

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**  
**COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS**

**Asociación Vivir:  
Campañas de comunicación global**

**María del Carmen Saltos**  
**Gustavo Cusot, M.A. Director del trabajo**

**Trabajo de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de Licenciado en Comunicación Organizacional y Relaciones  
Públicas**

**Quito, diciembre de 2012**

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

**HOJA DE APROBACION DE  
PROYECTO DE TITULACIÓN**

**Asociación Vivir: Campañas de  
comunicación interna**

**María del Carmen Saltos**

Gustavo Cusot, M.A.  
Asesor del proyecto de  
titulación

-----

Gabriela Falcoí, M.A.  
Asesor del proyecto de  
titulación

-----

Hugo Burgos, Ph.D.  
Decano del Colegio de  
Comunicación y Artes  
Contemporáneas

-----

Quito, diciembre

© 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: María del Carmen Saltos

C. I.: 171370193-4

Fecha: diciembre de 2012

## **Historia.\_**

- La Asociación Vivir, inicia sus actividades como una organización privada sin fines de lucro en 1991. Nace como un actor que pretende responder a la realidad de la salud en el Ecuador. Su objetivo era brindar propuestas que permitieran replantear el modelo de salud vigente en esa época, el mismo que daba énfasis a la enfermedad y curación, la Asociación Vivir propone un modelo de salud desde una visión más integral y positiva, traslada las acciones de salud a la vida diaria, y promueve la participación de la ciudadanía en soluciones creativas e incorpora saberes y recursos culturales propios.
- Durante estos veinte años, Vivir ha trabajado, empoderando a las familias y las comunidades en temas de salud, promoción de hábitos de alimentación sana, desarrollo infantil, escuelas saludables y programas de capacitación en más de 18 provincias del Ecuador.
- Por su activa trayectoria e innovadora propuesta fue seleccionada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) como uno de los 15 modelos de Promoción de la Salud, alrededor del mundo, para siglo XXI. (Quinta Conferencia Mundial de Promoción de la Salud. México, 2000).
- Desde este año, 2012, Vivir tiene el mismo enfoque con el que fue creado, pero con una visión más amplia y direccionada sobre a dónde quiere llegar. Este es un proceso de renovación que implica cambios en su estructura y por supuesto imagen y comunicación.

## **Misión.\_**

- La Asociación Vivir tiene como misión principal impulsar el empoderamiento de la población en la construcción de la salud mediante el fortalecimiento de sus capacidades individuales y comunitarias para promover estilos y condiciones de vida de forma armónica con el entorno y la cultura de la que son parte.

## **Visión.\_**

- Ser la primera Institución privada con fines sociales que incida en la construcción de políticas públicas saludables, desde la cual diseña y ejecuta programas dirigidos a

reforzar el cambio de enfoque hacia la salud en positivo, y a la promoción de hábitos de alimentación sana, devolviendo a la ciudadanía el derecho de participar en el cuidar su salud y alimentación, en los espacios cotidianos.

### **Valores.\_**

- Amor: entendido no como sentimiento, sino como un vínculo con el otro y su entorno.
- Compromiso
- Solidaridad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Eficiencia

### **Filosofía.\_**

- Vivir es una ONG privada con fines sociales que considera la salud y la seguridad alimentaria nutricional como un derecho intrínseco a la vida. No hay desarrollo humano sostenible sin salud humana y colectiva.

### **Datos.\_**

- Los siguientes datos fueron encontrados en la auditoría que se le realizó a la empresa. Las cifras que se mostrarán han sido tomadas en cuenta para realizar las 4 campañas internas que se presentarán.
  - 1) El personal de asociación no considera a las reuniones mensuales como una herramienta para comunicarse, apenas 33% lo considera como una herramienta.
  - 2) El personal de Asociación Vivir conoce 2 valores de los 6 que tiene Vivir. Como resultado de la auditoría el personal manifestó que existe otro valor como lo es el respeto.
  - 3) En cuanto a los colores corporativos se obtuvo como resultado que :
    - ▶ El 46% reconoció al verde uno de los colores de Asociación Vivir.
    - ▶ El 27% reconoció el amarillo uno de los colores de Asociación Vivir.
    - ▶ El 18% reconoció al naranja uno de los colores de Asociación Vivir.

