



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL

**“GESTIÓN DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN PARA LA
DIFUSIÓN DEL PROGRAMA TURÍSTICO DE LOS FERROCARRILES
ECUATORIANOS EMPRESA PÚBLICA-FEEP EN LOS NIÑOS DE EDAD
ESCOLAR.”**

AUTORA: CARLA ALEJANDRA JARAMILLO RIVERA

DIRECTOR: LCDO. RENÉ ARBOLEDA NARANJO

QUITO - ECUADOR

FEBRERO DEL 2014

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mis padres, hermanas, mi novio, familia y
amigos

por darme amor, fortaleza, apoyo,

impulso, incentivo y ejemplo para cumplir mis metas.

AGRADECIMIENTO

A mis padres quien con su apoyo y preocupación hicieron posible que culminara mi carrera universitaria. En especial a mi padre quien con su aliento, su ejemplo y su incentivo he logrado crecer profesionalmente.

Gracias Papi por todo el apoyo que me brindas cada día de mi vida. Te amo demasiado y esto es por ti y para ti porque siempre estuviste conmigo a pesar de mis equivocaciones e indecisiones, has logrado iluminarme y hacerme entender que hay que luchar por lo que se quiere y eso hago...

A mis hermanas que supieron infundirme apoyo en toda mi carrera universitaria.

A mi amado y querido novio que me llena de amor, vida, comprensión y respeto todos los días de mi vida y que todos los días me daba impulso para que culminara este trabajo, gracias amor, Te amo.

A mis amigos en especial a mi amiga incondicional Yanela que gracias a su apoyo e incentivo hizo que yo culminara este trabajo.

A mis profesores quienes impartieron sus conocimientos, experiencias y amistad para formar mi vida profesional y en especial agradezco a mi estimado amigo y querido profesor René Arboleda Naranjo por todos sus conocimientos brindados.

“Del contenido del presente trabajo se responsabiliza su autora”

CARLA ALEJANDRA JARAMILLO RIVERA

1715956718

TABLA DE CONTENIDO

PROTOCOLO DE TESIS

1. PROBLEMA.....	1
2. JUSTIFICACIÓN.....	2
3. TEMA.....	2
4. OBJETIVOS.....	3
4.1 OBJETIVO GENERAL	
4.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS	
5 IDEA A DEFENDER.....	4
5.1 VARIABLES.....	4

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO: LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN

1. Las Relaciones Públicas.....	10
2. El Relacionista Público.....	16
3. LA COMUNICACIÓN.....	20
4. MARCO CONTEXTUAL: LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS EFECTIVAS EN LA EDAD ESCOLAR	
4.1. Las Relaciones Públicas y la Comunicación en los estudiantes de edad escolar.....	31
4.2. La Comunicación oral en los niños, el papel de los padres y las escuelas.....	33
4.3. Las Socializaciones como elemento fundamental en la vida de los escolares.....	34

4.4 La Importancia y el beneficio que aporta la ley de comunicación en los niños de edad escolar.....	35
---	----

CAPÍTULO II

MARCO INSTITUCIONAL: FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA –FEEP

2.1 Status de la empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública - FEEP.....	38
--	----

<i>2.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA DE FERROCARRILES DEL ECUADOR...</i>	<i>42</i>
--	-----------

2.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA.....	46
---	----

2.4 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN FERROCARRILES DEL ECUADOR.....	48
---	----

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA UTILIZADA.....	68
---	----

3.1 PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	69
--	----

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	69
---------------------------------	----

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	72
------------------------------------	----

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	73
---------------------------------	----

3.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	74
---------------------------------------	----

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA.....	77
------------------------------	----

3.7 MODELO DE CUESTIONARIO DE ENCUESTAS MAESTROS Y ESCOLARES	78
--	----

3.8 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS NIÑOS Y MAESTROS.....	84
3.9 CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA REALIZADA A LOS ESCOLARES Y MAESTROS DE LA ESCUELA FISCAL Y PARTICULAR DE LA CIUDAD DE QUITO.....	118
3.10 INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	120
3.11 CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.....	124

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1 INTRODUCCIÓN.....	125
4.2 Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito.....	129
4.2.1 OBJETIVO GENERAL.....	130
4.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	130
4.2.3 DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN.....	132
4.2.4 PIEZAS GRÁFICAS.....	153
4.2.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADE.....	167
4.2.6 PRESUPUESTO.....	178
4.2.7 MATRIZ DE EVALUACIÓN.....	179

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.....182

5.2 RECOMENDACIONES.....183

5.3 BIBLIOGRAFÍA.....184

ANEXOS

ANEXO N.1.....188

ANEXO N.2.....189

ANEXO N.3 CUESTIONARIO ENTREVISTA.....190

ANEXO N.4.....191

ANEXO N.5.....193

ANEXO N.6.....196

ANEXO N.7.....197

PROTOCOLO DE TESIS

1. PROBLEMA

El gobierno del Economista Rafael Correa Delgado, el 01 de abril de 2008 a través del Instituto Nacional de Patrimonio (INPC) declara como bien perteneciente al Patrimonio Cultural del Estado a la Red Ferroviaria del Ecuador, y al tren como monumento civil y patrimonio histórico, testimonial y simbólico. Es así que pone en marcha el proceso de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano como un proyecto emblemático del Estado.

Ferrocarriles del Ecuador es una Empresa Pública que actualmente mantiene una directa relación y coordinación con el Ministerio de Turismo y que hoy tiene entre sus objetivos institucionales la gestión de las relaciones públicas y la comunicación en la comunidad para fomentar el turismo con la utilización del servicio del Ferrocarril.

Por lo expuesto, el motivo de la investigación radica en aportar a Ferrocarriles del Ecuador con el diseño de nuevas estrategias de relaciones públicas, para posicionar la imagen de esta empresa en la comunidad ecuatoriana e internacional para convertirlos en sujetos activos del conocimiento de los renovados servicios turísticos que en la actualidad ofrecen los Ferrocarriles del Ecuador; ello, debido a que estamos convencidos que la captación de mercado para estos servicios no sólo responde a la implementación de políticas de mercadeo sino y fundamentalmente de relaciones públicas.

