

## 10. CAMPAÑAS EXTERNAS

### CODIEMPAQUES

#### 10. 1. Mapa de Públicos:

Público	Sub Público	Tema de Relación
<b>Medios de Comunicación</b>	Públicos y Privados	Son quienes transmitirían todo tipo de publicidad, comentarios, reportajes, etc. acerca de la organización.
<b>Comunidad</b>	Comunidad del sector Carcelén Industrial	Son quienes conviven a diario con la empresa y su accionar. Si bien es un sector industrial, cada fábrica puede afectarlos de una u otra manera.
<b>Clientes</b>	Pequeñas y grandes industrias del sector bananero y empresas exportadoras. Distribuidoras y personales.	Son quienes adquieren los productos, pero son altamente rotativos. Por tanto, requieren mucha atención por parte de la empresa para evitar que esto suceda.
<b>Proveedores</b>	Papelería <hr/> Electricidad <hr/> Materia Prima <hr/> Pigmentos <hr/> Vendedores	Son quienes proveen de todos los recursos necesarios para la producción de zunchos, los colaboradores y la planta en sí.

	Alimentación	
	Materiales y repuestos	
	Automóviles	
<b>Gobierno</b>	Secretaría de Ambiente Quito	Son las entidades reguladoras de la actividad que ejerce la empresa en cuanto a su relación con el medio ambiente, la comunidad, los colaboradores, las leyes actuales, etc.
	Municipio de Quito	
	SRI	
	Superintendencia de Compañías	
	Ministerio de Trabajo	
	IESS	
<b>Competencia</b>	16 fábricas de zunchos localizadas en la costa	Son un público importante ya que todos están localizados en la costa, lo que facilita la adquisición de clientes nuevos y el transporte del producto.
<b>Potenciales Clientes</b>	Empresas del sector bananero y exportadoras	Son quienes incrementarían la cartera de clientes actuales y podrían fidelizarse a la empresa.  Incrementando el número de clientes fijos.

## 10.2. Objetivos de la Investigación:

A través de una entrevista a profundidad se determinaron los distintos públicos con los que la organización se relaciona y se identificó la forma en la que éstos influyen en la misma y

viceversa. Se logró conocer algunos puntos que deben ser tratados con los públicos con el fin de establecer y mantener buenas relaciones con el mismo a la vez que se posiciona a Codiempaques de manera institucional.

**a) Método:**

Se utilizó el método cualitativo.

**b) Técnicas:**

Se realizó una entrevista a profundidad con el Gerente de Codiempaques y una visita aparte para tomar fotografías

**10.3. Determinación de los Problemas Institucionales:**

Los medios de comunicación, la comunidad, los clientes y potenciales clientes fueron los públicos seleccionados para elaborar campañas que respondan a los problemas con cada uno de ellos. Los problemas encontrados son los siguientes:

- **Medios de Comunicación:** El que no hagan publicidad de la organización ha generado una desconocimiento total de la empresa en los distintos medios por tanto no existe ningún tipo de relación con los mismos.
- **Comunidad:** No existe una relación con la comunidad ni con las empresas vecinas, por tanto éstas desconocen la actividad de Codiempaques y lo que realizan en pro del medio ambiente.

- **Clientes:** A pesar que se trata de hacer un acercamiento lo más directamente posible a través de visitas a distintas provincias de la costa, el hecho de que la planta esté localizada en Quito dificulta el establecimiento de una mayor relación con los clientes debido a esta distancia. Además, los clientes son cambiantes constantemente, por tanto se busca fidelizarlos.
- **Potenciales Clientes:** se detecta una falta de técnicas de enganche en la interacción con potenciales clientes, muchas veces por la distancia geográfica que existe entre éstos y la empresa.

#### **10. 4. Objetivo Comunicacional General:**

Crear e implementar una campaña de comunicación global que responda a los distintos problemas con el fin de hacer conocer a Codiempaques como una empresa ecuatoriana de plásticos socialmente responsable y de generar una mejor relación entre la organización y los distintos públicos que la conforman.

#### **10.5. Estrategia de Comunicación:**

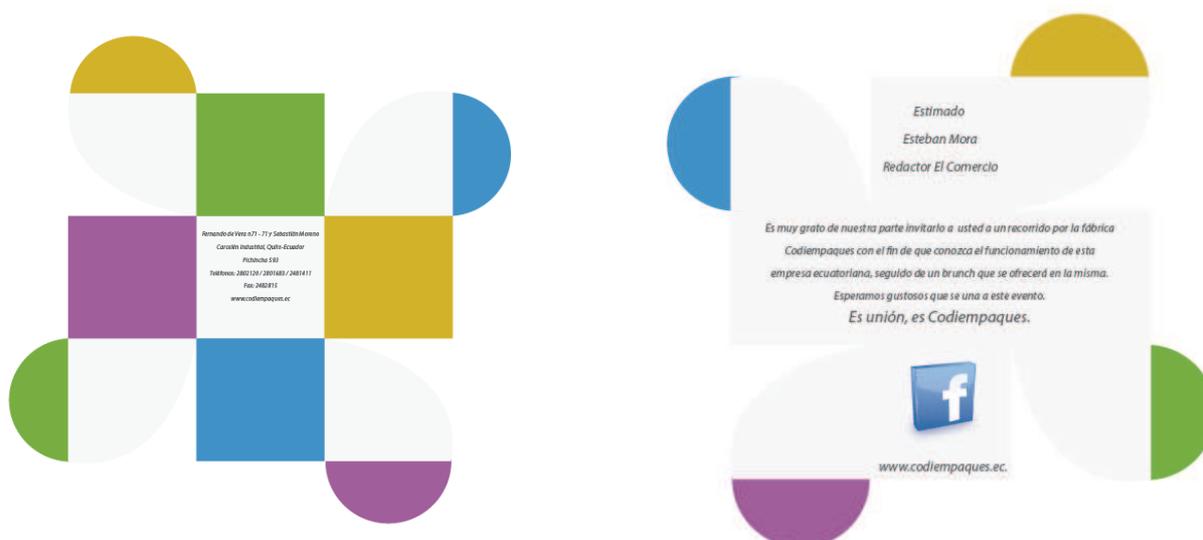
**10.5.1. Concepto:** “Es unión, es Codiempaques”: el zuncho en sí se crea a partir de la unión de material plástico triturado. A su vez, la función del zuncho es la de juntar/atar/unir cosas entre sí, específicamente en el sector bananero o en el de las exportaciones. Por tanto, qué mejor que introducir a la industria que desde el tema general que representa en sí a la actividad de Codiempaques íntegramente.

