



Vitamina Comunicaciones nace con la idea de brindar una solución a nivel comunicacional, para inyectar vitalidad e innovación a todas aquellas organizaciones que requieran de sus servicios.

## Vitamina

Es lo que queremos inyectar a tu organización, es esa dosis de fuerza y vitalidad que todos necesitamos para un desarrollo sólido y sostenible.

## Misión:

Vitamina es una agencia de comunicación global que a través de estrategias vitales, potencian la imagen y la reputación de las organizaciones.

## Visión:

En los próximos tres años ser una agencia de comunicación posicionada por ser el complemento ideal para el crecimiento sostenido y fuerte en el mercado.

## Valores y Filosofía:

- Vitamina A: Esencial para el crecimiento y para mejorar la visión.  
Crecer y alcanzar las metas es muy importante para tu empresa, para esto se necesita una visión clara de cada uno de los objetivos planteados a futuro, nosotros lo reforzamos.

- Vitamina B: Produce energía y vitalidad.  
Inyectar a tu organización la energía que necesita para desarrollar todas las estrategias vitales para el crecimiento.
  
- Vitamina C: Refuerza las defensas y evita el envejecimiento.  
Reforzar tus estrategias que son las defensas en los momentos de crisis, para lograr que tu empresa se mantenga fresca, sólida, y llena de energía.
  
- Vitamina D: Ayuda al desarrollo corporal.  
Es la mejor herramienta para establecer estrategias sólidas que aseguren un crecimiento corporativo sostenible.

## Servicios:

1. Relaciones Públicas:
  - a. Media Training:
  - b. Monitoreo de medios y Clipping.
  - c. Tour de medios.

Nos encargamos de capacitar y entrenar sólidamente en el trato con los medios de comunicación (entrevistas, ruedas de prensa, etc.). Brindando las herramientas necesarias para expresar con efectividad lo que desea decir. Además monitoreamos las noticias en las que aparece la empresa, el producto, o el tema de interés. Esto nos permite saber qué se está diciendo sobre la organización en los medios de comunicación. De esta forma se puede comprobar si los mensajes que se intenta transmitir llegan correctamente al grupo de interés.

También organizamos la programación de entrevistas en distintos medios de comunicación, según el target y las prioridades establecidas por cada cliente. De esta manera poder difundir de mejor manera la información.

2. Comunicación Interna:
  - a. Auditoría de comunicación interna, evaluar herramientas y canales.
  - b. Presentación de diagnóstico y resultados.

- c. Presentación e implementación de campañas.

En la comunicación interna nos dirigimos a un cliente primordial, los colaboradores. Gracias a esto se construye una identidad corporativa, que esta basada en su cultura organizacional. De esta manera se crea mayor compromiso por parte de los empleados, pues se les brinda herramientas donde ellos se mantengan informados, y también la capacidad de dar a conocer su opinión.

### 3. Eventos Corporativos:

- a. Presentación/lanzamiento de productos/servicios.
- b. Ferias.

Diseño, planificación y producción de congresos, festivales, ceremonias, convenciones, ferias, u otro tipo de reuniones empresariales.

### 4. Comunicación en Crisis:

- a. Análisis de la situación de la empresa y sus grupos de interés.
- b. Posibles crisis con sus diferentes stakeholders.
- c. Soluciones responsables y creación de un Manual para momentos de crisis.

Los planes de comunicación de crisis no se hacen durante las crisis, hay que tenerlos de antemano, hay que prever qué hacer, quién es el responsable y de qué. Se debe establecer el procedimiento a seguir, que sea alineado a la cultura de la organización. La gente debe estar preparada, especialmente aquellas personas que se relacionen con los grupos de interés o que estén expuestos a los medios.

### 5. Responsabilidad Social:

- a. Conocer los retos para el sector.
- b. Importancia para los grupos de interés.
- c. Normativa legal, acuerdos o pactos.
- d. Fortalecer la estrategia de la organización.
- e. Analizar qué podría constituir un riesgo para la empresa.

El objetivo de la responsabilidad empresarial es hacer negocios basados en principios éticos, y apegados a la ley. La empresa (no el empresario) tiene un rol ante la sociedad, y el entorno en el cual opera, por lo que se debe responder ante esa

obligación. Hacer RSE mejora la productividad, la lealtad del cliente, crea acceso a nuevos mercados, y aumenta la credibilidad de la empresa. Practicar Esta cultura es una forma de hacer negocios que le garantiza mayor sostenibilidad a lo largo del tiempo a la empresa y crecimiento económico.

## Cientes:

1. Texticom: Realizamos una auditoría de comunicación interna, y presentamos campañas que solucionen los problemas encontrados, tras la auditoría. Tuvo cuatro etapas, más la presentación de un personaje institucional.
2. Fundación por una Vida: Organizamos dos eventos para recaudar fondos para la fundación, que fueron empleados en la mejora de las instalaciones.
3. Sociedad Ecuatoriana de Dermatología: Creamos y desarrollamos una campaña de la mano de Suncare para la Sociedad Ecuatoriana de Dermatología, con el objetivo de concientizar a la ciudadanía del cuidado que deben tener con el sol, esto bajo el marco de Responsabilidad Social.