2. JUSTIFICACIÓN

El aporte de esta campaña ayudará a fomentar el turismo en las diferentes rutas que ofrece el Ferrocarril Ecuatoriano, y lograr un mejor posicionamiento del Tren.

Por otro lado se busca promover la integración familiar, viajando por las rutas del Ferrocarril, en donde conocerán la historia, la geografía y la cultura ecuatoriana.

Se realizará una positiva socialización con el lanzamiento de la campaña de relaciones públicas y comunicación y así lograr promocionar aun más al Tren, a través de las herramientas comunicacionales que se han ido elaborando en Ferrocarriles del Ecuador.

Este proyecto se ha escogido debido a que los turistas en este caso los niños, tienen un desconocimiento de lo que en la actualidad, es el Ferrocarril Ecuatoriano con la rehabilitación que se viene dando desde el año 2008.

Finalmente lo que al investigador le llevo la curiosidad de desarrollar este proyecto fue que le falta explotar aun más, este medio de transporte turístico patrimonial y que los niños viajen, recorran, disfruten y conozcan de los servicios que ofrece Tren Ecuador.

3. TEMA

Gestión de Relaciones Públicas y Comunicación para la difusión del programa turístico de los Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública FEEP en los niños de edad escolar.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Definir a través de la aplicación de una investigación cuantitativa cuál es la mejor estrategia de comunicación y relaciones públicas para la difusión y la promoción de la imagen comercial de los productos y servicios de Ferrocarriles del Ecuador en los niños del sexto grado de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Elaborar un marco teórico relacionados con la gestión de la comunicación, las relaciones públicas y la gestión turística de los Ferrocarriles del Ecuador desde su rehabilitación.
- **R**realizar un diagnóstico del escenario de la comunicación y las relaciones públicas de la empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública por medio de una investigación de campo aplicada.
- Implementar una propuesta de campaña de gestión de relaciones públicas y comunicación con énfasis en una herramienta de

comunicación para fomentar la difusión de los renovados servicios que en la actualidad ofrece el Ferrocarril Ecuatoriano.

5. IDEA A DEFENDER

Con la implementación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito, se aumentará el uso del Ferrocarril turístico patrimonial y los niños conocerán más acerca de la geografía, historia y cultura del Ecuador.

5.1 VARIABLES

Variables Independientes

- La implementación de una Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación con la aplicación de una herramienta comunicacional en el fortalecimiento de la identidad nacional dirigida a los niños de edad escolar.

Variables Dependientes

- Potencialización de los productos y los servicios turísticos que ofrece Ferrocarriles del Ecuador en los niños de edad escolar.

6. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

- **Cuantitativa:**

Dado que en un primer momento la observación nos permitió determinar que se mostraron de manera exacta la percepción que tiene los públicos vinculados en este caso los niños sobre la nueva estrategia de comunicación que se quiere implantar en la socialización; entonces ha sido necesario explicar en forma cuantitativa datos numéricos representados por porcentajes.

- **Cualitativa:**

Porque también dentro de la investigación se analizó los criterios, percepciones, pensamientos y opiniones del público investigado (niños) acerca de la nueva estrategia de comunicación que se quiere implantar para la socialización. Se recogió datos y se analizó de manera descriptiva. Siendo un recurso de primera mano en el acercamiento a la realidad de la empresa.

6.2 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

- **Observacional:**

Se pudo visualizar que los niños de hoy en día, reciben información del ferrocarril sólo a través de los medios digitales e impresos; facebook, twitter y la revista infantil Colorín Coloriel, y lo que se pretende hacer también es con la nueva estrategia que se quiere implantar en las socializaciones en las escuelas es que los estudiantes de sextos de básica conozcan más a fondo del ferrocarril; recorran, viajen, disfruten, sientan, y vivan experiencias únicas sobre el tren.

- **Exploratorio:**

Se realizó un diagnóstico de la situación comunicacional actual de Ferrocarriles del Ecuador, en la cual, se pudo determinar que sus herramientas comunicacionales que hoy utilizan con los niños necesitan más soporte para mejorar la socialización. Por ello no solo basta con proyectarles el video de

seguridad en la vía férrea, sino que ellos se informen y vivan el tren, es por ello que hace falta estrategias nuevas para socializar el tren.

- **Explicativo:**

Con la implementación de una Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación con la aplicación de una herramienta comunicacional en el fortalecimiento de la identidad nacional dirigida a los niños de edad escolar, se pretendió mejorar la socialización, los estudiantes se sintieron parte del tren, se relacionaron con este bien patrimonial, aprendieron la historia, las rutas, la vivencia de la gente de la comunidad, la cultura de los pueblitos por donde pasa el tren, la geografía, la comida típica, leyendas y tradiciones que forman parte del ferrocarril ecuatoriano. Hoy por hoy los mensajes que ocasionan en los niños como son la revista infantil Colorín Coloriel, facebook y twitter son pasajeros y lo que se pretende es que cause un efecto positivo del tren en los estudiantes y aprendan a querer y a conocer lo nuestro y que con el conocimiento adquirido de los productos y los servicios turísticos que ofrece Ferrocarriles del Ecuador en los niños de edad escolar viajen y recorran más por todo el Ecuador turístico patrimonial.

- **Deductivo:**

Con este método se determina que las herramientas de comunicación que utiliza Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones en las escuelas; no son totalmente las apropiadas para un desenvolvimiento óptimo de los niños, ya que ellos quieren nuevas actividades y así aprender del tren, geografía, historia y cultura ecuatoriana; se pudo observar que en las socializaciones solo se

realizan las charlas de seguridad en la vía férrea y proyectan un spot de seguridad en la vía férrea; y esto hace que los niños pierdan un poco de interés por aprender y que les llame la atención porque quieren nuevas herramientas de comunicación que les enseñe y les haga divertirse aprendiendo del ferrocarril.

- **Inductivo:**

Con este método se explicarán las fases que fueron investigadas a través de casos particulares (socializaciones, núcleo ideológico, cantidad y calidad de información, herramientas de comunicación) con encuestas individuales al público objetivo (niños, profesores y padres de familia). La recolección de datos y su interpretación se muestran en lo posterior. La información recopilada se enunció en términos de porcentaje para su mejor análisis.