## 10.6. Campaña 1: Medios de Comunicación.

**Objetivo:** Establecer una relación con los medios de comunicación especializados con el fin de generar free press en publi reportajes, notas, menciones, etc.

Fase: Expectativa		
Estrategia	Mensaje	Táctica
Comenzar un acercamiento con las distintas personas pertenecientes a los medios especializados.	Estimado Esteban Mora Redactor El Comercio Es muy grato de nuestra parte invitarlo a usted a un recorrido por la fábrica Codiempaques con el fin de que conozca el funcionamiento de esta empresa ecuatoriana, seguido de un brunch que se ofrecerá en la misma. Esperamos gustosos que se una a este evento, Es unión, es Codiempaques. (Info. De contacto, dirección)	Envío de invitaciones a las personas indicadas previamente establecidas según el plan de medios especializado (Editores, redactores, etc.).

### Arte:



**Fase: Informativa**

<b>Estrategia</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Táctica</b>
Profundizar la relación deseada con los medios invitados.	Información que está en la página web en la pestaña “Quienes Somos” más la información de contacto. Junto con una descripción de los productos.	-Brunch con carpas afuera de la empresa y un tour dentro de la fábrica. -Entrega de un folleto institucional con el mensaje.

**Montaje del Brunch:**

Arte del folleto institucional:

Fernando de Vera n°71 - 71 y Sebastián Moreno  
 Carcelén Industrial, Quito, Ecuador  
 Pichincha 593  
 Teléfonos: 2802120 / 2801683 / 2481411  
 Fax: 2482815

ES UNIÓN, ES CODIEMPAQUES

SÍGUENOS EN LA PÁGINA DE FACEBOOK  
[www.codieempaques.ec](http://www.codieempaques.ec)

**CODIEMPAQUES**

**CODIEMPAQUES**

**QUIENES SOMOS**

**Misión**  
 Es una empresa ecuatoriana con varios años de experiencia en la fabricación de productos plásticos, específicamente zunchos para el mercado nacional e internacional cuyos principales transacciones se realizan en el sector industrial, agrícola, florícola y bananero del país.

**Visión**  
 Ser la fábrica de zunchos referente en el país por satisfacer a los diversos mercados al ofrecer una gran variedad de productos que se adaptan a las necesidades de los clientes de los diferentes sectores.

**ZUNCHO INDUSTRIAL**

RENDIMIENTO: 1,050 mt x rollo  
 RESISTENCIA: 220 Kgf  
 COLORES: verde, azul, rojo, amarillo negro y blanco.  
 USOS: empaque general

**ZUNCHO FLORICOLA**

RENDIMIENTO: 1,500 mt x rollo  
 RESISTENCIA: 170 Kgf  
 COLORES: verde, azul, rojo, amarillo negro y blanco.  
 USOS: Máquinas semiautomáticas máquinas manuales.

**ZUNCHO AGRICOLAS**

RENDIMIENTO: 1,600 MT (114 metros x rollo)  
 RESISTENCIA: 70 Kgf  
 COLORES: azul, amarillo, negro y anaranjado  
 USOS: Tutorajes de matas de banana.

Fase: Recordación		
Estrategia	Mensaje	Táctica
Afianzar el evento realizado como el comienzo de una relación que le genere beneficios a la organización.	“Se ha unido a Codiempaques” bajo el nombre de la persona.	-Tarjeta de agradecimiento por asistir personalizada y una ilustración en forma de sello con el mensaje.

### Arte tarjeta de agradecimiento:



### 10.7. Campaña 2: Comunidad: “Es responsable, es Codiempaques”.

**Objetivo:** dar a conocer a la comunidad la actividad de la organización que responde a un programa de Responsabilidad Social Empresarial que es desconocido por la misma. Por tanto, hay que comunicar que su producto es fabricado a base de material 100% reciclado.

#### Fase: Expectativa

Estrategia	Mensaje	Táctica
Generar intriga acerca de la actividad de la empresa en el medio en el que se desarrolla.	“Es responsable, es Codiempaques”.	BTL: colocar un rollo de zuncho gigante (como personaje) en las afueras de la empresa y que la tira suelta esté “abrazando” a tres personas, (fomentando la unión).

#### Montaje:



**Fase: Informativa**

<b>Estrategia</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Táctica</b>
<p>Informar a la comunidad la manera responsable en la que los productos de Codiempaques son fabricados y dar a conocer lo que es un zuncho en sí.</p>	<p>“Es responsable, es Codiempaques, somos fabricados con materiales 100% reciclados”.</p>	<p>-Al ser el zuncho un personaje va sostener un rótulo en una de sus manos con el mensaje.</p> <p>-Cuña de radio que con una introducción de la empresa y que explique que los productos son hechos con material reciclado.</p>

**Montaje:**

**Cuña de Cuña de Radio:**

Resistente

Compacto

Útil

Flexible

Versátil

Moldeable

Es unión, es Codiempaques

La empresa ecuatoriana con años de experiencia en la fabricación de zunchos plásticos con materiales 100% reciclados.

Encuétranos en Facebook o a través de nuestra página web [www.codiempaques.ec](http://www.codiempaques.ec)

**Fase: Recordación**

Estrategia	Mensaje	Táctica
Generar una imagen positiva entre la comunidad y desarrollar una amistad con este mismo entorno.	“Es responsable, es Codiempaques”.	Pavimentación de la calle con la ayuda de la comunidad como simbolismo de unión y responsabilidad.

**Arte:**

### 10.8. Campaña 3: Clientes: “Unidos a Codiempaques”.

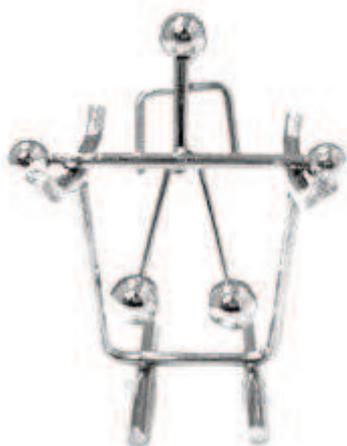
**Objetivo:** Fidelizar a los clientes con los que trabaja la organización con el fin de evitar que éstos cambien de proveedor de zunchos.

