



# CAMPAÑAS INTERNAS

Ana María Carvajal  
Alexandra Rivadeneira

Diciembre, 2011

# RASGOS CULTURALES

2

1. Misión
2. Visión
3. Valores
4. Política de Calidad

## MISIÓN

Satisfacer las necesidades de clientes, consumidores internos y externos elaborando y comercializando productos farmacéuticos que cumplan con las especificaciones en calidad y servicios. Mediante el uso de la infraestructura adecuada impulsar la investigación e innovación de productos, conjuntamente con un plan de desarrollo para nuestro personal.

## VISIÓN

Ser empresa líder e innovadora en el mercado farmacéutico ofreciendo productos farmacéuticos, biológicos y biotecnológicos de alto nivel tanto en el ámbito veterinario y humano con calidad de exportación cumpliendo las expectativas de los clientes.

# VALORES

- Desarrollo
- Calidad
- Servicio



# POLÍTICA DE CALIDAD

Contribuir con la sanidad animal al brindar productos de calidad cumpliendo y superando los requisitos del cliente y del sistema de gestión de calidad comprometiéndonos a la mejora continua y al desarrollo sostenible.

# PLAN DE COMUNICACIÓN

7

1. **Objetivos Generales**
2. **Temática General**
3. **Tácticas y Estrategias**

## OBJETIVOS GENERALES

- Reforzar el conocimiento sobre la identidad de CCLabs entre sus colaboradores
- Mejorar la efectividad de las herramientas del sistema de comunicación interno de CCLabs, para facilitar la interacción entre sus colaboradores



## TEMÁTICA GENERAL

La campaña de comunicación interna tendrá como temática a **La Familia**, en torno a la que se genera:

- Sentido de pertenencia
- Espacios de interacción
- Respuesta a sus demandas
- Escucha de sus miembros

## ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

ESTRATEGIA	TÁCTICA
Campaña “Mi sentido de Pertenencia”	<p><b>Café CCLabs</b>  <b>Objetivo:</b> Recordar y posicionar la misión y los colores corporativos de CCLabs.</p>
Campaña “Mis espacios de Interacción”	<p><b>Carteleras CCLabs</b>  <b>Objetivo:</b> Proveer información actualizada y pertinente mediante la creación de tres carteleras: corporativa, social y por área.</p>

# ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS

ESTRATEGIA	TÁCTICA
Campaña “Respuesta a mis Demandas”	<p><b>Feria de Capacitaciones CCLabs</b>  <b>Objetivo:</b> Investigar espacios de capacitación y que cada uno se encargue de “pagar” por el que considere el mejor y más adecuado de acuerdo a (fechas, syllabus y costos).</p>
Campaña “Escuchando sobre mí”	<p><b>Desayunos CCLabs</b>  <b>Objetivo:</b> Generar un espacio de diálogo permanente entre jefes de área y colaboradores. Espacio mensual y fuera del horario de oficina.</p>

# CAMPAÑA UNO

12

1. **Diagnóstico de la Auditoría**
2. **Objetivos Específicos**
3. **Fase de Expectativa**
4. **Fase de Implementación**
5. **Fase de Recordación**
6. **Cronograma**