6.3 FUENTES PRIMARIAS

Son de los documentos de primera mano de los empleados administrativos de la Gerencia de Comunicación Social y la Gerencia de Comercialización de Ferrocarriles del Ecuador ya que ellos socializan con la Revista Infantil Colorriel y saben las necesidades de los estudiantes y las nuevas herramientas que se quiere difundir en la comunidad.

6.4 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias utilizadas son el material comunicacional que utiliza Ferrocarriles del Ecuador como son la revista infantil Colorín Colorriel y los

spots de la seguridad en la vía férrea; donde el personaje de Ferrocarriles es "Don Ferro" el maquinista el cual les enseña a los niños a cuidar el patrimonio y que concienticen de que es peligroso jugar en la vía del tren. También está el personaje y sus amigos que son Pepe el Brequero, Carlitos el ayudante, y Rosita la guía en suvenires como llaveros, esferos, y pines.

El álbum del tren "Las Aventuras de Don Ferro" es un álbum de 36 cromos donde están los cromos de seguridad en la vía férrea, los personajes del ferrocarril y rutas del tren, libros donde se encuentran las memorias del ferrocarril en el Ecuador, folletos de inducción, pagina web del ferrocarril y pagina comercial Tren Ecuador, el periódico antiguo del ferrocarril llamado "La nariz del Diablo", revista institucional Guardavía. Igualmente libros de relacionados con la comunicación y las relaciones públicas como son el de Wilcox, Van Riel. Etzel, Kotler, etc. el cuál sirvió de esta manera para evidenciar que estas herramientas son de gran aporte a la investigación realizada ya que se pudo analizar que herramientas faltarían para mejorar las socializaciones en los escolares y sirva para la implementación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO: LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN

1. Las Relaciones Públicas

Definición

Las relaciones públicas son una herramienta importante de toda empresa, ya que ayudan a entender mejor a sus públicos internos y externos. Son una rama de la comunicación que crea, modifica y mantiene la imagen positiva de la empresa.

En las empresas las relaciones públicas funcionan de una manera muy importante, para que la empresa edifique su prestigio y así logre sus objetivos. Las relaciones públicas crean y mantienen una buena imagen de la empresa como también de mostrar las buenas relaciones dentro y fuera de la empresa. En una empresa del sector público las relaciones publicas cumplen con funciones efectivas y más aun si se trata de organizar eventos, seminarios, congresos, proyectos de ayuda social y labores sociales con públicos de altos mando del gobierno.

Por esta razón, lo que se pretende hacer en esta investigación es crear nuevas estrategias que ayuden a mejorar las relaciones con la comunidad y que se socialice a ese grupo objetivo que son los niños eficientemente para así lograr los objetivos propuestos ya que hoy en día las empresas del sector público les miran a las relaciones públicas como una especie de propaganda mal dicha y para hacer amistades.

Las Relaciones Públicas también juegan un papel significativo en las empresas, el cual hace que exista una actitud positiva o negativa de posicionamiento. Las Relaciones Públicas son importantes ya que permiten comunicarnos unos con otros; y si no se tiene buenas comunicaciones, no existirían buenas relaciones públicas. La comunicación es tan importante que nos permite relacionarnos unos con otros, aprender a vivir en comunidad no es tarea fácil y que gracias a las relaciones públicas y a la comunicación se puede lograr.

Es por eso que podemos mencionar que las relaciones públicas

Ivy Lee es el máximo representante de las Relaciones Públicas, fue periodista norteamericano; él mencionó la diferenciación de lo que son las relaciones públicas y la publicidad; igualmente a Lee se le debe las frases “hacer bien y darlo a conocer” y “decir la mejor verdad, de la mejor manera y en el mejor momento” (Corral, 2006).

Para entender mejor a las Relaciones Públicas se citarán a continuación varios conceptos básicos de Relaciones Públicas:

“Son una Gestión Integral de las interrelaciones de la organización con sus públicos a fin de lograr su identificación, implicación e interacción.” (Corral, 2006).

- Philip Kotler profesor estadounidense especialista en mercadeo menciona que “Las Relaciones Públicas son la función de dirección que analiza las actitudes del público, identificando las políticas y procedimientos de un individuo o de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción para obtener la comprensión y aceptación” (Kotler, Philip, 2004, p.542).
- Para la **Internacional Public Relations Association (IPRA)**: “Las Relaciones Públicas son una función directiva, de carácter permanente y organizativo, por medio del cual una empresa u organismo público o

privado, tratan de obtener y mantener la comprensión, la simpatía y el concurso de aquellos con quienes tiene vinculaciones" (www.ipra.org).

- **Relaciones Públicas:** "Las relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas, ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma eficaz, sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas." (Van Riel, 1997, p.31).

Otros conceptos

Las Relaciones Públicas constituyen la "función directiva que crea, desarrolla y pone en práctica políticas y programas destinados a influenciar a la opinión pública o estimar la reacción pública respecto a una idea, un producto o una organización. El campo de actuación de las relaciones públicas ha ido ganando gran importancia en el terreno económico, social, y político de muchos países. Dentro de las relaciones públicas se incluyen la publicidad, las actividades de promoción y las relaciones con la prensa. Las relaciones públicas no son incompatibles con las actividades de marketing y de comercialización para crear un clima favorable para las ventas" (Arboleda, Ute, 2006, p.21).

A continuación cito otras definiciones de tan importante rama del conocimiento:

1.- "Las Relaciones Públicas están destinadas a promover la comprensión y la aceptación por la Opinión Pública de ideas y causas" **Carlos Anfruns**.

2.-"Las Relaciones Públicas son una disciplina requieren como base la comunicación de doble vía y con las que se pretende generar en los públicos un determinada imagen que responde a la conducta de una entidad, la veracidad y el respeto son sus elementos esenciales. Deben proponer a que las entidades trasciendan para el bien de la comunidad" **Asociación Argentina de RR.PP.**

3.- "Se da el nombre de Relaciones Públicas a las actividades desarrolladas por un grupo de miras a establecer y mantener buenas relaciones entre los miembros del grupo y entre los diferentes grupos y los diferentes sectores de la opinión pública." **Asociación Francesa de RR.PP.**

4.- "Son aquellas cuyo objeto es el de obtener del público una mejor comprensión y merecerla con un constante afán de interés general" **Byoir Carl**.

