

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

**Campaña de comunicación global:
Mosflor S.A.**

Yuliya Aleksyeyeva
Gustavo Cusot, Director del trabajo

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

Quito, enero de 2013

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACION DE
PROYECTO DE TITULACIÓN

Campaña de comunicación global:
Mosflor S.A.

Yuliya Aleksyeyeva

Gustavo Cusot,
Coordinador de Comunicación
Organizacional
y Relaciones Públicas

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

Quito, 9 de Enero de 2013

© 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: Yuliya Aleksyeyeva

C. I.: AK 597940

Fecha: 9/1/2013

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Campaña de Comunicación Global. MOSFLOR

Proyecto final

Yuliya Aleksyeyeva

01-Dec-11

Mapa de Públicos Externos

Públicos	Sub-públicos	Modo de Relación
Medios de Comunicación	Medios ecuatorianos, rusos, ucranianos	Relación de influencia Relación de representación
Comunidad	Fundación La fortaleza	Relación de dependencia
Proveedores	Fincas que venden flor a Mosflor	Relación de influencia
Compradores-clientes	Las empresas rusas y ucranianas para quien Mosflor compra flor en Ecuador	Relación de dependencia

Objetivos de la investigación

Método

La investigación para realización de la campaña global fue hecha por medio de la investigación cualitativa

Técnicas

He conversado con la gerente Paola Tapia 3 veces, también converse con empleados-compradores de Mosflor. Además converse con vendedoras de 2 fincas proveedores que venden rosas a Mosflor (Hypnose Farm, Rosinvar Farm)

Problemas comunicacionales

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios de comunicación tanto ecuatorianos como ucranianos y rusos no saben de responsabilidad social de Mosflor.

- COMUNIDAD

Los trabajadores apoyados por el Mosflor en su proyecto "Cartón Corrugado" no tienen ningún contacto con los empleados de Mosflor, los empleados conocen muy poco del proyecto.

PROVEEDORES de Mosflor no tienen conocimiento de los valores bajo cuales trabaja la empresa, no sabe de su proyecto de responsabilidad social.

CLIENTES-COMPRADORES conocen la identidad corporativa de Mosflor solo por el logo de las cajas en cuales reciben la flor.

Propuesta de campaña institucional:

Estrategia 1: Informar a los públicos externos de Ecuador, Rusia, Ucrania sobre el proyecto de la responsabilidad social corporativa de Mosflor.

Táctica 1: Cuña de radio sobre la responsabilidad social de Mosflor. (Ecuador)

Expectativa: “Sabes que empresa ecuatoriana se preocupa de su comunidad necesitada?”

En las revistas especificadas en información sobre ferias de flores, fincas ecuatorianas y sus flores, la fase expectativa vendrá al mismo tiempo con la informativa. Primera pagina de revista dirá: “Покупая эквадорские розы подумай о помощи другим”. (Comprando las rosas ecuatorianas piensa en ayudar”)

Informativa: Cuña de radio para Quito, Ecuador.

Mosflor Group, exportador y productor de rosas ecuatorianas de alta calidad apoya a la comunidad de adultas mayores con dificultades de encontrar el trabajo y les ofrece ser parte de programa de Cartón Corrugado, fundación “La Fortaleza”. Les brinda la oportunidad de trabajar bajo condiciones dignas devolviéndoles vida, ánimo y por supuesto su situación económica se recupera. Además, un publireportaje en estas revistas.

Segunda página de publicidad (primera es de fase expectativa) en revistas rusas y ucranianas especializadas en flores de exportación.

“Mosflor Group, экспортер и производитель высококачественных эквадорских роз поддерживает сообщество пожилых людей с трудностями в поиске работы в Эквадоре. Фонд "Ла Форталеза" созданный фирмой Mosflor дает им возможность работать в достойных условиях и, конечно, их экономическая ситуация восстанавливается. “(Mosflor Group, exportador y productor de rosas ecuatorianas de alta calidad apoya a la comunidad de adultas mayores con dificultades de encontrar el trabajo y les ofrece ser parte de programa de Cartón Corrugado, fundación “La Fortaleza”. Les brinda la oportunidad de trabajar bajo condiciones dignas devolviéndoles vida, ánimo y por supuesto su situación económica se recupera)

Recordación: en el caso de Ecuador la fase de recordación es igual a la informativa. En caso de revistas en Rusia y Ucrania se publicara solo la publicidad de fase informativa sin tener al lado la publicación de fase de expectativa.

Táctica 2: En la exposición de flores que será en Mayo de 2012, en Quito, tener un stand donde va a haber un representante de Mosflor que pueda contar la historia del proyecto de “Cartón Corrugado” a los medios que cubren el evento para así poder sacar el publireportaje. Además habrá un poster.

Estrategia 2: Interactuar con la comunidad de proyecto “Cartón Corrugado” con el personal de Mosflor.

Tácticas:

Expectativa: En la fabrica donde las personas del proyecto “Cartón Corrugado” trabajan aparecerán posters: “Finalmente conocerás a Mosflor”.

Informativa: Se realizara un pequeño evento en cual los empleados de Quito de Mosflor y Gerencia vendrán a visitar la fábrica para compartir juntos un almuerzo, conversar de trabajo, y observar como trabajan los empleados. El objetivo es demostrar a los empleados del proyecto “Cartón Corrugado” que son importantes, que su trabajo es una pieza importante para el funcionamiento del negocio.