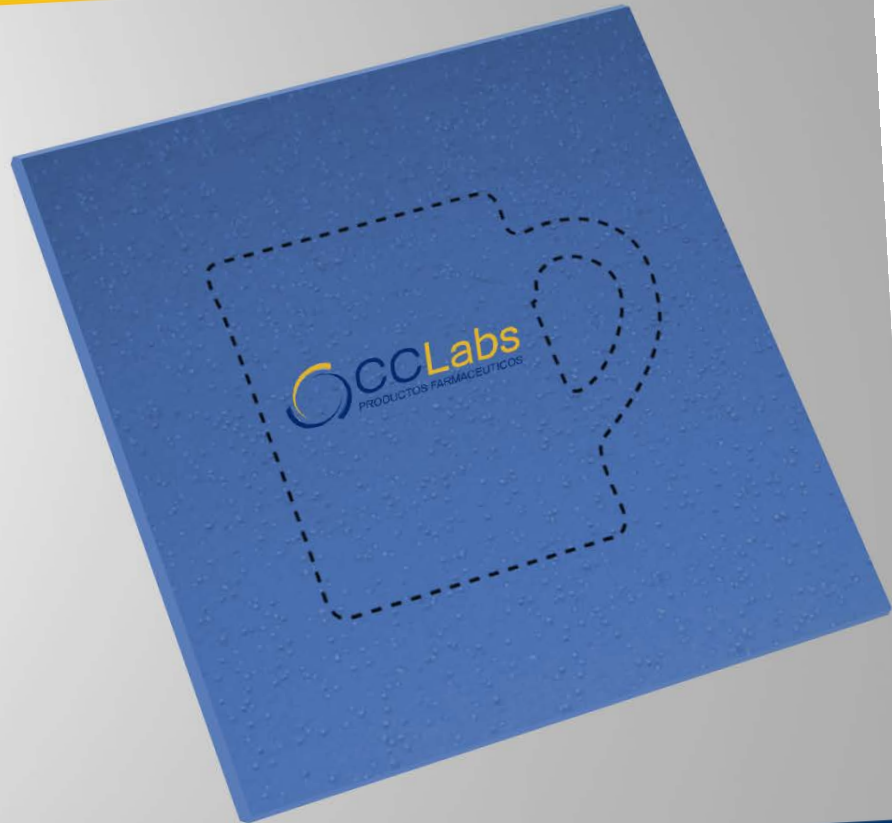
## DIAGNÓSTICO DE LA AUDITORÍA

- El 60% de los encuestados no supo reconocer la misión de CCLabs
- El 12% de los encuestados asegura que uno de los colores corporativos es el blanco y el 5% también afirma que tiene el color amarillo. Ambos grupos están errados en su respuesta, dado que los colores corporativos son el azul y el naranja

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Sobre la Identidad (Misión y Colores Corporativos):
  - Posicionar la misión de CCLabs durante el primer trimestre del año 2012, para lograr que el 75% de sus colaboradores la reconozcan
  - Informar los colores corporativos de CCLabs durante el primer trimestre del año 2012, para reducir al 1% la idea equivocada de que el amarillo y el blanco forman parte de ellos