5.- "Relaciones Públicas es la función administrativa por medio de la cual se evalúan las actividades públicas, se identifican las directivas y procedimientos de un individuo o de una organización con los intereses públicos a favor de aquel individuo o de aquella organización" **Casa Griswold**.

6.-"Las Relaciones Públicas son el conjunto de los contactos de un individuo o de una organización con los distintos medios en el cual éste o aquella evolucionan. En el sentido moderno de la expresión ellos son la política sistemática de un individuo o de una organización pública o privada, en vista de mantener o mejorar sus relaciones con las diferentes multitudes cuyas relaciones sean susceptibles de influir sobre la actividad y de suscitar en torno a ella, un espíritu de confianza y de simpatía". **Centro Belga de RR.PP.**

A partir de esta información podemos afirmar que las diferentes actividades que abarcan las relaciones Públicas son:

- Integrar a la empresa con la opinión pública.
- Permitir la comunicación entre sujetos.
- Crear un entorno en el que la organización pueda desarrollarse.
- Manejo de los factores económicos, sociales y políticos que puedan afectar a la organización.
- Crear prestigio para un individuo o un grupo, para promocionar los productos, incluso para ganar elecciones.
- Informar a los directivos sobre los cambios de opinión de diversos sectores sociales cuya opinión puede afectar a la empresa.

Las Escuelas de Relaciones Públicas que se conocen son:

- a) En Norteamérica: se enfoca más en lo que es la imagen.
Y los representantes son: Ivy Lee y Edward Bernays.
- b) La Europea: busca establecer relaciones solidarias, confiar entre las personas. Y la sociedad.
Y sus representantes son Mclyhan y Lucian Matrat.
- c) La Latinoamérica: aparece en la década de la 60, es una mezcla tanto de la norteamericana como la europea y busca el interés de la comunidad.

Las Relaciones Públicas son en sí un conjunto de tácticas para mejorar la organización y mantener equilibrada la relación interna y externa de la empresa; siendo una disciplina administrativa y actividad directa que está destinada a promover la comprensión, aceptación, credibilidad y confianza de los públicos con los cuales tiene que ver una organización, empresa, individuo e institución. Las RRPP requieren como base el manejo estratégico de la comunicación para desarrollar y construir la buena y sólida imagen ante la opinión pública.

Las Relaciones Públicas como cualquier otra carrera, cumple con actividades las cuáles se citarán a continuación:

Actividades de las Relaciones Públicas

- Las RRPP se encargan de integrar a la empresa con la opinión pública.
- Las RRPP nos permiten comunicarnos unos con otros y la función de las relaciones públicas consiste en crear un entorno en el que la organización pueda desarrollarse. Trata de manejar los factores económicos, sociales y políticos que puedan afectar a la organización.
- Las RRPP sirven para crear prestigio para un individuo o un grupo, para promocionar los productos, incluso para ganar elecciones.
- En la industria en personal de RRPP mantiene informado a los directivos sobre los cambios de opinión de diversos sectores sociales cuya opinión puede afectar a la empresa.
- Las RRPP son una parte esencial de los procesos políticos de muchos países. Es decir los políticos que necesitan asesoramiento, las agencias gubernamentales que necesitan cooperación etc.
- Las RRPP son parte importante en la industria del espectáculo, tanto el teatro, los deportes, los restaurantes utilizan servicios de relaciones públicas para aumentara el volumen de negocios y realzar su imagen.

2. El Relacionista Público:

“El Relacionista Público es un especialista en el arte de la comunicación; debe tener una amplia cultura general y estar al tanto de todo lo que sucede en la empresa.

Las socializaciones, las notas de prensa, los eventos son parte fundamental de un relacionista público en especial; si se trabaja en empresas que se requieren del contacto directo con los turistas como lo es la empresa de Ferrocarriles del Ecuador. Ferrocarriles del Ecuador en su etapa de rehabilitación y operación del sistema ferroviario cumple una responsabilidad social muy importante y es aquí donde el relacionista público cumple sus funciones y es el de saber comunicar y relacionarse eficazmente con la comunidad es decir los niños, para que se informen, conozcan y tengan una buena imagen del tren por ello se implementa las socializaciones; el cual el relacionista público les enseña a los niños sobre el tren. Para ello el relacionista público desempeña varias funciones que se citarán a continuación”:¹

- a) “PROGRAMACION: es el encargado de analizar los problemas, define objetivos, determina el público que se dirige, y planifica las actividades que tiene que realizar
- b) ESCRIBIR Y EDITAR MATERIALES: anuncios de prensa, discursos, informes para accionistas, información del producto y publicaciones para los trabajadores.
- c) PLANTEAR LA INFORMACION: tiene que ser de la manera más ventajosa.
- d) ORGANIZAR ACONTECIMIENTOS: eventos sociales, ruedas de prensa, conferencias, premios, exhibiciones, cumpleaños, etc.

¹ Arboleda Naranjo; René, Apuntes sobre el Enfoque de la gestión de Relaciones Públicas, clase de Relaciones Públicas UTE, p.22.

- e) ASESORAR sobre la comunicación con el público, y también incluye la redacción de discursos.
- f) INVESTIGAR Y EVALUAR: entrevistas, materiales etc.
- g) GESTIONAR los recursos mediante la planificación, el establecimiento de presupuestos y la contratación y preparación de empleados para lograr los objetivos".²

Las RRPP son muy importantes en un mundo globalizado como lo de hoy ya que sus actividades son parte de todas las empresas , actividades que son criticadas diariamente y al cuál se debe demostrar una buena imagen ante nuestro público tanto interno como externo.

Por otro lado el "enfoque de las Relaciones Públicas cuentan con una estructura organizacional el cual está compuesta por:"³

- Empresas,
- Personas públicas,
- Políticos,
- Instituciones,
- Países,
- Artistas,
- Hospitales etc.

Los Públicos Internos: trabajadores, directivos, socios, familia.

Los Públicos Externos: políticos, competencia, medios de comunicación, proveedores, empresas, consumidores.

² Arboleda Naranjo; René, Apuntes sobre el "Enfoque de la gestión de relaciones públicas", clase de relaciones públicas, Ute.