► El 9% reconoció al blanco uno de los colores de Asociación Vivir.

4) En cuanto a herramientas de comunicación, a la mayoría (29,03%) le gustaría recibir información sobre proyectos nuevos, talleres (25,81%) y directrices de proyectos próximos (22,58%).

### **Tema general:**

- Las estaciones climáticas del año.
- Por medio del tema de las estaciones climáticas, se pretende relacionar las 4 campañas internas con cada estación del año. Se hará una analogía con cada estación sacando lo positivo de cada una de ellas.

### **Objetivos generales.\_**

- Posicionar la identidad visual y los valores en la mente del personal que conforma Asociación Vivir.
- Lograr que exista una mejor comunicación entre todo el personal de Asociación Vivir.

### **Objetivos específicos.\_**

- Conseguir que las personas de Asociación Vivir se identifiquen con un nuevo personaje.
- Pregonar los nuevos colores de Asociación Vivir y enseñar la forma correcta en la que el logo debe ser usado.
- Reforzar y lograr que todos conozcan y se empoderen de los valores que Asociación Vivir tiene.
- Incentivar la comunicación con los jefes y dar un espacio de opinión a todo.

### **Campañas.\_**

#### **1) Campaña.\_**

- Presentación de una guardabosques

## Nombre.\_

- Otoño

## Mensaje.\_

- “Es una época de constante cambio, conocerán a un nuevo integrante”

## Expectativa.\_

- Se les entregará una pieza (la pieza corresponderá a una parte del personaje) que dirá: “Es una época de constante cambio, conocerán a un nuevo integrante”, se le entregará a cada trabajador, esta también será una invitación a la reunión mensual, esta invitación tendrá, Hora:10h00; Lugar: Asociación Vivir; Fecha: 4 de diciembre de 2012 . En la invitación, en la parte inferior dirá: Es importante que traigas a la reunión esta pieza.



### Mensaje.\_

- “Juntos formamos a **Nutrita**”.



### Informativa.\_

- Se realizará una actividad en donde todos traigan sus piezas. Se formarán grupos para poder ponerle un nombre a este nuevo personaje, y le darán un significado al nombre. Para poderle poner nombre al personaje se les pondrá se les preguntará, ¿SI LE PUSIERAN UN NOMBRE A ASICIACIÓN VIVIR CUÁL SERÍA?, posteriormente elegirán todos el nombre, y en conjunto armarán el rompecabezas que formará al personaje (deben ser 14 piezas). Al culminar la actividad se les entregará un pin que diga, “Juntos formamos a **Nutrita**”.



¿QUÉ NOMBRE LE PONDRÍAS A “ASOCIACIÓN VIVIR”?

-----

¿PON TU NOMBRE Y APELLIDO?

-----

¿POR QUÉ LE PUSISTE ESE NOMBRE?

-----

-----

-----



**Mensaje.\_**

- “Soy **Nutrita** este año estaré con ustedes reconstruyendo vivir”.

**Recordación.\_**

- Se enviará un mailing, con el personaje animado en el cual dirá, soy **Nutrita** este año estaré con ustedes reconstruyendo vivir.



## 2) Campaña.\_

- Valores

### Nombre.\_

- Invierno

### Mensaje.\_

- “¿De qué estamos hechos?”