Fase: Expectativa		
Estrategia	Mensaje	Táctica
Fomentar un relación más allá de una transacción y generar un sentimiento de importancia en ellos.	”Eres parte importante de la mejor empresa fabricante de zunchos Dole está unido a Codiempaques”.	Envío de tarjeta en forma de zuncho a la base de clientes con el mensaje.

**Arte:**

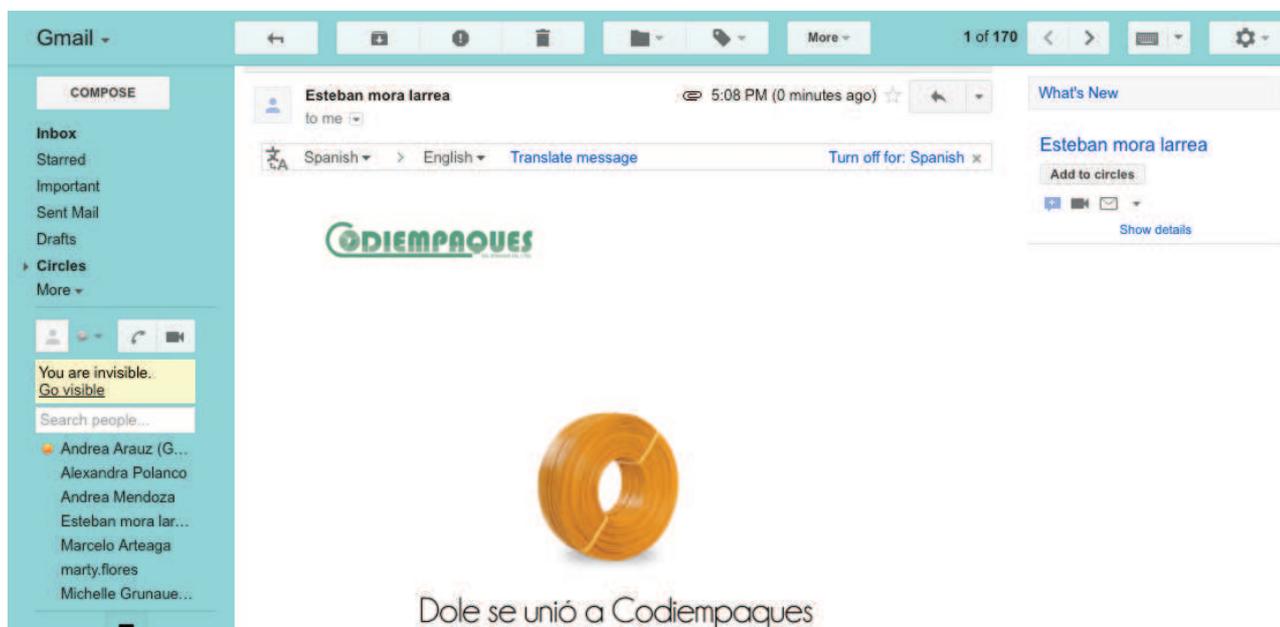


Fase: Informativa		
Estrategia	Mensaje	Táctica
Concretar y fidelizar la relación entre el cliente y la organización a través de una visita y a la entrega de un regalo.	”Eres parte importante de la mejor empresa fabricante de zunchos Dole está unido a Codiempaques”.	Visita con un regalo.



**Fase: Recordación**

<b>Estrategia</b>	<b>Mensaje</b>	<b>Táctica</b>
Fomentar un sentimiento de importancia por parte de la organización al cliente.	“Gracias por recibirnos una vez más. Unidos a Codiempaques”.	Hacer un mass mailing con GIF con el mensaje.

**Arte:**

### 10.9. Campaña 4: Potenciales Clientes: “Únete a Codiempaques”.

**Objetivo:** Aumentar la cartera de clientes de Codiempaques reforzando la técnica actualmente usada.

Fase: Expectativa		
Estrategia	Mensaje	Táctica
Generar una inquietud que les lleve a desear conocer a la organización.	<p>“Te invitamos a conocer a la mejor fábrica de zunchos y a todos los productos que tiene para satisfacer la distintas necesidades de tu empresa. Únete, es Codiempaques.”</p> <p>(Facebook y página web).</p>	Envío de tarjeta en forma de zuncho con el mensaje más un video institucional.

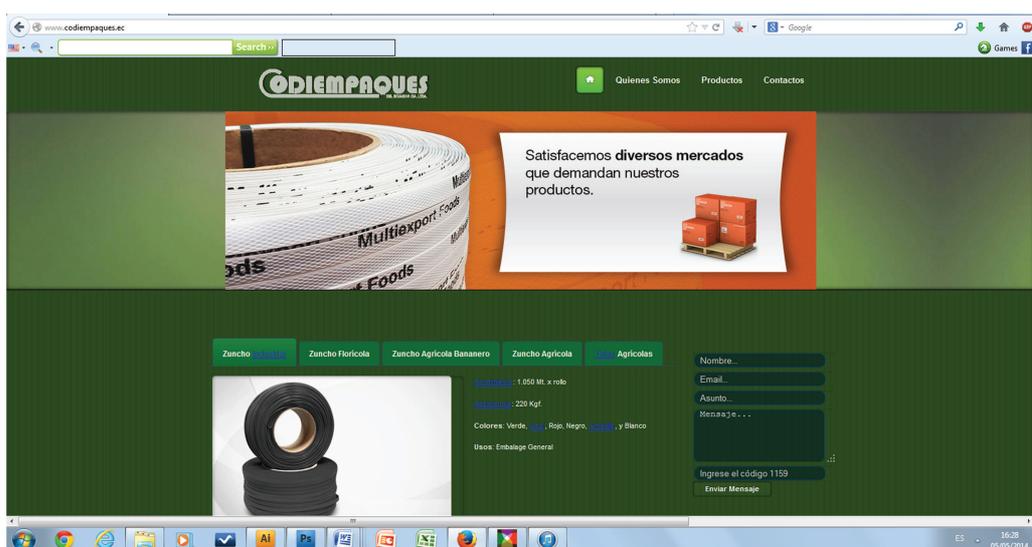
#### Arte:



## Fase: Informativa

Estrategia	Mensaje	Táctica
Promover el uso del Facebook y página web de la empresa al ser una herramienta útil debido a la distancia entre ésta y los clientes y potenciales clientes.	Promover el Facebook y la página web de la empresa con toda la información existente en la misma.	-Página web (con el logo). -Facebook de la empresa. -Visitas personales y dejarles el folleto.