# FASE DE EXPECTATIVA



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – INVITACIÓN



→ Tiro

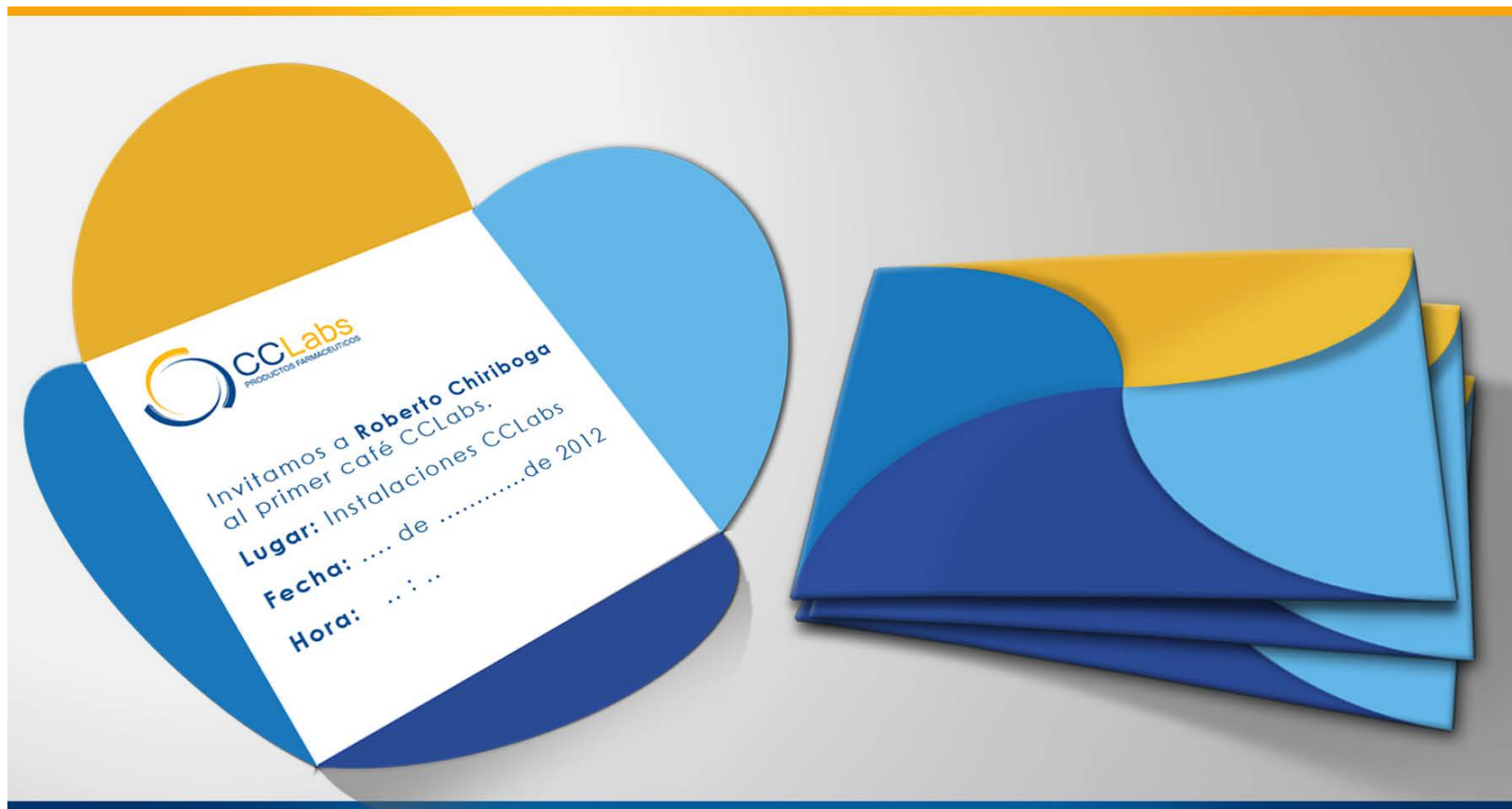


# FASE DE IMPLEMENTACIÓN - INVITACIÓN



→ Retiro

# FASE DE IMPLEMENTACIÓN - INVITACIÓN



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN - CAFÉ CCLABS



# FASE DE RECORDACIÓN – JARROS



→ Frontal

# FASE DE RECORDACIÓN – JARROS

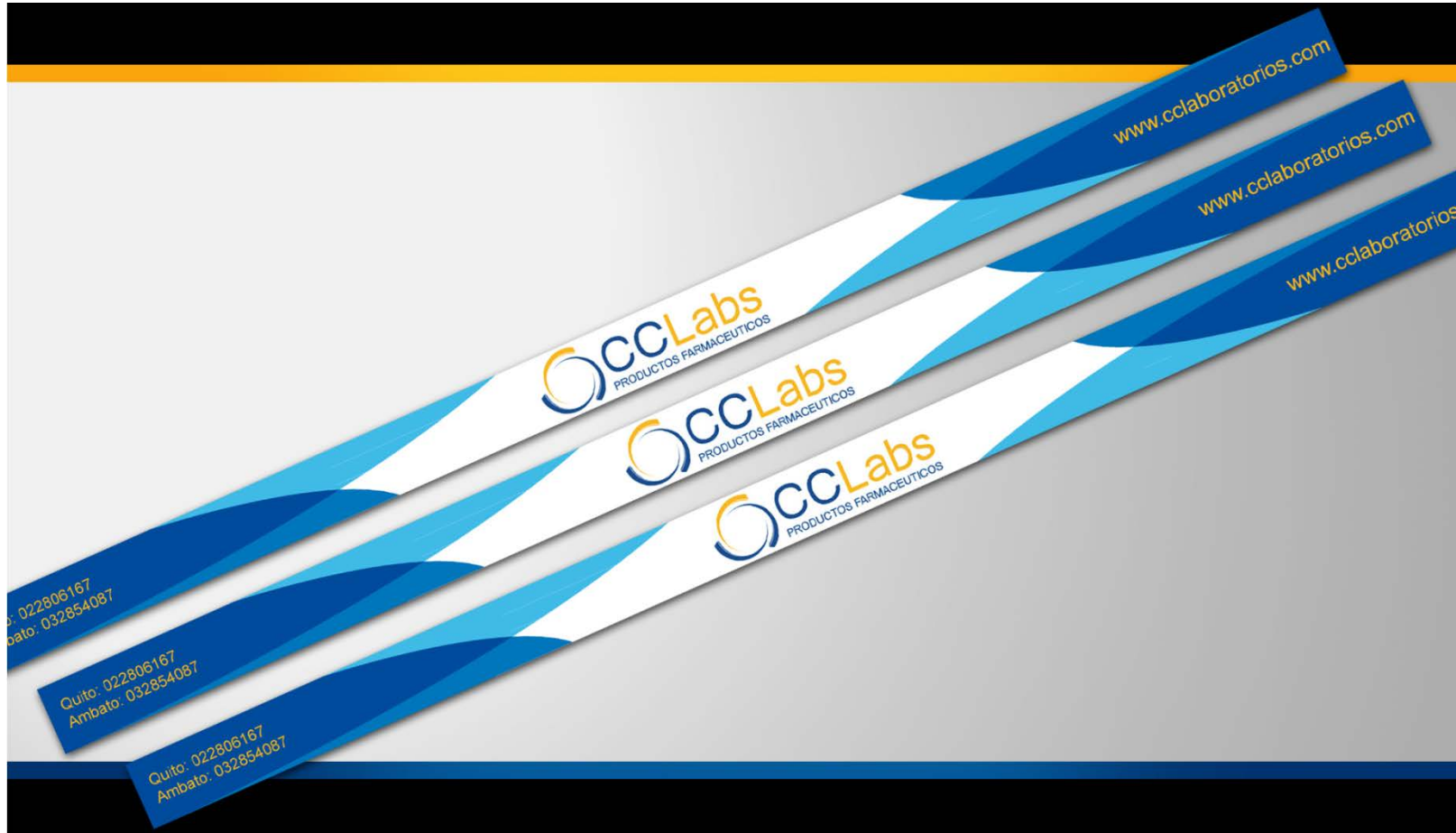


→ Posterior

# FASE DE RECORDACIÓN – JARROS



# FASE DE RECORDACIÓN – PULSERAS



# CRONOGRAMA

## PLAN DE COMUNICACIÓN CCLabs - 2012 CAMPAÑA UNO

MESES	ENERO				FEBRERO				MARZO			
SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
FASE	EXPECTATIVA				IMPLEMENTACIÓN				RECORDACIÓN			
ACTIVIDADES	■											
				■								
					■	■						
							■					
								■				
									■	■		
									■	■		
											■	■

### Simbología:



- Diseño de tazas en Fomix
- Envío y distribución de tazas en Fomix
- Diseño e impresión de invitaciones para el Café CCLabs
- Recordatorio de invitación para el Café CCLabs (seguimiento por e-mail)
- Café CCLabs (Jueves 29 de febrero). En las instalaciones de CCLabs - Quito
- Diseño e impresión de jarros para recordación de misión
- Diseño e impresión de pulseras para recordar colores corporativos
- Envío y distribución de jarros y pulseras



# CAMPAÑA DOS

25

1. **Diagnóstico de la Auditoría**
2. **Objetivos Específicos**
3. **Fase de Expectativa**
4. **Fase de Implementación**
5. **Fase de Recordación**
6. **Cronograma**

## DIAGNÓSTICO DE LA AUDITORÍA

- El 55% de los encuestados afirmó informarse diariamente gracias a las reuniones de trabajo
- El 24% de los encuestados asegura que el tipo de información provista por CCLabs es fiable, el 23% asegura que es actualizada y el 21% dice que es necesaria
- Un 25% de los encuestados asegura que la información no es precisa y tampoco suficiente