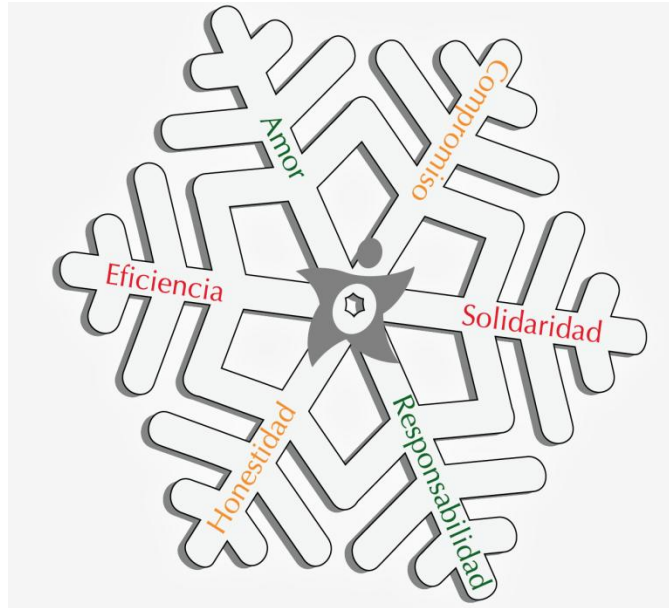
### Expectativa.\_

- Se les entregará una caja de copo de nieve que diga “¿De que estamos hechos?”



### Informativa.\_

- Se pondrán partes de copos de nieve en Asociación Vivir, con cada valor. Se realizará una actividad en la cual se harán grupos que representarán a cada valor, y los otros grupos deberán adivinar que valor. Por cada valor que se adivine se irá completando el copo de nieve que tendrá **Nutrita**, de esta manera todos conocerán los valores de Vivir.



### **Mensaje.\_**

- “Por dentro somos más”.

### **Recordación.\_**

- Se les entregará un muñeco de nieve en papel que dirá: “Por dentro somos más”, y esto se abrirá y dirán los valores.



### 3) Campaña.\_

- Identidad visual

#### Nombre.\_

- Primavera

#### Mensaje.\_

- "Estamos comenzando una nueva etapa con nuevos colores, olores y sabores"

#### Expectativa.\_

- Se entregará una funda con popurrí a cada trabajador y este tendrá una tarjeta que dirá, "Estamos comenzando una nueva etapa con nuevos colores, olores y sabores".



“Estamos comenzando una nueva etapa  
con nuevos colores, olores y sabores”

**Mensaje.\_**

- “**Nutrita** te presenta al nuevo luego de vivir, nos llenamos de color y vida”

**Informativa.\_**

- **Nutrita** estará en Vivir y dirá: “**Nutrita** te presenta a la nueva imagen de Vivir, nos llenamos de color y vida”, aquí se quitará todo lo que este con el anterior logo y recibirá a las personas con todo el cambio. Se les entregará sus tarjetas personales con el nuevo logo en un porta tarjetas.



Tarjetas de presentación:



Imagen física:



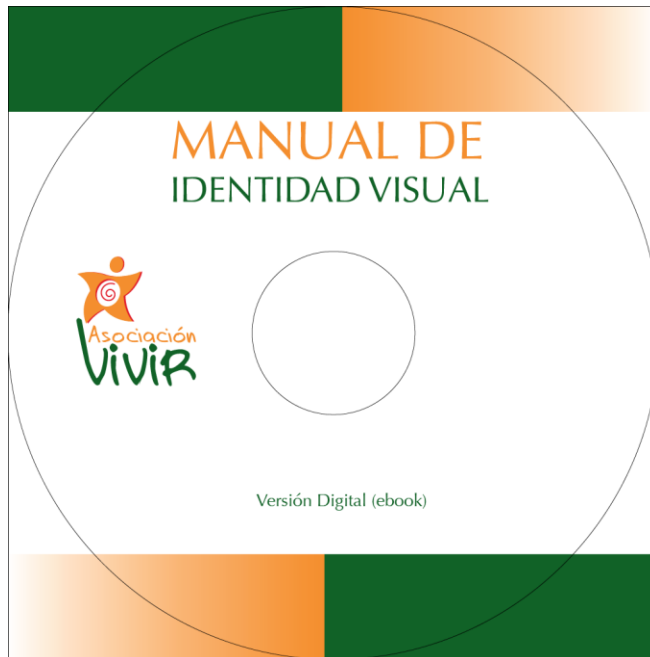
RÓTULO



SEÑALÉTICA

**Recordación.\_**

- Se les entregará un CD en donde irá E-Book del manual de identidad visual, y plantillas generales de cómo debe ir el Power point y Word, de la Asociación.