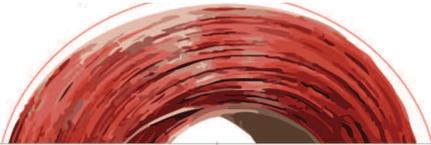
## Arte:



**Fase: Recordación**

Estrategia	Mensaje	Táctica
<p>Presentación como un proveedor de zunchos ideal a través de dos anuncios en una revista bananera especializada que llamen la atención.</p>	<p>Información acerca de la empresa y de los productos que ofrece con sus características e información de contacto.</p>	<p>Publicación en la revista bananera. Página entera derecha (movible, un zuncho en la mitad que se desenrede) y un arte de 15x15.</p>

**Arte:**





**Codi-Empaques del Ecuador Cía.Ltda**

Es una empresa ecuatoriana con años de experiencia en la fabricación de productos plásticos (zunchos - fardos) y comercialización de leña, Saram o Raicill, leña agrícola y demás productos relacionados con la línea de zunchos. Actualmente en su planta ubicada en el sector industrial de Quito, desarrolla, produce y representa productos de primer nivel para reparación y mercado nacional, con la calidad y eficiencia que se la ha caracterizado.

Satisficemos diversos mercados, tanto a nivel nacional como internacional que demandan nuestros productos, siendo nuestros principales transacciones las realizadas en las áreas Industrial, Bananera, Florícola y Agrícola en general. Nuestra principal Fortaleza tiene sus cimientos en la Flexibilidad y Creatividad para dar soluciones a problemas o a proyectos específicos que tienen nuestros Clientes; ofreciendo al mercado una gran diversidad en tipos, medidas y espesores, entre las cuales nuestros clientes pueden elegir el más apropiado para satisfacer sus necesidades.





Es la empresa ecuatoriana con años de experiencia en la fabricación de zunchos plásticos con materiales 100% reciclados que satisfacen las distintas necesidades del mercado.

Encuétranos en Facebook



Visita nuestra página web.  
[www.codiempques.ec](http://www.codiempques.ec)




Es la empresa ecuatoriana con años de experiencia en la fabricación de zunchos plásticos con materiales 100% reciclados que satisfacen las distintas necesidades del mercado.

**10.10. Presupuesto:****Campaña 1:**

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Total
Invitaciones en forma de caja	35	\$1,50	\$52,50
Brunch	20	\$10,00	\$200,00
Folleto Institucional	20	\$2,00	\$40,00
Tarjetas de Agradecimiento	20	\$1,50	\$30,00
<b>Total</b>			<b>\$322,50</b>

**Campaña 2:**

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Total
BTL: zuncho gigante	1	\$0	\$0
1 Rótulo	1	\$20,00	\$20,00
Cuña	1	\$500,00	\$500,00
Dummies	2	\$30,00	\$60,00
Pavimentación de la vía	1	\$2.200,00	\$2.300,00
<b>Total</b>			<b>\$2.880,00</b>

**Campaña 3:**

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Total
Tarjeta en forma de zuncho	130	\$1,80	\$234,00
Regalo	130	\$1,90	\$247,00
Mass mailing con GIF	1	\$40,00	\$40,00
<b>Total</b>			<b>\$521,00</b>

**Campaña 4:**

Ítem	Cantidad	Precio Unitario	Total
Tarjeta	20	\$1,80	\$36,00
Video Institucional	1	\$250,00	\$250,00
Folleto Institucional	20	\$2,00	\$40,00
Artes para revista bananera (2 hojas)	1	\$2,30	\$2,30
Arte para revista (15x15)	1	\$0,80	\$0,80
<b>Total</b>			<b>\$329,10</b>

**Total:** \$3.952,60

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede concluir que las actividades realizadas ayudarán de gran manera al crecimiento y correcto desarrollo de las empresas con las que se trabajó ya que ahora cuentan con cimientos claramente definidos de comunicación tanto internos como externos. Estos proyectos demuestran claramente la importancia de la comunicación en toda organización sin importar su giro de negocio, el número de colaboradores, etc. Se recomienda a las organizaciones el aplicar las tácticas presentadas con el fin de dar una solución a los distintos problemas encontrados en sus público internos y externos.

Adicionalmente, los proyectos realizados te dan la oportunidad de relacionarte de la forma más real posible con la aplicación de la comunicación en el día a día de las empresas. Por tanto, la preparación recibida solidifica los conocimientos adquiridos a lo largo de los años a través de la puesta en práctica de los mismos. A la vez que te ponen en una situación que responde a una competencia sana que busca explotar lo mejor de nosotros mismos.

## 12. REFERENCIAS

- 4 Puntos. (2014). *Publicidad BTL y ATL*. Extraído el 13 de Marzo del 2014 en <http://4puntos.com/noticias/disenio/130.html>
- Albizu, E. (1992). *El plan de comunicación interna, Un paso adelante*. Extraído el 16 de marzo 2013 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/icom98/81haba3.htm>
- Almagro, J. (2009). *Aproximación a la Responsabilidad Social de la Empresa: Reflexiones y Propuestas de un Modelo*. Fundación Mapfre, España.
- Amado, A. (2008). *Auditoría de Comunicación*. El recorrido metodológico de la auditoría. La Crujía: Argentina.
- Amado, A. (Septiembre, 6 del 2008). *Auditoría de Comunicación*. La Comunicación de las Organizaciones. Extraído el 17 de marzo del 2013 de [http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcomponencia/Ejes23y4/Eje4/Mesa4-1/Amado-Suarez\\_PN\\_.pdf](http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcomponencia/Ejes23y4/Eje4/Mesa4-1/Amado-Suarez_PN_.pdf)
- Auditoría de imagen y comunicación*. s/f. Extraído el 16 de marzo 2013 en <http://www.comunicologos.com/tecnicas.php?id=75>
- Borges, V. (Agosto, 23 del 2012). *Definición de Identidad Corporativa*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://www.metodomarketing.com/definicion-de-identidad-corporativa/>
- Brandolini, A., González, M. y Hopkins, N. (2009). *Conceptos Claves de la Comunicación Interna*. Comunicación Interna. La Crujía. Págs. 25-36.
- Bustos, M., Cuevas, A. y Panqueva, M. (2013). *Modelos de Comunicación Organizacional*. Extraído el 12 de Marzo del 2014 en [http://media.wix.com/ugd/56f2f5\\_7c3e780949f2d2c8b6432f1fe65898c6.pdf](http://media.wix.com/ugd/56f2f5_7c3e780949f2d2c8b6432f1fe65898c6.pdf)
- Cabezuelo, F. (2010). *Ética de los profesionales de las relaciones públicas en Norteamérica en la actual sociedad del conocimiento*. Las Relaciones Públicas en la Sociedad del Conocimiento. AIRP. Págs. 7-20