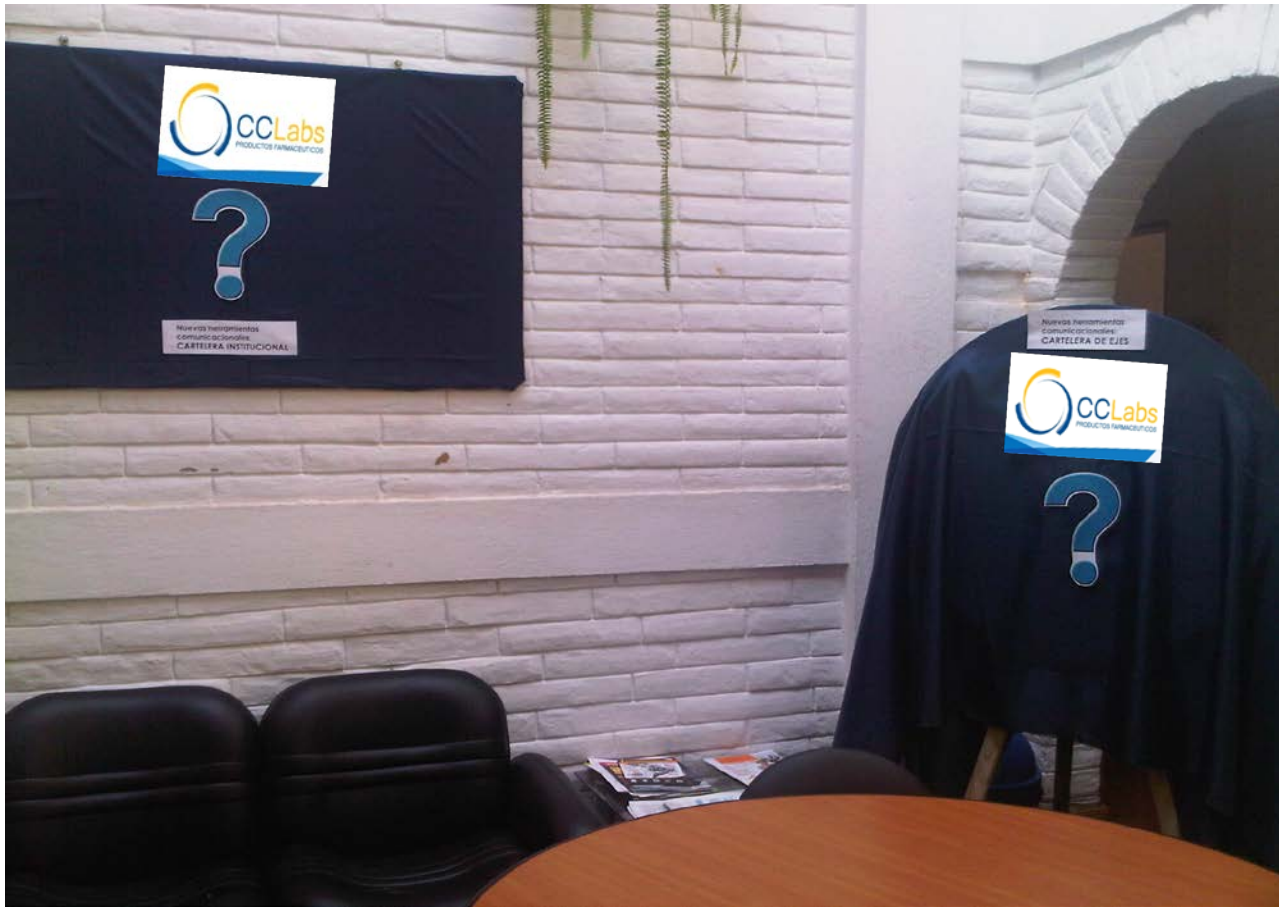
## OBJETIVO ESPECÍFICO

2. Sobre las Tácticas de Comunicación:
  - Proveer de espacios adecuados para la difusión de la información entre los colaboradores de CCLabs, durante el segundo trimestre del año 2012, para lograr que el 50% de ellos la considere fiable, actualizada y pertinente

# FASE DE EXPECTATIVA – CARTELERA CUBIERTA



# FASE DE EXPECTATIVA – CARTELERA CUBIERTA



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – RULETA POR ÁREA



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – CARTELERA SOCIAL



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – CARTELERA CORPORATIVA



## Misión

Satisfacer las necesidades de clientes, consumidores internos y externos elaborando y comercializando productos farmacéuticos que cumplan con las especificaciones en calidad y servicios. Mediante el uso de la infraestructura adecuada impulsar la investigación e innovación de productos, conjuntamente con un plan de desarrollo para nuestro personal.

