,00
Recordación	Memory Flash con logo de la empresa e información sobre la protección de aves, diseño e impresión de Calendario de Aves&Conservación	1.350,00
	Total USD	12.750,00

Comunidad



Difundir el trabajo de Aves&Conservación
Mantener una imagen institucional positiva

Fortalecer la imagen de Aves & Conservación como una organización líder en la promoción de responsabilidad social

Estrategia	Mensaje	Tácticas	Responsabilidad
Expectativa	Estamos buscándolo	Paleta luminosa en sector Centro Norte, Pintura en Canchas Deportivas de barrios aledaños a los proyectos, Paradas de Buses	Dep. Comunicación Aves&Conservación
Informativa	Reconoces estas Aves? Entonces gozas de mucha fortuna. Tal vez tus hijos ya no la tengan... En Aves&Conservación trabajamos por conservarlas, ayúdanos a hacerlo.	Mensaje interior articulados del Trole bus, línea 1. Mensaje en buses Cunas radiales en horario rotativo	Dep. Comunicación
Recordación	trabajamos en tres proyectos para conservarlo, tu puedes ayudarlo	En canchas Deportivas, Inserción en factura de agua Potable e Información de Misa Dominical	Dep. Comunicación

Expectativa

Paleta luminosa en sector Centro Norte



Estamos buscándolo



Expectativa



Informativa

- Se desarrollará una campaña social conjuntamente con el Municipio de Quito en el sector Centro Norte, en la línea de transporte 1 del Trole bus.
- Los usuarios de este transporte pueden aportar un centavo para apoyar en la conservación de las aves en peligro de extinción.
- Se realizará en las comunidades aledañas a los proyectos, reuniones barriales explicando los beneficios de conservar las aves.

Informativa

Dentro de los articulados del Trole Bus



Informativa



Recordación

Se pondrá en las facturas de Agua el mensaje "trabajamos en tres proyectos para conservarlo, tu puedes ayudarlo". Este mismo mensaje estará en las hojas entregadas en la misa dominical.

Factura Nro. 001-012-932305

CLIENTE: 54294735 **RUC:** 1708764218

CLIENTE: DUCHENLIVOS TORRES JUAN ELIAS **RESIDUO:**

EMPRESA: CONSERVACION PAJESTIC REAL 104 C 87 **WATER:** 2008/02/21 **SEWERAGE:** 2008/02/19

PLAZA PUEBLO, Edif. 35 **WATER:** 137 **SEWERAGE:** 153

DESCRIPCION DE SERVICIOS:

PERIODO	WATER	SEWERAGE
00-00	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09	0	0
10-10	0	0
11-11	0	0
12-12	0	0
01-01	0	0
02-02	0	0
03-03	0	0
04-04	0	0
05-05	0	0
06-06	0	0
07-07	0	0
08-08	0	0
09-09</		

	Periodo Mensual						
Estrategia	1	2	3	4	5	6	7
Expectativa							
Informativa							
Recordación							

Campaña 2		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Paleta luminosa en sector Centro Norte, Pintura en Canchas Deportivas de barrios aledaños a los proyectos, Paradas de Buses	8.500,00
Informativa	Mensaje interior articulados del Trole bus, línea 1. Mensaje en buses, Cunas en horarios rotativos radios de la comunidad	10.480,00
Recordación	En canchas Deportivas, Inserción en factura de agua Potable e Información de Misa Dominical	3.500,00
	Total Usd	22.480,00

Estudiantes

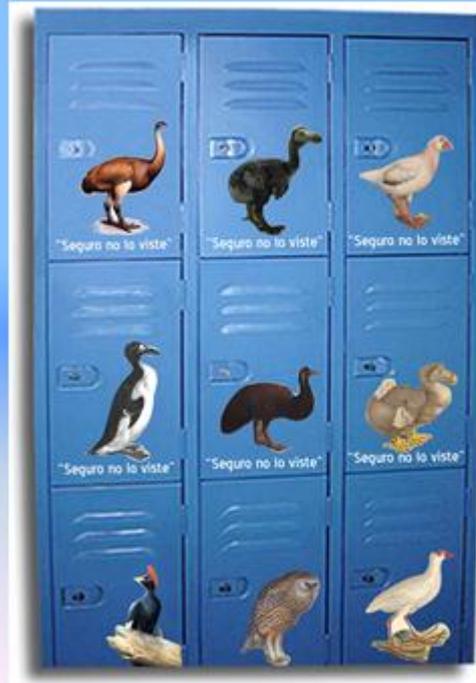


Incrementar la participación en un 10% de los estudiantes y maestros en las visitas guiadas por los proyectos de Aves&Conservación
Incentivar a conservar el hábitat de las aves



Estrategia	Mensaje	Tácticas	Responsabilidad
Expectativa	Seguro no lo viste	Pizarrones de Clases, Casilleros de Colegios, letreros bar de colegios	Dep. Comunicación Aves&Conservación
Informativa	seguro no lo viste... Porque ya no existe... pero aun existen muchas especies que se pueden salvar... .. Aves & Conservación trabajando en conservarlos, tu puedes ser parte...	Mensaje en Buses escolares en el vidrio, camisetas y gorros con logo para visitas a los proyectos, envío del mensaje por sms y email, pauta en facebook y twitter con el mismo mensaje. Rediseño de Pagina Web, creación de una pagina en Facebook y en Twitter de Aves&Conservación.	Dep. Comunicación, Dep de Capacitación
	Recordación	seguro no lo viste... Porque ya no existe... pero aun existen muchas especies que se pueden salvar... .. Aves & Conservación trabajando en conservarlos, tu puedes ser parte... Memory Flash, Pelota de Aves&Conservación, Pulseras	