Chávez, N. (2013). *Comunicación Interna, Comercial e Institucional; Sinergia y Credibilidad*. Extraído el 14 de abril del 2014 en [http://www.google.com.ec/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CD\\_AQFjAB&url=http%3A%2F%2Fmedia.wix.com%2Fugd%2Fa58281\\_72b6f64ba8a400b9931002c9ba28bb71.pdf%3Fdn%3DComunicaci%25C3%2583%25C2%25B3n%2BInterna%2C%2BComercial%2Be%2BInstitucional.pdf&ei=EL9NU-2jLY-wsATcuYHgBQ&usg=AFQjCNERXjbyXMAwDfjaNLCFiyNlexb5IQ&sig2=PNWRLyKMhMAXH\\_4ANrs6XA](http://www.google.com.ec/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0CD_AQFjAB&url=http%3A%2F%2Fmedia.wix.com%2Fugd%2Fa58281_72b6f64ba8a400b9931002c9ba28bb71.pdf%3Fdn%3DComunicaci%25C3%2583%25C2%25B3n%2BInterna%2C%2BComercial%2Be%2BInstitucional.pdf&ei=EL9NU-2jLY-wsATcuYHgBQ&usg=AFQjCNERXjbyXMAwDfjaNLCFiyNlexb5IQ&sig2=PNWRLyKMhMAXH_4ANrs6XA)

Colunga, T. s/f. *Comunicación Interna*. Extraído el 20 de abril del 2014 en <http://www.ajeasturias.com/V2/Control/file/COMPYTE/Herramienta%20Comunicacion%20interna.pdf>

Comunicación en 360°. S/F. Extraído el 8 de septiembre del 2013 en [http://www.reddircom.org/textos/comu\\_360.pdf](http://www.reddircom.org/textos/comu_360.pdf)

Comunicación Global. (2013). *Comunicación Externa*. Extraído el 13 de Marzo del 2014 en <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-externa/>

*Comunicación no Verbal*. S/F. Extraído el 7 de octubre del 2013 en [http://www.cienciapopular.com/n/Ciencia/Comunicacion\\_No\\_Verbal/Comunicacion\\_No\\_Verbal.php](http://www.cienciapopular.com/n/Ciencia/Comunicacion_No_Verbal/Comunicacion_No_Verbal.php)

Corbella, L. (Marzo, 25 del 2011). *El ABC del Marketing*. Extraído el 13 de Marzo del 2014 en <http://www.puromarketing.com/27/9645/marketing.html>

Corral, M. (2007). *El Candidato Perfecto: el poder de la imagen en campañas electorales*. Ed. Paradiso: Ecuador.

Crece Negocios. (Enero, 29 del 2014). *Concepto de la Publicidad*. Extraído el 13 de Marzo del 2014 en <http://www.crecenegocios.com/concepto-de-la-publicidad/>

Definición de ética. S/F. Extraído el 8 de septiembre del 2013 en <http://www.definicionabc.com/general/etica.php>

Delgado, G. (Septiembre, 25 del 2012). *Los Límites del Marketing*. Extraído el 13 de Marzo del 2014 en <http://www.puromarketing.com/27/14065/limites-marketing.html>

Díaz, J. (Abril, 26 del 2013). ¿Qué es la cultura organizacional de una empresa?. Extraído el 14 de Marzo del 2014 en <http://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/>

Documental “Los Secretos del Lenguaje Corporal”. (2012). History Channel.

Durand, L. (Junio, 10 del 2011). *Funciones de la Comunicación Organizacional*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://durandcomunicaciones.blogspot.com/2011/06/funciones-de-la-comunicacion.html>

Espinosa, R. (Octubre, 14 del 2012). *Cómo definir Misión, Visión y Valores en la Empresa*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>

García, J., Ruiz, A. y Ventura, R. (Junio, 1999). *La auditoria de comunicación interna: Una aproximación conceptual y metodológica*. Extraído el 17 de marzo del 2013 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999gjn/81haba3.htm>

Garduño, J. (Marzo, 30 del 2012). *Clasificación de los Tipos de Comunicación*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://expresionsocoshernandez.blogspot.com/2012/03/clasificacion-de-los-tipos-de.html>

Garrigo, J.L. (1996). *Cómo elaborar un plan de comunicación interna*. Extraído el 17 de marzo del 2013 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/icom98/81haba3.htm>

Guindal, M. (2011). *El Gran Error de Zapatero: negar la gran crisis*. Outside Job: La Gran Recesión y la Comunicación. UNO Llorente y Cuenca. Pág. 17.

Gutiérrez, A. (Febrero, 23 del 2011). *Definición de comunicación formal e informal y ejemplos*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://comunicacion3012.blogspot.com/2011/02/definicion-de-comunicacion-formal-e.html>

Hernández, M. (Noviembre 5, 2008). *Proceso de Comunicación y sus elementos*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://sorgalim-delaluz.blogspot.com/2008/11/proceso-de-comunicacion-y-sus-elementos.html>

*La Importancia del Lenguaje No Verbal*. (Mayo, 13 del 2009). Extraído el 7 de octubre del 2013 en <http://palinka.lacoctelera.net/post/2009/05/13/la-importancia-del-lenguaje-verbal>

La Porte, J. (Noviembre, 2005). *Introducción a la Comunicación Institucional*. Extraído el 13 de Abril del 2014 en <http://www.perspectivesoncommunication.com/files/6Pocnov05.pdf>

Lalanzuela, F. (2010). *Qué ofrecen las consultoras de relaciones públicas a sus clientes? Análisis de los sitios web de las principales agencias del sector en España*. Las Relaciones Públicas en la Sociedad del Conocimiento. AIRP. Págs. 201-219.