## Política de Calidad

Contribuir con la sanidad animal al brindar productos de calidad cumpliendo y superando los requisitos del cliente y del sistema de gestión de calidad comprometiéndonos a la mejora continua y al desarrollo sostenible.

## Visión

Ser empresa líder e innovadora en el mercado farmacéutico ofreciendo productos farmacéuticos, biológicos y biotecnológicos de alto nivel tanto en el ámbito veterinario y humano con calidad de exportación cumpliendo las expectativas de los clientes.



# FASE DE RECORDACIÓN – DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN SOLICITADA



# FASE DE RECORDACIÓN – DESCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN SOLICITADA



## 1. MARCA EN TU CALENDARIO

- PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE TU ÁREA
- PUNTOS RELEVANTES

## 2. REUNIONES INTERNAS

- TEMA DE LA REUNIÓN
- QUIÉNES ASISTIRÁN

## 3. NOTICIAS

- RESUMEN DE LA REUNIÓN
- CAMBIOS QUE SE IMPLEMENTARÁN

## 4. RELACIONES EXTERNAS

- NUEVAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS
- PROYECTO SOCIAL CCLABS

## 5. WIKILABS

- LO MÁS CURIOSO DE LA SEMANA
- LOS MEJORES MOMENTOS DE LA FAMILIA CCLABS



# CRONOGRAMA

## PLAN DE COMUNICACIÓN CCLabs - 2012 CAMPAÑA DOS

MESES	ABRIL				MAYO				JUNIO			
SEMANA	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
FASE	EXPECTATIVA				IMPLEMENTACIÓN				RECORDACIÓN			
ACTIVIDADES												

### Simbología:



- Compra de dos carteleras rectangulares
- Diseño y elaboración de cartelera - ruleta
- Cobertura de las tres carteleras
- Invitación por mail para la develación de las carteleras nuevas
- Exposiciones para las diversas áreas sobre el uso y finalidad de las carteleras
- Recordatorio por mail para cada área sobre los temas para la cartelera
- Acompañamiento en la elaboración de los espacios designados a cada área

# CAMPAÑA TRES

36

1. **Diagnóstico de la Auditoría**
2. **Objetivos Específicos**
3. **Fase de Expectativa**
4. **Fase de Implementación**
5. **Fase de Recordación**
6. **Cronograma**

## DIAGNÓSTICO DE LA AUDITORÍA

- El 33% de los encuestados afirma haber realizado sugerencias; de ellos, el 49% se dirigieron a un inmediato superior
- El 40% de los encuestados afirma estar interesado, (y haberlo expresado como sugerencia), en recibir información en torno a capacitación

## OBJETIVO ESPECÍFICO

3. Sobre las sugerencias:
  - Crear espacios de diálogo para los colaboradores de CCLabs, en los que se den a conocer diferentes opciones de capacitación en sus áreas de interés, durante el tercer trimestre del año 2012, para alcanzar a cubrir las expectativas del 40% que realizó esa sugerencia

