

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Plan Campaña de Comunicación Interna para Operación Sonrisa
Ecuador:
“Recetas para Sonreír”

Sofía Salvador Jarrín

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**

**Plan Campaña de Comunicación
Global para Operación Sonrisa
Ecuador
“Construyendo Sonrisas”**

Sofía Salvador Jarrín

Gustavo Cusot, M.A
Asesor del proyecto de
titulación

Gabriela Falconí, M.A.
Coordinadora de
Comunicación y
Relaciones Públicas

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

Quito, 18 diciembre de 2012

© 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: Sofía Salvador Jarrín

C. I.: 1714861042

Fecha: Quito , 18 diciembre de 2012



CLIENTE:



CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INTERNA 2013



NOV 2012

índice

1. Fundación Operación Sonrisa	6
1.1 Historia	6
1.2 Misión	7
1.3 Visión	7
1.4 Valores	7
2. Campaña	8
2.1 Antecedentes	8
2.2 Objetivos	9
2.2.1 Objetivo General	9
2.2.2 Objetivos Específicos	9
3. Campaña #1.....	10
4. Campaña #2.....	11
5. Campaña #3.....	12
6. Campaña #4.....	13
7. Responsabilidades	14
8. Cronograma.....	14
9. Presupuestos	15

1. Fundación Operación Sonrisa

1.1 Historia

Es una organización sin fines de lucro, no gubernamental, que esta debidamente registrada como proveedor para la comunidad de cirugía plástica reconstructiva y tratamiento especializado para niños, jóvenes, y adultos con discapacidades temporales.

Siendo una organización de derecho privado de principios humanitarios, comparte los principios universales y convenciones que tratan sobre los derechos de la infancia. Se reconocen como integrantes de una comunidad diversa, en la que buscan la convivencia ayudando al prójimo, sin distinguir raza, nacionalidad, clase social, idioma o filiación política; comprometidos en el ofreciendo sus destrezas y habilidades en beneficio de personas que requieren apoyo profesional.

Operación Sonrisa nace de Operation Smile International, la cual fue fundada en 1982 por el Dr. William Magee Jr., cirujano plástico cráneo facial y su esposa Kathleen S. Magee, y ante una necesidad imperante, desarrollan esta organización para entregar cirugías gratuitas, con énfasis en pacientes con labio y paladar fisurado.

En el año de 1995 la primera misión llega a Santo Domingo de los Colorados, y tras varios esfuerzos, en 1999 se empiezan a realizar las actividades de la Fundación con cirujanos, especialistas y enfermeras propios. A partir de entonces se han realizado cien misiones médicas en el país, gracias a la responsabilidad compartida de organizaciones y empresas con responsabilidad social, apoyados por un grupo de médicos en varias especialidades.

1.2 Misión

“Promover y proveer cirugía reconstructiva y tratamiento de especialidad, así como difundir la docencia en el área de cirugía plástica reconstructiva a través de la participación de personal médico y voluntariado, con el objeto de aplicarlas a personas con discapacidades temporales en situación de vulnerabilidad, dentro de conceptos de responsabilidad social.”

1.3 Visión

“Ser reconocida en nuestra comunidad como centro de referencia de especialidad, líder en la atención de niños con malformaciones, principalmente fisurados de labio y paladar. Ser solventes, modelo por sus estándares de bío-seguridad y transparencia.”

1.4 Valores

- ❖ Solidaridad
- ❖ Sinceridad
- ❖ Ética y Moral

2. Campaña

Nombre: "Recetas para Sonreír"

Eje de la campaña: "Tú eres el ingrediente especial"

Esta campaña ha sido diseñada bajo el esquema de preparación de recetas que harán sonreír a cada uno de sus públicos internos. "Recetas para sonreír" requiere de cuatro elementos esenciales:

- ❖ Recurso humano (imagen)
- ❖ Receta (normas y reglamentos)
- ❖ Ingredientes (informe ejecutivo)
- ❖ Herramientas (prevención ante posibles crisis)

Siendo cada uno de los colaboradores de la Fundación Operación Sonrisa Ecuador el ingrediente especial, estamos seguros que lograremos mantener y mejorar la relación interpersonal para poder reflejarla al exterior, siempre con una sonrisa en sus rostros.

2.1 Antecedentes

A nivel de identidad organizacional:

- ❖ Reforzar la Identidad Visual para fortalecer la marca dentro del público interno.
- ❖ Consolidar y exponer de manera formal las normas interna de la fundación.

A nivel de comunicación:

- ❖ Mejorar la calidad de la información para que llegue de manera oportuna a los públicos de interés.
- ❖ Fortalecer la herramienta de comunicación interna existente.

2.2 Objetivos

2.2.1 Objetivo General

- ❖ Mejorar la comunicación del público interno de la Fundación Operación Sonrisa Ecuador en el plazo de 1 año.

2.2.2 Objetivos Específicos

- ❖ Posicionar la identidad visual y filosofía corporativa de la fundación Operación Sonrisa Ecuador en su público interno.
- ❖ Mantener una administración de calidad, mediante una buena relación entre los directivos y los colaboradores.
- ❖ Presentar la información completa de la Fundación de manera clara y precisa.
- ❖ Prevenir al público interno sobre posibles escenarios de crisis.