#### 4) Campaña.\_

- Herramientas de comunicación.



**Nombre.\_**

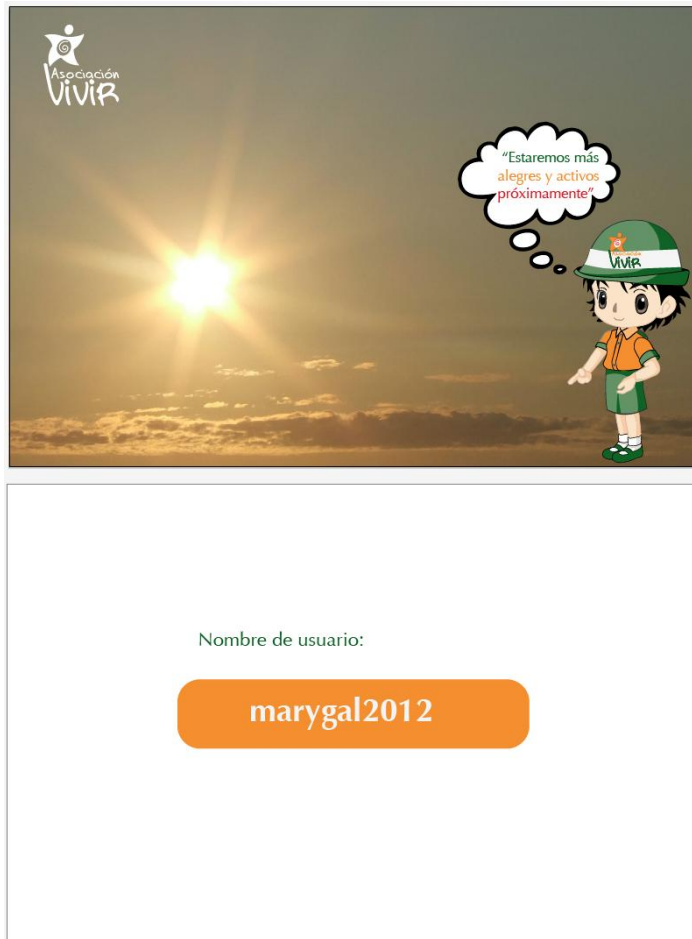
- Verano

**Mensaje.\_**

- “Estaremos más alegres y activos próximamente”

**Expectativa.\_**

- Se les dará una postal donde esta **Nutrita** y habrá una imagen de verano en el fondo, y dirá: “Estaremos más alegres y activos próximamente”. Y atrás estará un nombre de usuario.



**Mensaje.\_**

- “Ahora estaremos alegres y activos porque nos podremos comunicar más”

### **Informativa.\_**

- Saldrá **Nutrita**, diciendo “Ahora estaremos alegres y activos porque nos podremos comunicar más”. Se les explicará a los trabajadores que este será un sitio en el que ellos podrán opinar (aquí deben usar sus nombres de usuarios que se les envió en la expectativa), y también se postearán los proyectos y las especificaciones de estos, estos a la vez podrán postear sus preguntas y dudas al respecto. Se realizará un simulacro de lo que sería este portal. A la vez se crearía también esta cartelera que tendría el mismo uso que el portal, se pondrán los eventos siguientes. Debajo de este se pondrá un buzón de dudas y sugerencias. Los proyectos se pondrán un mes antes y 1 semana antes del proyecto se revisará el buzón de dudas y sugerencias, estas se postearan en este portal. Todas las dudas serán leídas y tendrán respuesta, se postearán en el portal y también se pondrá en la cartelera las respuestas a todas las dudas.

# CARTELERA 2013

FECHA:

HORA:



PROYECTOS ACTUALES DEL ..... AL.....

PROYECTOS FUTUROS DEL ..... AL.....