# FASE DE EXPECTATIVA – EL CRÉDITO CCLABS

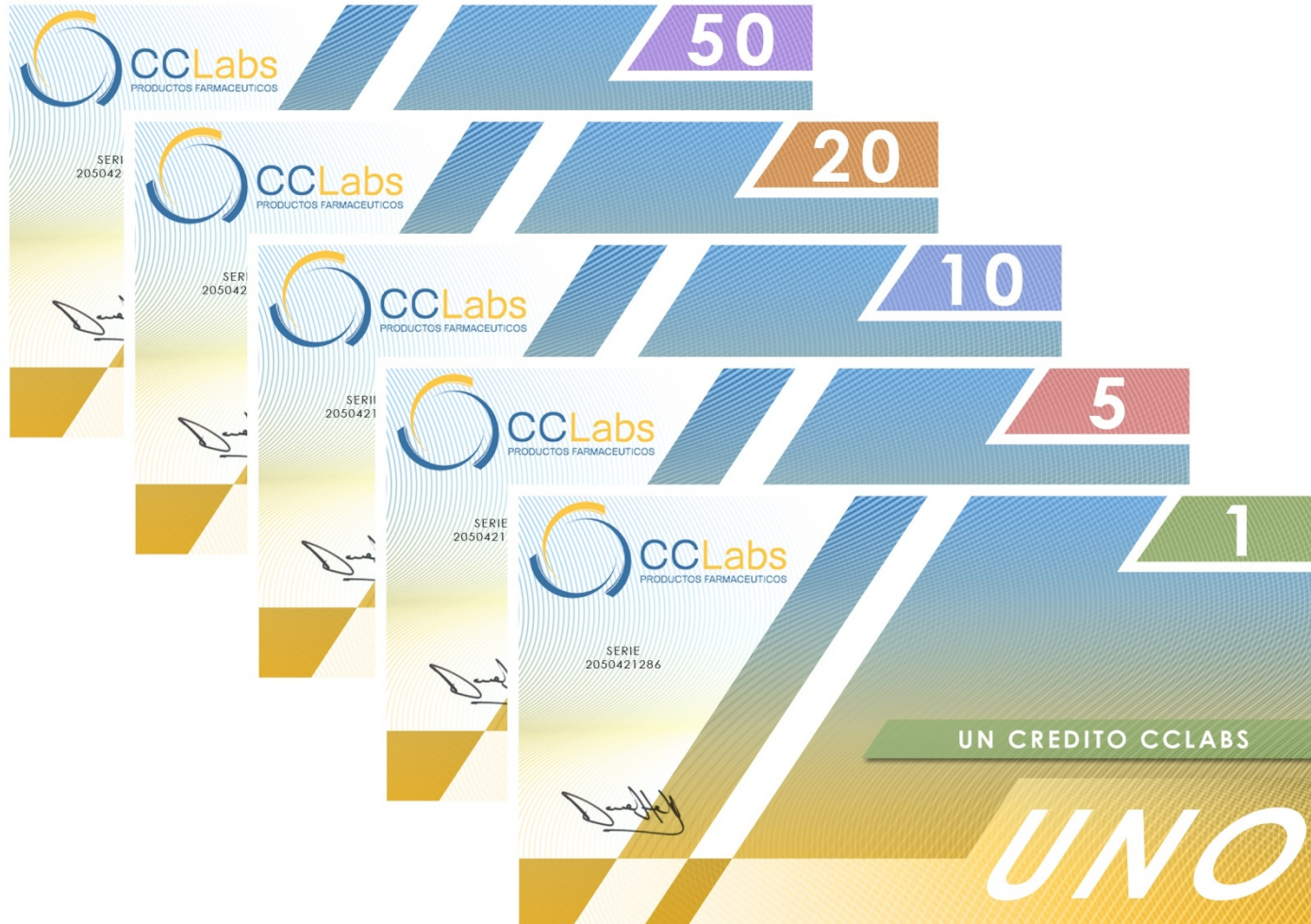


# FASE DE EXPECTATIVA – EL CRÉDITO CCLABS





# FASE DE EXPECTATIVA – EL CRÉDITO CCLABS



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – FERIA DE CAPACITACIONES



Acércate y utiliza tus créditos CCLabs para promover el stand que más te guste

**Intégrate y gana premios**

**Ven, ANÍMATE, PARTICIPA!!!**

Teléfonos Oficinas Quito: 022806167 - 022806436 Teléfonos Planta Industrial - Ambato: 032854087 – 032854391  
[www.cclaboratorios.com](http://www.cclaboratorios.com)

# FASE DE RECORDACIÓN – CAPACITACIÓN GANADORA



Otorgamos el siguiente diploma a:

**Roberto Chiriboga**

y su stand por haber sido el de mayor interés en la  
Feria de capacitaciones CCLabs

realizado en Quito-Ecuador a      de      de 2012

  
Gerente

# CRONOGRAMA

## PLAN DE COMUNICACIÓN CCLabs - 2012 CAMPAÑA TRES

MESES	JULIO				AGOSTO					SEPTIEMBRE				
SEMANA	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38
FASE	EXPECTATIVA				IMPLEMENTACIÓN					RECORDACIÓN				
ACTIVIDADES	■													
			■											
				■										
					■									
							■							
									■					
										■	■			
											■	■	■	■