³ Arboleda Naranjo; René, Apuntes sobre el "Enfoque de la gestión de relaciones públicas" clase de relaciones públicas, Ute.

Las Relaciones Públicas como proceso son:

I: "Investigar la situación respecto a la opinión pública de directivos, imagen general, empleados, clientes de la compañía.

A: Acción ¿qué se va hacer?

C: Comunicar: ¿Cómo se va a comunicar al público?

E: Evaluar: ¿se lograron los objetivos? " (Wilcox. Dennis. Zifra, Jordi, 2006).

Sobre los elementos claves de las Relaciones Públicas se tomarán en cuenta los siguientes:

- **ASESORIA:** dar consejos para que la empresa tome las mejores decisiones. Fortalecer la imagen empresarial porque es un experto en la comunicación.
- **INVESTIGACIÓN:** investigar sobre la opinión pública, las actitudes y comportamientos de la gente dentro de una empresa.
- **RELACIONES CON LOS MEDIOS:** como mantener buenas relaciones entre los dos, es un elemento clave ya que genera opinión.
- **PUBLICITY:** divulgar los mensajes equivocados de forma periodística(información periodística)
- **RELACIONES CON LOS TRABAJADORES:** comunicación interna con los empleados y jefes.
- **RELACIONES CON LA COMUNIDAD:** Balance Social: que es retribuir al entorno (político, social, comunicacional, económico,

etc.) lo que el entorno le da a la empresa para que esta pueda sobrevivir.

- ASUNTOS PÚBLICOS: desarrollar políticas efectivas, adaptándose y poniendo en claro las expectativas.
- ASUNTOS GUBERNAMENTALES (LOBBYING): ejercer una comunicación con los grupos de poder, comunicación ética frente a los grupos de poder.
- RELACIONES FINANCIERAS: relación y mantenimiento de confianza
- RELACIONES INDUSTRIALES: empresas, proveedores, competencia.
- DESARROLLO Y OBTENCION DE FONDOS: apoyo financiero
- ACONTECIMIENTOS Y EVENTOS ESPECIALES: organización y, ejecución, cenas con medios-accionista –cumpleaños-protocolo y etiqueta.
- COMUNICACIÓN –PUBLICIDAD-MARKETING: combinación de las estrategias de marketing, publicidad, RRPP, ventas y promoción (marketing mix) respaldar las ventas y la imagen de las empresas, productos etc.

“Niveles de gestión en el proceso de RR.PP” (Corral, Ute, 2007, p. 18).

NIVEL 1:

- A) RRPP se informa, fuentes, situación
- B) RRPP analiza, recomendaría la dirección
- C) El departamento de RRRP se informa, analiza las fuentes.
- D) La gente de RRPP analizan esa información lo que traes el mensaje y recomendar a la dirección y se contrata a la agencia.

NIVEL 2:

- A) Gente de RRPP planifica y ejecuta un plan de acción
- B) Se valora la acción emprendida

3. LA COMUNICACIÓN

Definición.-

La comunicación nos permite vincularnos unos con otros mediante códigos; siendo una de las actividades más antigua que utiliza los seres que habitamos este planeta tierra, la comunicación nos permite entendernos de manera efectiva y en pocas se puede decir que es la trasmisión de información.

Es por ello que en esta investigación se ha tomad en cuenta este tema ya que la comunicación toma un papel importante en las socializaciones con los niños. ya que ellos se comunican y van comunicar eficientemente a través de estrategias nuevas que existe un tren al que se debe visitar y conocer.

Comunicación proviene de la palabra latina *Communis*, que significa común, por tal motivo al comunicarse, se trata de establecer una comunidad con alguien.

Es el medio que nos permite el intercambio de ideas, relacionarse con los demás, nexo que le ha permitido al hombre entenderse entre sí.

En su sentido laxo Comunicación: "Es la acción o efecto de comunicar. Trato correspondencia entre dos persona .Trato, correspondencia entre personas .Oficio, escrito en que se comunica algo. Cualquier medio de enlace como caminos, canales, vías, correos, telégrafos etc." (Océano Uno Color, 2008, p.406).

Para Stanton, Etzel y Walker, la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte" (Stanton, Etzel, Walker, 2007, p. 511).

Antonio Pascualli define a la comunicación como: "Un proceso humano de emisión - percepción de mensajes, entre personas en estado de total reciprocidad".

Pascualli se refiere a "una comunicación entre personas que estén bajo condiciones de igualdad comunicativa y a su vez sean capaces de interpretar y comprender el mensaje emitido. Bajo este contexto, la comunicación parte de una fuente, que envía un mensaje a través de un medio para llegar a un perceptor, el mismo del que se espera, de una respuesta."(López Héctor. Clase de Negociación, Ute, 2008).

Según Idalberto Chiavenato profesor pedagogo y filósofo, autor de libros de administración menciona que la comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social" (Chiavenato, 2008, p.455).

• Para Lamb, Hair y McDaniel, la comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos" (Lamb, Hair, Mc Daniel, 2006, p. 484).

En este contexto podemos afirmar que:

- La Comunicación es el intercambio, interrelación, diálogo, vida en sociedad, todo ello relacionado indiscutiblemente con las necesidades productivas del hombre y interrelacionado con el lenguaje.
- La comunicación puede entenderse como pensamiento compartido asumiendo que no puede existir pensamiento sin palabra.
- La Comunicación es la responsable de la imagen en una empresa.
- Es el proceso a través del cual los individuos condicionan recíprocamente su comportamiento.
- La comunicación es un proceso mediante el cual *transmitimos* y *recibimos* datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción.
- La comunicación es indispensable para lograr la necesaria coordinación de esfuerzos a fin de alcanzar los objetivos perseguidos por una organización.
- La comunicación es un fenómeno de carácter social que comprende todos los actos mediante los cuales los seres vivos se comunican con sus semejantes para transmitir o intercambiar información.
- Comunicar significa poner en común e implica compartir.

Por otro lado podemos decir que los procesos que comprende el ejercicio de comunicar pueden ser:

- Dinámico: porque está en continuo movimiento y no se limita a una relación Emisor-Receptor estático, pues los roles se intercambian.
- Inevitable: Pues es imposible no comunicar, incluso el silencio comunica.
- Irreversible: porque una vez realizada, no puede regresar, borrarse o ignorarse.