NOTICIAS IMPORTANTES Y COMUNICADOS



CUALQUIER DUDA O SUGERENCIA, TOMA  
UNA HOJA Y NO DUDES EN ESCRIBIRNOS  
A NUESTRO BUZÓN



## HOJA DE INQUIETUDES PARA EL BUZÓN:

---

---

---

---

---

---


---

---

---

---


NOMBRE: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_



Tú Portal

Regístrate aquí

Usuario  Contraseña



---

**LA EMPRESA**

**CAMPOS DE ACCIÓN**

**PUBLICACIONES**

**TESTIMONIOS**

**GALERÍA**


**CÓMO INVOLUCRARSE**

**NOTCIAS**

**DONACIONES**

**CONTÁCTANOS**

**HOME**



Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.


Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.

**BOLETINES DE PRENSA**

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.


**PRÓXIMOS PROYECTOS 2013**



Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto.

**CHAT**



Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto  
Texto Texto Texto Texto Texto Texto Texto

---

● LA EMPRESA ● CAMPOS DE ACCIÓN ● PUBLICACIONES ● TESTIMONIOS ● GALERÍA ● CÓMO INVOLUCRARSE ● NOTCIAS ● DONACIONES ● CONTÁCTANOS

### Mensaje.\_

- ” Comunicados sabemos más”.

## **Recordación.\_**

- Se premiará a la persona que mas haya participado tanto en el portal como el buzón de dudas y sugerencias. **Nutrita** tendrá un letrero que diga, ” Comunicados sabemos más”. Y se les entregará un diploma por participación.



"Asociación Vivir" confiere el presente a:

*Lorena Ávila*

por su participación tanto en el portal como el buzón de dudas y sugerencias.

A los 04 días de diciembre del 2012



## Cronograma.\_

Fecha	Campaña	Fase
Enero	<b>Nombre:</b> Otoño	Expectativa
Febrero	<b>Objetivo:</b> Presentación del	Informativa
Marzo	personaje.	Recordación
Abril	<b>Nombre:</b> Invierno	Expectativa
Mayo	<b>Objetivo:</b> Que conozcan y se	Informativa
Junio	empoderen de los valores.	Recordación
Julio	<b>Nombre:</b> Primavera	Expectativa
Agosto	<b>Objetivo:</b> Que conozcan los	Informativa
Septiembre	nuevos colores de Vivir.	Recordación
Octubre	<b>Nombre:</b> Verano	Expectativa
Noviembre	<b>Objetivos:</b> Crear herramientas	Informativa
Diciembre	de comunicación	Recordación

## Presupuesto.\_

Descripción	Cantidad	Objeto	V. Unitario	V. Total
Campaña de "Otoño"	1	Gigantografías del personaje.	\$70	\$70
	14	Invitaciones	\$1.20	\$16.80
	14	Pins	\$0.40	\$5.60
	1	cajita	\$1	\$1
	14	Tajetas para proponer nombre		\$1
	1	Piezas para mensajes	\$5	\$5

	1	Animación simple	\$20	\$20
<b>Campaña de “Invierno”</b>	14	Cajita de copo de nieve	\$1.40	\$19.60
	20	Partes de copos de nieve		\$30
	1	Muñeco de nieve	\$70	\$70
	3	Copo de nieve grande	\$30	\$30
	14	Fundas popurrí	\$0.50	\$7
<b>Campaña de “Primavera”</b>	14	Tarjetas mensajes		\$1
	1	Cuadros para mensaje	\$5	\$5
	8	Señalética	\$5	\$70
	1	Letrero	\$120	\$120
	1000(71)	Tarjetas	\$35	\$35
	14	Cajas para tarjetas	\$1	\$14
	14	CDs	\$1.20	\$16.80
	1	Manual identidad visual	\$22	\$22
<b>Campaña de “Verano”</b>	14	Postal amanecer	\$1.50	\$21
	6	Recuadros	\$5	\$30
	2	Carteleras	\$5	\$10
	4	Diplomas	\$1	\$4
	2	buzón	\$2	\$4
<b>Total invertido:</b>			<b>\$ 628</b>	