Langarica, C. (1995). *La comunicación interna como herramienta del management*.. Extraído el 17 de marzo del 2013 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/biblio/icom98/81haba3.htm>

Leyva, Y. (Mayo, 26 del 2011). *Conceptos claves - Identidad, Filosofía, y Cultura de las organizaciones*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://tuimagenupc2011.blogspot.com/2011/05/conceptos-claves-identidad-filosofia-y.html>

López, M. (Abril, 18 del 2008). *La Comunicación en las Organizaciones*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://lacomunicacionorganizacional.blogspot.com>

Martínez, C. (Diciembre, 3 del 2011). *La importancia del Lenguaje No Verbal en la Comunicación Política*. Extraído el 7 de octubre del 2013 de <http://marketingpoliticasantafe.wordpress.com/2011/12/03/la-importancia-del-lenguaje-no-verbal-en-la-comunicacion-politica/>

Muñiz, R. (2010). *Marketing en el Siglo XXI*. s/f. 21 de abril del 2013. Extraído de <http://www.foromarketing.com/la-importancia-de-la-comunicacion-interna>

Pesendorfer, L. *Responsabilidad Social Empresarial*. s/f. Extraído el 8 de septiembre del 2013 de <http://ecuador.ahk.de/es/servicios/responsabilidad-social-empresarial/>

- Reyes, V. (2010). *Reputación Corporativa, claves para entender el concepto*. Obtenido el 14 de marzo del 2014 en <http://www.guioteca.com/rse/reputacion-corporativa-claves-para-entender-el-concepto/>
- Ritter, M. (2004). *Imagen y Reputación*. Pág. 1-8.
- Ritter, M. (2008). *La Comunicación Interna*. Cultura Organizacional. Crujía Ediciones. Págs. 7-41.
- Rivera, J. (2011). *Los Nuevos Pilares de la Comunicación Financiera*. Outside Job: La Gran Recesión y la Comunicación. UNO Llorente y Cuenca. Pág. 19.
- Rodríguez, P. (2010). *La Responsabilidad social corporativa, apuesta de éxito en las estrategias de RRPP*. Las Relaciones Públicas en la Sociedad del Conocimiento. AIR. Págs. 53-68.
- Salo, N. (2000) *La Comunicación Interna, instrumento fundamental de la función directiva*. Págs. 37-44.
- Sánchez, J., Pintado, T. (2009). *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Obtenido el 13 de marzo del 2014 en [http://books.google.com/books/about/Imagen\\_Corporativa.html?id=O2hVVxHY9ecC](http://books.google.com/books/about/Imagen_Corporativa.html?id=O2hVVxHY9ecC)
- Santos, J. (2010). *La reputación corporativa: Una ventaja corporativa*. Obtenida el 31 de marzo del 2014 en <http://ciclog.blogspot.com/2010/12/la-reputacion-corporativa-una-ventaja.html>
- Soria, R. (Julio, 22 del 2008). *Comunicación Organizacional: un modelo aplicable a la microempresa*. Extraído el 12 de Marzo del 2014 en <http://www.ucla.edu.ve/dac/revistateacs/articulos/Rev1-Art1-Soria.pdf>
- Thiel, E. (1991). *El Lenguaje del Cuerpo*.
- Thompson, I. (2008). *Qué es Comunicación?*. Extraído el 11 de Marzo del 2014 en <http://www.promonegocios.net/comunicacion/que-es-comunicacion.html>

- Treto, J. (2010). *La Retroalimentación en el Proceso de Comunicación*. Extraído el 21 de marzo del 2014 de <http://www.buenastareas.com/ensayos/La-Retroalimentaci%C3%B3n-En-El-Proceso-De/1301891.html>
- Véliz, F. (Marzo, 2006) *Buscando el Cambio de Mirada en las organizaciones del nuevo siglo*. Comunicación en 360°. Quito, Ecuador.
- Wirthlin, A. (2009). *PR Tips Social Media y PR Tips Blogging*. Public Relations Book, a guide to Public Relations best practices, social media and PR Carrers. Public Relations Blogger (Business Training.com). Págs. 36-48 y 54-59.
- Yeme, K. *Conoces la diferencia entre reputación e imagen corporativa?*. Obtenido el 4 de marzo del 2014 en <http://blog.comunicandoideas.com/2010/05/%C2%BFconoces-la-diferencia-entre-reputacion-e-imagen-corporativa/>

## 13. ANEXOS

### 13.1. Modelo Encuesta Auditoría de Comunicación

#### Encuesta Codiempaques

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.

#### A Nivel de Identidad:

**1. ¿Con cuál de las siguientes misiones te sentirías identificado como colaborador de Codiempaques?**

- 1) Es una empresa ecuatoriana con varios años de experiencia en la fabricación de zunchos cuyas principales transacciones son en el sector industrial, bananero y florícola del Ecuador.
- 2) Es una empresa ecuatoriana con varios años de experiencia en la fabricación de fundas plásticas cuyas principales transacciones se dan en diferentes industrias del Ecuador.
- 3) Es una empresa que se dedica a la fabricación de zunchos.

**2. Como empresa Codiempaques, de las siguientes 3 opciones indique, ¿cómo quisiera que la empresa se proyecte a futuro?**

- 1) Ser la empresa referente en la fabricación de zunchos a nivel nacional por brindar servicios a las diferentes industrias del país.

- 2) Ser la mejor empresa ecuatoriana por ofrecer la mayor variedad de productos a los clientes.
- 3) Ser la empresa que se caracteriza por la fabricación de los mejores zunchos para las diferentes industrias de la provincia.

**3. De los siguientes principios y valores, indique 3 que reflejen e identifiquen a Codiempaques.**

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| 1) Flexibilidad  | 5) Puntualidad       |
| 2) Creatividad   | 6) Trabajo en Equipo |
| 3) Transparencia | 7) Honestidad        |
| 4) Compromiso    |                      |

**4. De estas 3 opciones, escoja la opción que corresponda a los colores que representan a Codi Empaques.**

1)



2)



3)



**5. Consideras que conoces lo suficientemente bien las normas de la institución para saber, ¿Qué comportamientos están bien y qué comportamientos están mal?**

a) Sí

b) No



**11. De las siguientes opciones, indique algunas de las características que su superior posea:**

- 1) Sabe escuchar
- 2) Transmite un buen ejemplo
- 3) Se preocupa por resolver las inquietudes a tiempo
- 4) Motiva para mejorar el rendimiento
- 5) Comunica los logros del área, cambios o información en general
- 6) Sabe liderar eficazmente al grupo

**A nivel de comunicación: herramientas**

**12. Califique en una escala del 1 a 5 las herramientas de comunicación que son más efectivas para transmitir información. (Siendo, 1 muy malo y 5 excelente)**