Expectativa



AVES & CONSERVACIÓN
AVIARQUE EN EL MUNDO

Expectativa



Informativa



Informativa



Recordación



Recordación



Cronograma						
	Periodo Mensual					
Estrategia	1	2	3	4	5	6
Expectativa						
Informativa						
Recordación						

Campaña 3		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Pizarrones de Clases, Casilleros de Colegios, Letreros bar de colegios	6.000,00
Informativa	Buses escolares en la parte de atrás en el vidrio, camisetas y gorros con logo para visitas a los proyectos, envío del mensaje por sms y email, pauta en facebook y twitter con la mismo mensaje. Rediseño de Pagina Web, creación de una pagina en Facebook y en Twitter de Aves&Conservación. Visitas guiadas a la quebrada de Ashintaco	25.000,00
Recordación	Memory Flash, Pelota de Aves&Conservación, Pulseras	1.000,00
	Total	32.000,00

Profesionales y Universitarios



Motivar la participación de profesionales en los proyectos de Aves & Conservación
 Fomentar espacios de debates referente a la conservación y protección de aves en la región ecuatoriana

Estrategia	Mensaje	Tácticas	Responsabilidad
Expectativa	Pronto nos reuniremos	Invitación en forma de Ave, enviada al público antes mencionado . Cupo para el seminario 150 participantes	Dep. Comunicación Aves&Conservación
Informativa	Llego la Hora... Invitación al Seminario Internacional sobre Conservación de Aves en la región ecuatoriana	Maletín con logo de Aves& Conservación, esferos, libretas, tarjetas de identificación. Creación de una página web específica para el seminario, envío de mailing con información del evento.	Dep. Comunicación, Dep. Técnico, Proyectos.
Recordación	Aves&Conservación	Certificado del Seminario, Memory Flash con las ponencias de los expertos y pelota con paisaje de Quito y logo de Aves&Conservación	Dep. Comunicación

Expectativa

Invitación al Seminario
Internacional con la frase "Pronto
nos reuniremos"

AVES & CONSERVACIÓN
ASOCIACIÓN DE PROFESIONALES



Expectativa



Cupos para el seminario: 150 Profesionales y
Universitarios, 15 Expositores internacionales y
10 Nacionales

Informativa

Se realizará un Seminario Internacional con expertos internacionales en conservación de hábitat y protección de aves .

Se invitará a Profesionales y Universitarios Ecuatorianos relacionados con el área ambiental, biología, Botánica y Zootécnica

El cupo del Seminario será de 150 Profesionales y Universitarios con 15 expositores internacionales y 10 Nacionales.

La duración del curso será de dos días.

Informativa

Se realizara una página web especifica para el seminario, donde pueden inscribirte y posterior ver presentaciones, conferencias y talleres



Informativa



Informativa



Recordación

Certificado del
Seminario
Internacional
Se entregará
Memory Flash
con las
ponencias
realizadas por los
expositores



Recordación



Campaña 4		
Presupuesto		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Invitación en forma de Ave, enviada al público antes mencionado	1.500,00
Informativa	Maletín con logo de Aves& Conservación, esferos, libretas, tarjetas de identificación. Creación de una página web específica para el seminario, envío de mailing con información del evento, Hotel.	20.000,00
Recordación	Certificado del Seminario, Memory Flash con las ponencias de los expertos y pelota con paisaje de Quito y logo de Aves&Conservación. Cena de Clausura	2.000,00
Total USD		23.500,00

Presupuesto Global de Campaña de Comunicación Externa		
Campaña 1		
Detalle	Concepto	Valores
Expectativa	Diseño y envío Postal de aves en peligro de extinción y slogan; Diseño, confección y envío de Ave en peligro de extinción en madera	2.500,00
Informativa	Desayuno 30 personas en Hotel, Visita guiada a la quebrada de Ahintaco en el parque Metropolitano, Diseño y envío de Invitación de Aves, Elaboración de Kit Periódico, Producción de Video Informativo, Agenda, Confección de camisetas y gomas para visita	8.900,00
Recordación	Memory Flash con logo de la empresa e información sobre la protección de aves, Calendario de Aves&Conservación	1.350,00
Campaña 2		
Expectativa	Paleta luminosa en sector Centro Norte, Pintura en Canchas Deportivas de barrios aledaños a los proyectos, Paredes de Buses	8.500,00
Informativa	Mensaje interior articulados del Trole bus, línea 1. Mensaje en buses, Cunas en horarios rotativos radios de la comunidad	10.480,00
Recordación	En canchas Deportivas, Inserción en factura de agua Potable e Información de Misa Dominical	3.500,00
Campaña 3		
Expectativa	Pizarrones de Clases, Casilleros de Colegios, letreos bar de colegios	6.000,00
Informativa	Buses escolares en la parte de atrás en el vidrio, camisetas y gomas con logo para visitas a los proyectos, envío del mensaje por sms y email, pauta en facebook y twitter con la mismo mensaje. Rediseño de Pagina Web, creación de una pagina en Facebook y en Twitter de Aves&Conservación. Visitas guiadas a la quebrada de Ahintaco	25.000,00
Recordación	Memory Flash, Pelota de Aves&Conservación, Pulsares	1.000,00
Campaña 4		
Expectativa	Invitación en forma de Ave, enviada al público antes mencionado	1.500,00
Informativa	Maletín con logo de Aves& Conservación, esferos, libretas, tarjetas de identificación. Creación de una página web específica para el seminario, envío de mailing con información del evento, Hotel.	20.000,00
Recordación	Certificado del Seminario, Memory Flash con las ponencias de los expertos y pelota con paisaje de Quito y logo de Aves&Conservación. Cena de Clausura	2.000,00
Total General Campaña Comunicación		90.730,00