### Simbología:



- Diseño del bloque de crédito CCLabs
- Envío y distribución de los bloques de crédito CCLabs
- Envío de bases para participar en la Feria de Capacitaciones CCLabs
- Diseño e impresión de mini afiches para la invitación a la Feria de Capacitaciones CCLabs
- Recordatorio de invitación para la Feria de Capacitaciones CCLabs (seguimiento por e-mail)
- Feria de Capacitaciones CCLabs (Jueves 30 de agosto). En las instalaciones de CCLabs - Quito
- Diseño e impresión de diplomas para el mejor stand
- Presentación en carteleras de las mejores opciones para capacitación en las distintas áreas
- Premiación a los participantes del stand ganador

# CAMPAÑA CUATRO

45

1. **Diagnóstico de la Auditoría**
2. **Objetivos Específicos**
3. **Fase de Expectativa**
4. **Fase de Implementación**
5. **Fase de Recordación**
6. **Cronograma**

## DIAGNÓSTICO DE LA AUDITORÍA

- El 55% de los encuestados afirmó informarse diariamente gracias a las reuniones de trabajo
- El 35% de los encuestados afirma que las reuniones personales son eficaces
- El 9% de los encuestados se informa mediante rumores

## OBJETIVO ESPECÍFICO

4. Sobre la Comunicación Ascendente:
  - Fomentar los espacios de comunicación directa entre los mandos medios y altos, y los colaboradores de CCLabs (y viceversa), durante el cuarto trimestre del año 2012, para reducir el rumor al 5% y aumentar al 50% las personas que creen que las reuniones son eficaces

# FASE DE EXPECTATIVA – SERVILLETA BORDADA





# FASE DE IMPLEMENTACIÓN - INVITACIÓN



# FASE DE IMPLEMENTACIÓN – DESAYUNO CCLABS



# FASE DE RECORDACIÓN – EL RETRATO

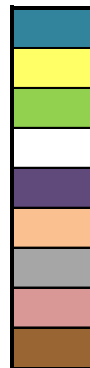


# CRONOGRAMA

## PLAN DE COMUNICACIÓN CCLabs - 2012 CAMPAÑA CUATRO

MESES	OCTUBRE					NOVIEMBRE				DICIEMBRE				
SEMANA	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52
FASE	EXPECTATIVA					IMPLEMENTACIÓN				RECORDACIÓN				
ACTIVIDADES														

### Simbología:



Diseño de servilletas

Bordado de servilletas

Envío y distribución de servilletas

Vacación por finados

Diseño e impresión de invitaciones para el Desayuno CCLabs

Desayuno CCLabs (Jueves 22 de noviembre). En las instalaciones de CCLabs - Quito

Diseño e impresión de portarretratos

Envío y distribución de portarretratos

Cierre de año con rendición de cuentas

# PRESUPUESTO

53

1. Campaña Uno
2. Campaña Dos
3. Campaña Tres
4. Campaña Cuatro

<b>EVENTO</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>UNIDADES</b>	<b>COSTO</b>
CAMPAÑA UNO	Tazas de fomix	50	\$ 10.00
	Invitaciones al café Couché A5 de 250 gr.	50	\$ 24.00
	Café CCLabs	49	\$ 150.00
	Tazas con la misión	50	\$ 75.00
	Pulseras CCLabs	50	\$ 10.00
CAMPAÑA DOS	Cartelera formal	1	\$ 35.00
	Cartelera social	1	\$ 20.00
	Ruleta	1	\$ 80.00
	Coberturas azules	3	\$ 4.00
	Hojas Membretadas Hojas Bond A4	500	\$ 100.00
CAMPAÑA TRES	Tarjeta (Crédito CCLabs)	50	\$ 5.00
	Chequera CCLabs	50	\$ 12.25
	Flyer de la feria	50	\$ 5.00
	Diploma	1	\$ 0.50
CAMPAÑA CUATRO	Servilleta de tela	50	\$ 30.00
	Invitación al desayuno Couché A5 de 250 gr.	49	\$ 24.00
	Desayuno tipo buffet	49	\$ 250.00
	Portarretrato	49	\$ 9.80
		<b>Total:</b>	<b>\$ 844.55</b>