- |                           |   |   |   |   |   |
|---------------------------|---|---|---|---|---|
| 1) Mails                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2) Cartelera informativa  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3) Reuniones informativas | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4) Rumores                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5) Circulares             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**13. De las siguientes herramientas señale, ¿Cuál le gustaría incorporar dentro de la comunicación interna de Codi Empaques?**

- 1) Boletines \_\_\_\_\_
- 2) Revistas informativas \_\_\_\_\_
- 3) Mensajes de texto \_\_\_\_\_



1) a) Sí

b) No

**20. ¿Sientes que tu labor es importante dentro de la empresa?**

1) a) Sí

b) No

**21. ¿Qué tan a gusto te sientes con tu puesto de trabajo? Siendo 1 muy mal y 5 excelente.**

1

2

3

4

5

**22. ¿Sientes que Codiempaques reconoce tu trabajo y te incentiva?**

1) a) Si

b) No

**23. Encierra los aspectos que quisieras que mejore Codiempaques.**

1) Organización

2) Efectividad

3) Severidad

4) Honestidad

5) Relaciones Humanas

## 13.2. Agenda de Medios Codiempaques

### Televisión:

AGENDA DE MEDIOS								
Televisión								
Provincia	Medio	NOMBRE	CARGO	PROGRAMA	EMAIL	TÉLFONO	DIRECCIÓN	PAGINA WEB
Esmeraldas	Telecosta	Rosa Demera	Director de Noticias	Noticias al despertar/ Noticias Telemundo	telecosta@tv@yahoo.com	62461026	Barrio el Panecillo, las Palmas	www.telecosta@tv.com
	Las Palmas TV	Ivan Abad	Director de Noticias	Noticias 41	laspalmas@tv@gmail.com	62721582	CALLE MANUEL DE MERA O Y B ESMERALDA LIBRE	N/A
	Telemar	Gustavo Jaramillo	Director de Noticias	Noticias	telemar@esmeraldas@hotmail.com	62714079	Av. Colón 20-54 y Juan Montalvo	www.telemar.com.ec
Guayas	Telemazonas	Blanca Jurado	Director de Noticias	Noticiero en el Comandante, Día a día	yjurado@telemazonas.com	992037091/042598700 ext. 2412.	Cerro el Carmen	www.telemazonas.com
	RTS	Walter García	Director de Noticias	la noticia en la comunidad	wgarcia@rts.com.ec	989803111	segundo pasaje 32 NO y calle 18H NO Lomas de Prosterina	www.rts.com.ec
	TC Televisión	Manuel Ortega	Coordinador Gráfico de Noticias	Noticiero,	mortgosa@tc-television.com	046003030 ext. 3175	Abel Romero castillo, y Av. De las Américas	www.tc-television.com
	Ecuavisia	Stalin Burgos	Director de Noticias	Contacto en la comunidad	sburgos@ecuavisia.com	981033108	Cerro del Carmen	www.ecuavisia.com
	Gama Tv	Ximena Romero	Coordinadora de Noticias	Gama Noticias	xromero@gamatv.com.ec	0999657465/ 043711000 ext. 2111	Calle 11, N 114 y Avenida de las Américas, Ciudadela Adace	www.gamatv.com.ec
	Canal 1	Andrés Lech	Coordinadora de Noticias	Noticiero	lech@canal1tv.com	996668866	Av. Francisco de Orellana y Jose Santiago Castillo	www.canal1tv.com
Manabí	Televisión Manabita	Luis Alberto Arteaga Carrasco	Director de Noticias	Tv noticias, Manabí presente	luisarteaga1968@hotmail.com	999183080	Edificio de la Coop. 15 de abril, Piso 4, calle 11 y Av. Cuarta.	www.tvmanabita.tv
	Manavisión	Jaime Ugaldé	Director de Noticias	Noticias Manavisión en el Comandante	jugalde@eldiario.ec	52933777	Av. Metropolitana Km 1 1/2 vía a Manta	

### Radios:

Radio								
Provincia	Medio	NOMBRE	CARGO	PROGRAMA	EMAIL	TÉLFONO	DIRECCIÓN	PAGINA WEB
Guayas	Radio Centro 97.7 FM	Lic. Carmen Andrade	Director de Noticias	Noticias	carmenandrade1@gmail.com	998318748	carchi 702 entre 9 de octubre y 1 de mayo 6to piso	http://www.radios.com.ec/centro-guayaquil/
	Radio Visión 107.7 FM	Carlos Proaño	Coordinador de Noticias	Buenos Días	buenosdias@radiovision.com.ec	2261961 o 2260315	Francisco Arizaga Luque 123 y Federico Paez Batán Alto	http://radiovision.com.ec
	Radio Sucre 700 AM	Luis Ochoa o Luis Ocampo	Director de Noticias	Noticias	ochoa@gmail.com / luis.ocampo@radios.com	996101501	Ciudadela Albatros Calle Fragata N203 y Av. De las Américas	http://www.radios.com.ec
	Radio City 89.3 FM	Gustavo Cortez	Director de Noticias	Noticias	gcortez@radiouniverso.com	04490000 ext. 529	Av. Domingo Comín, entre calle 11 y Av. Ernesto Albán	http://www.radiocity.com.ec
	Radio Pública 640 AM	Natalie Zurita	Director de Noticias	Noticias	natalezurita@radiopublica.ec	3970800/3	13 de Octubre y Malecón, Edificio La Previsora	http://www.radiopublica.ec/radiopublica.php?c=43
	Radio Sonorama	Wilson Moposita	Director de Noticias	Entrevistas, Opinión, Noticias	wmoposita@sonorama.com.ec	999939355	Av. El Bosque, Manzana 112 y Av. Francisco de Orellana.	http://www.sonorama.com.ec