- Bidireccional: porque existe una respuesta en ambas direcciones.
- Verbal y no verbal: porque implica la utilización de ambos lenguajes en algunos casos.

Los elementos básicos que intervienen en la comunicación son los siguientes:

- Emisor.
- Mensaje.
- Canal.

La comunicación es un intercambio de información entre dos personas o un grupo de personas a esto es lo que llamamos emisor y receptor, que se intenta que sea entendible, y tal canje forma una respuesta, que puede ser verbal o no y así el asunto se vuelve constante cuando el receptor se convierte en emisor y inversamente receptor.

Hay que entender que las Relaciones Públicas son un medio de comunicación y son tan importantes ya que nos permiten comunicarnos unos con otros

La comunicación es absolutamente importante en el desarrollo corporativo ya que permite relacionarnos unos con otros, aprender a vivir en comunidad, es decir no pueden existir buenas relaciones públicas si no existen buenas comunicaciones.

En este sentido consideramos que la actividad del comunicador va dirigida fundamentalmente a:

- Captar la buena voluntad de sus públicos.
- Formular los necesarios interrogantes de ¿qué debo comunicar?; ¿ a quién debo comunicar?; ¿ cuándo y dónde debo comunicar?, adecuando su mensaje al porqué y al para que de su comunicación, determinando así el medio, el espacio y el tiempo de difusión.

Ahora bien entendido los conceptos teóricos de lo que son las relaciones públicas y la comunicación, se va a desarrollar algunos conceptos de

comunicación organizacional en las empresas que son de importancia en esta investigación:

Marco conceptual de términos de comunicación organizacional

- **Posicionamiento:** “Acción y efecto de desarrollar programas de identidad corporativa que determinen una posición en el mercado para la empresa y sus productos. En otra acepción, la campaña desarrollada para ponerse en cabeza realizando una actividad antes que ningún otro”. (Wilcox, Philips. Warren. Agee y Glen T, 2001).
- **Imagen Corporativa:** “La imagen es la representación mental de una empresa que tiene la capacidad de condicionar y determinar, incluso, las actitudes de un grupo social en relación con esta empresa.” (Costa, 1993,p.20)
- **Identidad Corporativa:** “La identidad corporativa es la auto-presentación de una organización; consiste en la información de las señales que ofrece una organización sobre sí misma por medio del comportamiento, la comunicación, y el simbolismo, que son sus formas de expresión”. (Van Rekom, Van Riel, y Wierenga, 1991,p.37).
- **Públicos:** Lucien Matrat intelectual francés y pionero de las teorías y práctica de relaciones públicas (1971): estableció distintos niveles de influencia de los públicos en la organización que se adecuan mejor a las necesidades metodológicas.

-Nivel de decisión. Los públicos se definen como aquellos cuya autorización o acuerdo es necesario para la actuación de la organización.

-Nivel de consulta. Los públicos deberían ser consultados por quienes toman las decisiones de la organización.

-Nivel de conducta. Los públicos, a través de su comportamiento, pueden obstaculizar o fomentar el desarrollo de la organización.

-Nivel de opinión. Los públicos cuya opinión influencia la opinión pública: medios de comunicación, líderes de opinión, etc.

- **Cultura Corporativa:** Edgar H. Schein, sicólogo francés, profesor de desarrollo organizacional, a partir de la teoría etnográfica, define la cultura como un modelo de presunciones básicas –inventadas, descubiertas o desarrolladas por un grupo dado al ir aprendiendo a enfrentarse con sus problemas de adaptación externa e integración interna- que hayan ejercido la suficiente influencia como para ser consideradas válidas y, en consecuencia, ser señaladas a los nuevos miembros como el modo correcto de percibir, pensar y sentir esos problemas. Esas presunciones básicas, dice Schein, operan

inconscientemente y definen, en tanto que interpretación básica, la visión que la empresa tiene de sí misma y de su entorno

- **“Relaciones Públicas:** Es la gestión integral de comunicación entre la organización y sus públicos, con el fin de crear y mantener una imagen favorable de los mismos” (Xifra, 2003, p.167).
- **Identidad Corporativa:** Es la forma en que se auto presenta la organización a los públicos vinculados.
- **Imagen Corporativa:** Es la percepción que tienen los públicos acerca de la organización.
- **Cultura Corporativa:** Contiene los valores y creencias de la organización, es la personalidad de la empresa.
- **Posicionamiento:** Es el nivel de recordación que ocupa una empresa o una marca en la mente del consumidor.
- **Públicos:** Personas en específico a quién queremos llegar; incluyen: públicos internos en donde se encuentran: empleados, proveedores,

accionistas, y públicos externos en donde se encuentran: consumidores, clientes, medios de comunicación, líderes de opinión.

- **Estrategias:** es la forma como se va a alcanzar o cumplir el objetivo planteado mediante el desarrollo de directrices para el programa global. Para entender mejor las estrategias representan el que hacer.
- **Tácticas:** son la parte central del plan o campaña de Relaciones Públicas en la que se describen de forma secuencial las actividades o acciones que se van a desarrollar para el cumplimiento de las estrategias y objetivos del plan,
- **Comunicación Interna:** es la interrelación que se tiene entre los empleados y la empresa.

En este marco teórico referencial, consideramos que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública-FEEP de ninguna manera se abstrae en el cumplimiento de sus objetivos de la utilidad que le genera la implementación de estrategias de comunicación organizacional y de relaciones públicas en el afán de lograr el fortalecimiento de su imagen.

Finalmente hemos afirmado que los objetivos básicos de este trabajo consiste precisamente en la creación de una campaña de relaciones públicas y comunicación que posicione la imagen de la empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, a través de nuevas estrategias de relaciones públicas y comunicación para mejorar la socialización en las escuelas en niños de edad escolar, entendiendo que la imagen corporativa como bien lo afirma Joan Costa

es “la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos”, una especie de carrete fotográfico que está a punto de ser revelado en la mente de las personas”.(Costa, 1993)

El valor y la importancia de una campaña de Relaciones Públicas:

Una campaña de relaciones públicas hoy en día constituye una herramienta indispensable en la comunicación en toda empresa. La importancia y el valor de realizar una campaña son para originar y mantener sanas y productivas relaciones tanto con el público interno como externo de la empresa en beneficio de la sociedad.