3. Campaña #1 "Manual de Sonrisas"

(Manual de Identidad Visual)

PROBLEMA COMUNICACIONAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATÉGIA	TÁCTICA	MENSAJE
Reforzar la Identidad Visual para fortalecer la marca dentro del público interno.	Posicionar la identidad visual y filosofía corporativa de la fundación Operación Sonrisa Ecuador en su público interno.	EXPECTATIVA Crear interés en el público interno llamando su atención.	EXPECTATIVA Enviar por correo electrónico una interrogante.	¡Conoce el Manual de Identidad Visual de la Fundación Operación Sonrisa Ecuador!
		INFORMATIVA Informar al público interno sobre la entrega del Manual de Identidad Visual	INFORMATIVA Enviar flyer electrónico	
		RECORDACIÓN Crear una herramienta de comunicación interna	RECORDACIÓN Implementar del Manual de Identidad Visual <i>"Manual de Sonrisas"</i>	

4. Campaña #2 "Guía de Sonrisas"

(Manual de Normas y Comportamientos Internos)

PROBLEMA COMUNICACIONAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATÉGIA	TÁCTICA	MENSAJE
Consolidar y exponer de manera formal las normas internas de la Fundación.	Mantener una administración de calidad, mediante una buena relación entre los directivos y los colaboradores.	EXPECTATIVA Poner en disposición al público interno para conocer el Manual de Normas y Comportamientos	EXPECTATIVA Envío de flyer digital.	¡Conoce el Manual de Normas y Comportamientos de la Fundación Operación Sonrisa!
		INFORMATIVA Dar a conocer los derechos y responsabilidades de los colaboradores	INFORMATIVA Envío de afiche electrónico.	
		RECORDACIÓN Dar a conocer a los colaboradores normas y comportamientos adecuados	RECORDACIÓN Otorgar el Manual de Normas y Comportamientos <i>"Guía de Sonrisas"</i>	

5. Campaña #3 "Informe Sumatorio de Sonrisas"

(Informe Ejecutivo)

PROBLEMA COMUNICACIONAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATÉGIA	TÁCTICA	MENSAJE
Mejorar la calidad de la información para que llegue de manera oportuna a los públicos de interés.	Presentar la información completa de la Fundación de manera clara y precisa.	EXPECTATIVA Poner a la expectativa al público interno sobre la nueva presentación del Informe Ejecutivo	EXPECTATIVA Envío de flyer digital.	¡Conoce la nueva imagen del Informe Ejecutivo Anual!
		INFORMATIVA Poner en conocimiento el lanzamiento de la nueva imagen del Informe Anual	INFORMATIVA Envío de afiche digital.	
		RECORDACIÓN Proporcionar un recurso físico para cada colaborador interno	RECORDACIÓN Otorgar el informe ejecutivo <i>"Informe Sumatorio de Sonrisas"</i>	

6. Campaña #4 "Sonrisas Alertas"

(Manual de Crisis)

PROBLEMA COMUNICACIONAL	OBJETIVO ESPECÍFICO	ESTRATÉGIA	TÁCTICA	MENSAJE
Fortalecer la herramienta de comunicación interna existente.	Prevenir al público interno sobre posibles escenarios de crisis.	<p>EXPECTATIVA</p> <p>Crear interés y conciencia en el público interno sobre las posibles crisis.</p>	<p>EXPECTATIVA</p> <p>Envío de flyer electrónico</p>	¡Previene posibles crisis en la Fundación!
		<p>INFORMATIVA</p> <p>Dar a la conocer sobre la entrega del Manual de Crisis</p>	<p>INFORMATIVA</p> <p>Envío de invitación electrónica para una reunión</p>	
		<p>RECORDACIÓN</p> <p>Facilitar una nueva herramienta de comunicación interna</p>	<p>RECORDACIÓN</p> <p>Otorgar el Manual de crisis <i>"Sonrisas Alertas"</i></p>	

7. Responsabilidades

ESTRATEGIA	TÁCTICAS	RESPONSABLE
Recetas para Sonreír #1	Expectativa	Asistencia de Dirección y Coordinación Administrativa
	Informativa	
	Recordación	
Recetas para Sonreír #2	Expectativa	
	Informativa	
	Recordación	
Recetas para Sonreír #3	Expectativa	
	Informativa	
	Recordación	
Recetas para Sonreír #4	Expectativa	
	Informativa	
	Recordación	

8. Cronograma

ESTRATEGIA	TÁCTICAS	INICIO	FIN
Receta para Sonreír #1	Interrogantes	1-Abril-2013	1-Diciembre-2013
	Correo electrónico		
	Manual de Identidad Visual		
Receta para Sonreír #2	Flyer Digital	1-Mayo-2013	1-Diciembre-2013
	Reunión		
	Manual de Normas y Comportamientos		
Receta para Sonreír #3	Flyer Digital	1-Enero-2013	1-Diciembre-2013
	Correo electrónico		
	Informe ejecutivo		
Receta para Sonreír #4	Flyer Digital	1-Diciembre-2012	1-Marzo-2013
	Correo electrónico		
	Manual de Crisis		

9. Presupuestos

CAMPAÑA	PRESUPUESTO
Receta #1 "Manual de Sonrisas"	\$60
Receta #2 "Guía de Sonrisas"	\$60
Receta #3 "Informe Sumatorio de Sonrisas"	\$60
Receta #4 "Sonrisas Alertas"	\$60
Diseñador Gráfico	\$350
Comunicador Organizacional	\$300
TOTAL	\$890