### Prensa Escrita:

Prensa Escrita									
Provincia	Medio	NOMBRE	CARGO	SECCIÓN	EMAIL	TÉLFONO	DIRECCIÓN	PAGINA WEB	
Guayas/ QUITU	El Clamenci	Fernando Larenas	Editor General	Niñas	flarenas@elclamenci.com	26701002	Av. Pedro V. Maklhadu 11515 y El Tablón	www.elclamenci.com	
		Pablo Tates	Editor General	Últimas Niñas	ptates@elclamenci.com	2670999	Av. Pedro V. Maklhadu 11515 y El Tablón	www.elclamenci.com	
		Xavier Basantes	Editor Líderes	Líderes	xbasantes@elclamenci.com	2670999	Av. Pedro V. Maklhadu 11515 y El Tablón	www.elclamenci.com	
		Mónica Mendilua	Regiñal Guayas	Niñas	mmendilua@elclamenci.com	2670999	Av. Pedro V. Maklhadu 11515 y El Tablón	www.elclamenci.com	
Guayas/ QUITU	El Hly	Jane Martilla Andersen	Directora General de Niñas	Niñas	martilla@hly.com.ec	2490888	Av. Mariscal Sucre N71-345 y Cantón Cárdenas, El Clondado	www.hly.com.ec	
		Nancy Jarín	Editora de la Comunidad	Comunidad	njarin@hly.com.ec	2490888	Av. Mariscal Sucre N71-345 y Cantón Cárdenas, El Clondado	www.hly.com.ec	
Guayas/ QUITU	La Hija	Juana López	Directora General	Niñas	lopez@lahija.com.ec	2255990	Panamericana Nútre Km 3 1/1	www.lahija.com.ec	
		Rique Rivas	Editor Naclinal	Niñas	rrivas@lahija.com.ec	2255990	Panamericana Nútre Km 3 1/1	www.lahija.com.ec	
Guayas/ QUITU	El Expresú	Francisco Garcés	Jefe de Niñas General	Niñas	fgarcés@expresu.com.ec	04220110 / 2507444	Juan León Mera 433 y Ribles	www.expresu.com.ec	
		Gullem U Lizaraburu	Editor General	Niñas	ulizaraburu@expresu.com.ec	04220110 / 2507444	Juan León Mera 433 y Ribles	www.expresu.com.ec	
Guayas/ QUITU	El Universo	Carlós Perez Barriga	Director de Niñas	Niñas	cperez@eluniverso.com.ec	42490000	Av. Dúmingu Clúmin, entre calle 11 y Av. Ernesto Albán	www.eluniverso.com.ec	
		Gustavo Clútez	Editor General	Niñas	gclutez@eluniverso.com.ec	42490000	Av. Dúmingu Clúmin, entre calle 11 y Av. Ernesto Albán	www.eluniverso.com.ec	
		Cristóbal Peñafiel	Editor Regiñal	Niñas	cpenafiel@eluniverso.com.ec	42490000	Vesintimillal E-926 y Leñadas Plaza	www.eluniverso.com.ec	
Guayas/ QUITO	El Telégrafo	Pedro Clúndez	Editor Regiñal	Niñas	pclundez@telegrafo.com.ec	2522331	San Salvador E 6-49 y Av. Ely Afarrú	www.telegrafo.com.ec	
		Jhony Aivera	Editor General	Niñas	jaivera@telegrafo.com.ec	2522331	San Salvador E 6-49 y Av. Ely Afarrú	www.telegrafo.com.ec	
Guayas/ QUITU	MetU Hly	Juan Ramón García	Editor de Niñas	Niñas	juaramon@metuhly.com.ec	2491840/ 41-42	Av. Mariscal Sucre N71-345 y Cantón Cárdenas, El Clondado	www.metuhly.com.ec	
		Santiago Arguelli	Editor Comunidad	Comunidad	sarguelli@metuhly.com.ec	2491840/ 41-42	Av. Mariscal Sucre N71-345 y Cantón Cárdenas, El Clondado	www.metuhly.com.ec	
Guayas/ QUITU	El Mercurio	Lucía Andrade	Editor General	Niñas	landrade@mercurio.com.ec	2599451/ 099016976	Av. Las Américas (Sector El Arenal) Casilla: 60.	www.elmercurio.com.ec	
Manabí	Diario Manabita	Federico Cevallos	Editor	Niñas	fcevallos@diariomanabita.com.ec	52933777 ext. 131	Av. Meripúllana Ely Afarrú Km 1.5	www.diariomanabita.com.ec	
		Alicia Mungie	General	Niñas	amungie@diariomanabita.com.ec	52933777 ext. 131	Av. Meripúllana Ely Afarrú Km 1.5	www.diariomanabita.com.ec	
Santa Elena	Periódico El Litoral	Fredy Múrcuzán	Editor General	Niñas	fmurczan@litoral.com.ec	052620666 ext. 312	Calle 17, Avenida 3	www.elperiodico.com.ec	
		Lic. Raúl León Gálvez	Director de Niñas	Niñas	periodictl_elpa@litoral.com.ec	42782135	Ignacio Guerra entre 3ra. y 4ta. Av	N/A	
		Super	CLúndado de Niñas	Niñas	psuper@super.com.ec	990476514	Barrio Kennedy, La Libertad	http://www.super.com.ec	
		La Primera	Leñador Ribdeniera Chaw	Director de Niñas	Niñas	lribdeniera@la1.com.ec	4941390	10 de Agostí y Gálvez	http://www.periódico.la1.com.ec
		Nuestra Cúctividad	Juan Hidalgo	Director de Niñas	Niñas	nhidalgo@nuestra.com.ec	997433977	Barrio 28 de Mayo Calle 16 y Avenida 13	N/A
El Redactú	Karina del Pezú	Director de Niñas	Niñas	peribct@yahui.com.ec	42787268	Ciudadela las Acacias Mz. 119 Villa 7	N/A		

### Revistas:

Revista								
Provincia	Medio	NOMBRE	CARGO	SECCIÓN	EMAIL	TÉLFONO	DIRECCIÓN	PAGINA WEB
Guayas	El Agro	Matermo Cervantes	Gerente General	Noticias	cervantes@unimasa.com	22432633	Av. Eloy Alfaro 5400 y Río Coca, Edif. GamaTv, piso 3	http://www.revistaelagro.com
	Ekos	Sofía Chavez	Gerente General	Noticias	schvez@ekos.com.ec	22443377	Naciones Unidas 10-14 y Amazonas, Edif. La Previsora	http://www.ekosnegocios.com/negocios/
	Vistazo	María Belén Arroyo	Editor	Noticias	marroyo@vivo.vistazo.com	022446491 ext. 105	Vesintimillal y Leonidas Plaza Edif. Uziel, Piso 7	http://www.vistazo.com
	Adelante	Silvina Longo	Coordinadora Editora,	Noticias	adelante@camagrafica.com	42680408	Ciudadela Kennedy Norte, Av. Miguel H Alkivar y Angel Barrera, Edif. Arquitecto 3	http://www.camagrafica.com/index.php?l=RevistaAdelante