Las campañas de RRPP ayudan a construir o conservar una buena imagen de una organización y una relación favorable con sus públicos. De igual forma las campañas de Relaciones Públicas deben elaborarse para apoyar la estrategia general de la organización,

es decir, estar en concordancia con su misión, visión y objetivos, con el fin de lograr sus metas.

El paso previo obligado para que la organización lleve a cabo una campaña de las Relaciones Públicas es la investigación, pues sin ella no es posible proyectar el trabajo que se debe emprender para resolver o aminorar las insuficiencias que se presentan. La investigación en una campaña de Relaciones Públicas proporciona información acerca de las actitudes y la opinión del público, brinda información objetiva para la programación.

La enciclopedia Encarta define la palabra campaña como:

- Campaña: es el “conjunto de actos o esfuerzos, actividades de índole diversa y en un período de tiempo, que se aplica para conseguir un fin determinado.”

Existen dos clases de campañas:

1) Transitorias: se realizan en los casos en que se deseen obtener resultados inmediatos o a corto plazo. Ejemplo: la celebración de la Feria Internacional del Libro.

2) Permanentes: campañas a más largo plazo para apoyar el cumplimiento de planes generales en una institución. Tienen un desarrollo estable que permite estimar el presupuesto necesario y planificar y regular las acciones. Ejemplo: Campaña para promover los servicios del Museo.

Por lo tanto, las campañas de Relaciones Públicas deben dirigirse a:

- Crear conciencia en el público externo a fin de que se conozca la organización, se sepa qué hace y de qué forma le beneficia que la organización exista.
- Crear credibilidad, ya que para toda organización es muy importante que las personas le tengan confianza a lo que hace.
- Establecer y mejorar la comunicación con los diversos públicos de interés (internos y externos) y saber mantenerlas en aras de lograr un mutuo entendimiento, estableciendo sentimientos de empatía y comprensión.
- Aumentar el prestigio de la institución, ya que el prestigio o imagen es una construcción mental que se forma a través de las opiniones.

Al reflexionar sobre la Campaña de Relaciones Públicas como proceso integrador y concentrado de información y persuasión, dirigido a que un determinado segmento de la población, se adoptan ciertas ideas, productos o comportamientos que los organizadores de la campaña consideran deseables, los que se relacionan a continuación:

1. Análisis de la situación de la organización.
2. Definición del problema y las oportunidades.
3. Objetivos.
4. Públicos.
5. Estrategias.
6. Tácticas y herramientas.
7. Calendario
8. Presupuesto.
9. Evaluación.

Para alcanzar el éxito de la Campaña de Relaciones Públicas se debe tomar en cuenta estos pasos que son importantes y fundamentales al momento de elaborar una campaña y así que la organización cumpla sus objetivos propuestos.

4. MARCO CONTEXTUAL: LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS EFECTIVAS EN LA EDAD ESCOLAR.

4.1. Las Relaciones Públicas y la Comunicación en los estudiantes de edad escolar.

Los niños y las niñas son parte importante de la sociedad, ya que ellos son el futuro de un País. Un país lleno de personas educadas, con cultura; que sepan que el Ecuador es un lugar hermoso por conocer y visitar y que formen parte de la identidad nacional.

Comunicarse con un niño es maravilloso, ellos con toda su naturalidad expresan cosas de manera espontánea con sinceridad y con sus gestos comunican sus sentimientos.

Los beneficios de una buena comunicación en los niños les ayudan a sentirse más queridos y a saber que sus comentarios tienen valor para los demás. Generalmente cuando los adultos se comunican bien con los niños ellos son más probable que estén dispuestos a hacer lo que se les pide y van a colaborar.

A continuación se citarán unos consejos básicos para comunicarnos mejor con los niños que se tomaron de las socializaciones efectuadas con la socialización de la revista Colorín Coloriel de Ferrocarriles del Ecuador:

- a) Mandar mensajes positivos a los niños.
- b) Contestar sus preguntas cuando son pequeños
- c) No gritar
- d) Gestos y otras señales no verbales
- e) Comunicarse al nivel del niño verbal y físico
- f) Lenguaje adecuado a la edad para que puedan entender

- g) Posición cara a cara el cual el niño tenga un contacto visual de rodillas o agacharse.
- h) Evitar preguntas de respuesta de SI y NO
- i) Un adulto debe dar explicaciones concretas para que les llegue eficientemente el mensaje
- j) Hacer saber que los niños fueron escuchados

Para que exista una comunicación efectiva se debe tomar en cuenta que cada niño es distinto y que la observación es muy importante al momento de comunicarse. Es así; que la idea principal sobre la comunicación efectiva con los niños; es un proceso que se inicia cuando ellos son pequeños y los adultos son capaces de conversar con ellos, dependiendo de su edad. A los niños hay que aprender a escucharles, observarles su comportamiento y sobre todo saber analizar cuando ellos quieren conversar con un adulto.

A hora bien el papel que desempeñan las relaciones publicas en los niños van de la mano con la comunicación, los niños con los adultos y viceversa se relacionan a cada momento.

En un blog de la web tomado el 13 de octubre del 2013, sobre las relaciones públicas en los niños se menciona que: "En el mundo de las relaciones públicas no hay niños; hay un "público infantil" (www.scientologycourses.org).; está en lo cierto ya que las relaciones publicas son una actividad que se preocupa de la presentación y de la audiencia. Las socializaciones infantiles forman parte de las relaciones públicas, en donde el niño se socializa y se comunica eficazmente.

4.2. La Comunicación oral en los niños, el papel de los padres y las escuelas:

Dentro de la comunicación en los niños, es importante incluir la enseñanza del lenguaje desde que los niños están en las primeras etapas escolares ya que ahí es dónde se estimula la capacidad comunicativa.

Para ello es importante que los niños desarrollen desde pequeños tanto de forma personal como creativa su lenguaje.

La comunicación es el medio más efectivo de uno o dos individuos para relacionarse, por ello, que tanto los padres como los maestros deben aprender a comunicarse con los niños. El rol de los padres es enseñarles y educarles a través del dialogo, y el de los maestros es a través de las actividades que se realicen en clase.