Recordación: Colgar un poster en la fabrica con el mensaje: “Mosflor les agradece por su trabajo”.

Estrategia 3: Informar a los proveedores sobre la responsabilidad social de Mosflor.

Expectativa: En los emails de pedido de compra de rosas, y de confirmación que Mosflor manda a sus proveedores agregar al final imagen con palabras: “A nosotros nos importan las comunidades necesitadas”.

Informativa: Al final de los emails se agregara una imagen con palabras: Mosflor apoya a la comunidad de adultas mayores con dificultades de encontrar el trabajo y les ofrece ser parte de programa de Cartón Corrugado, fundación “La Fortaleza”. Les brinda la oportunidad de trabajar bajo condiciones dignas devolviéndoles vida, ánimo y por supuesto su situación económica se recupera”.

Recordación: Al final del email se mandara la misma foto de la fase informativa pero sin toda la explicación, solo con un par de palabras.

Estrategia 4: Hacer les conocer a los clientes-compradores más sobre la identidad corporativa de Mosflor.

Expectativa:

En las cajas con flores vendrá un flyer: “Prepárate a conocer más de Mosflor y sus valores”.

Informativa: Dentro de cajas vendrá un poster grande con explicación de valores y misión de la empresa”.

Recordación: El calendario (parecido a poster) será la herramienta para recordación de valores de la empresa. El calendario con valores y la misión de Mosflor puede de ser colgado en los lugares de distribución.

Estrategia (Fase)	Mensaje	Tácticas	Responsabilidad	Fuente de Verificación
<p>Estrategia 1: Expectativa</p> <p>Informativa</p> <p>Recordación</p>	<p>Informar a los públicos externos sobre la RSC.</p>	<p>Cuña de radio/publicidad en revista</p> <p>Cuña de radio/publicidad institucional en revista/publirreportaje</p> <p>Cuña de radio/publicidad institucional</p> <p>Táctica 2:</p>	<p>Paola Tapia/Larisa Slobodyanuk</p> <p>Paola Tapia/Larisa Slobodyanuk</p> <p>Paola Tapia/Larisa Slobodyanuk</p> <p>Stand en la feria de flores en Quito, Mayo 2012</p>	<p>Hacer seguimiento en cuantas revistas salió el publirreportaje y cuantas veces salió la cuña.</p> <p>Revisar si la información salió en alguna revista de feria, o si hubo algún publirreportaje.</p>
<p>Estrategia 2: Expectativa</p> <p>Informativa</p> <p>Recordación</p>	<p>Interactuar con la comunidad de proyecto “Cartón Corrugado”</p>	<p>Poster en la fabrica</p> <p>Evento en la fabrica</p> <p>Poster en la fabrica</p>	<p>Paola Tapia</p> <p>Paola Tapia</p> <p>Paola Tapia</p>	<p>Observar si les gusto a los empleados la interacción.</p>
<p>Estrategia 3: Expectativa</p> <p>Informativa</p> <p>Recordación</p>	<p>Informar a los proveedores sobre la RSC.</p>	<p>Imagen adjuntada al email.</p> <p>Imagen adjuntada al email.</p> <p>Imagen adjuntada al email</p>	<p>Yuliya Mishchuk</p> <p>Yuliya Mishchuk</p> <p>Yuliya Mishchuk</p>	<p>Preguntar en la conversación con proveedores que les parece el proyecto de RSC para ver si saben del tema</p>

Estrategia 4: Expectativa	Informar a los compradores sobre valores de la empresa	Mandar flyer en cajas de rosas	Paola Tapia	Durante la visita a Rusia y Ucrania que hace el presidente ver si alguien de compradores tiene el flyer colgado.
Informativa		Mandar poster en caja de rosas	Paola Tapia	
Recordación		Mandar calendario grande que se puede colgar en puntos de distribución	Paola Tapia	

Cronogramas y Presupuesto

Estrategia	Cronograma	Presupuesto
Estrategia 1 <ul style="list-style-type: none"> Expectativa Informativa Recordación Táctica 2	Enero-febrero 2012 Febrero-marzo 2012 Marzo- abril 2012 Mayo 2012	USD 200 (EC)/ USD 450(RU) USD 200 (EC)/ USD 450 (RU) USD 200 (EC)/ USD 450 (RU) USD 75
Estrategia 2 <ul style="list-style-type: none"> Expectativa Informativa Recordación 	Febrero-marzo 2012 Marzo 2012 Marzo-diciembre 2012	USD 50 USD 30 USD 50
Estrategia 3 <ul style="list-style-type: none"> Expectativa Informativa Recordación 	Abril 2012 Mayo-julio 2012 Julio-diciembre 2012	USD 15 USD 15 USD 15
Estrategia 4 <ul style="list-style-type: none"> Expectativa Informativa Recordación 	Julio-agosto 2012 Agosto-septiembre 2012 Octubre-diciembre 2012	USD 100 USD 300 USD 400

Medios Especializados:

Revista	Idioma	Dirección
“Эквадорские Розы” “Rosas Ecuatorianas”	solo en ruso	Cardenal Spinola S 18-31, Venacio Estandoque. Quito, Ecuador
“Ecuador y sus flores”	español, ruso	Jorge Anibal Paez N47-331 y Gonzalo Salazar. Quito, Ecuador

"La Flor"	español, ruso	Av. Amazonas y Republica, edificio Las Camaras, piso 12. Quito, Ecuador
-----------	---------------	---