La escuela al niño debe ofrecerle seguridad y confianza ya que este entorno social y afectivo ayudan a estimular el progreso apropiado del lenguaje.

El lenguaje es un instrumento importante en la comunicación y más aun si se enseña a los niños a entablar conversaciones y diálogos para comunicarse con el medio sea este familiar, escolar. Social, etc.

Los profesores deben dejar desarrollar su comunicación oral y que mejor si se implementa nuevas estrategias de comunicación en las escuelas, para lograr este desarrollo como por ejemplo; la participación de los estudiantes en actividades de expresión oral y dramática que ayuden a mejorar su comunicación oral y dejen de lado ese miedo escénico que a veces tienen y siendo grandes en escena.

Por otro lado en las escuelas se debe implementar juegos, actividades con el lenguaje, que fomente las relaciones públicas en los niños, de igual manera que ayuden a su desenvolvimiento tanto mental como físico y aprendan a sociabilizar en un cien por ciento.

4.3. Las Socializaciones como elemento fundamental en la vida de los escolares.

Las socializaciones en las escuelas son actividades esenciales en la vida estudiantil de los escolares, entendiendo que la socialización se la podría definir como un proceso mediante el cual los individuos de un grupo se relacionan y comparten temas en común.

El significado de la palabra socialización se define como “un proceso de influjo entre una persona y sus semejantes, un proceso que resulta de aceptar las pautas de comportamiento social y de adaptarse a ellas.

Este desarrollo se observa no solo en las distintas etapas entre la infancia y la vejez, sino también en personas que cambian de una cultura a otra, o de un status social a otro o de una ocupación a otra. La socialización se puede describir desde dos puntos de vista: objetivamente; a partir del influjo que la sociedad ejerce en el individuo; en cuanto proceso que moldea al sujeto y lo adapta a las condiciones de una sociedad determinada, y subjetivamente; a partir de la respuesta o reacción del individuo a la sociedad. La socialización es vista por los sociólogos como el proceso mediante el cual se inculca la cultura a los miembros de la sociedad, a través de él, la cultura se va transmitiendo de generación en generación, los individuos aprenden conocimientos específicos, desarrollan sus potencialidades y habilidades necesarias para la participación adecuada en la vida social y se adaptan a las formas de comportamiento organizado característico de su sociedad”⁴

Ahora bien, en las escuelas la mayor parte del tiempo los niños se sociabilizan; a través de las distintas actividades que realiza en el día a día. La escuela ocupa una parte del tiempo de la vida de los niños súper importante; desde muy pequeños ellos aprenden, se socializan con niños y maestros, y empiezan a desarrollar sus relaciones fuera del ámbito familiar. La escuela para los niños se presenta como el lugar más importante argumento social y de aprendizaje.

⁴ <http://www.monografias.com/trabajos12/social/social.shtml#co>.

En un artículo escrito por la Dra. Patricia de la Sierra acerca de la socialización en las escuelas menciona que “Es importante que los niños tengan un apego seguro ya que es la base para que muestren competencias en las relaciones con los iguales, sean aceptados por compañeros y tengan amigos. La socialización a estas edades es vital para el buen desarrollo de las personas, todos los niños han de sentirse pertenecientes a un grupo de iguales. El rechazo de sus compañeros puede desarrollar actitudes negativas e inhibirlos en la exploración y podría aparecer llanto, quejas, tristeza, apatía por ir a la escuela, excesivo apego al adulto y otros síntomas que pueden ser debidos a una percepción de soledad asociada al hecho de no tener compañeros con quien jugar.” (De La Sierra, La Socialización en las escuelas, www.socializaciones en las escuelas.com).

Se puede decir, entonces para concluir que para un niño el socializarse con niños y maestros en la escuela es lo más sano para desarrollar sus habilidades, por ende se quiere implementar estas nuevas estrategias comunicacionales para mejorar las socializaciones del niño en las escuelas y los niños se sientan parte de este.

4.4 La Importancia y el beneficio que aporta la ley de comunicación en los niños de edad escolar.

La ley de comunicación dentro de su norma deontológica le da gran atención prioritaria a los niños y niñas, donde indica que los medios de comunicación no deben incitar a que los niños, niñas y adolescentes imiten comportamientos perjudiciales o peligrosos para su salud , como también abstenerse de emitir imágenes o menciones identificativas de niños, niñas y adolescentes como

autores, testigos o víctimas de actos ilícitos; salvo el caso que, en aplicación del interés superior del niño, sea dispuesto por autoridad competente.

Los principios de interés superior de niñas, niños y adolescentes es prioritaria en el ejercicio de los derechos a la comunicación de las niñas, niños y adolescentes, atendiendo el principio de interés superior establecido en la Constitución y en el Código de la Niñez y la Adolescencia, de la misma forma están informados acerca de las niñas, niños y adolescentes que viole sus derechos según lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia.

Para la persona que realice la difusión de información no permitida será sancionada administrativamente por la Superintendencia de Información y Comunicación con una multa de 10 a 20 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que responda judicialmente, de ser el caso, por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral, las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna, ya que los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes; la revictimización; así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral, los medios de comunicación de todo mensaje que constituya incitación directa o estímulo expreso al uso ilegítimo de la violencia, a la comisión de cualquier acto ilegal, la trata de personas, la explotación, el abuso sexual, apología de la guerra y del odio nacional, racial o religioso,

quedando prohibida la venta y distribución de material pornográfico audiovisual o impreso a niños, niñas y adolescentes menores de 18 años.

Todos los mensajes de contenido sexualmente explícito difundidos a través de medios audiovisuales, que no tengan finalidad educativa, deben transmitirse necesariamente en horario para adultos, y los contenidos educativos con imágenes sexualmente explícitas se difundirán en las franjas horarias de responsabilidad compartida y de apto para todo público, teniendo en cuenta que este material sea debidamente contextualizado para las audiencias de estas dos franjas, el incumplimiento de lo dispuesto en este artículo será sancionado administrativamente por el Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación con una multa de 1 a 5 salarios básicos por cada ocasión en que se omite cumplir con esta obligación.

El Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia emitirán el reglamento para el acceso a los espectáculos públicos que afecten el interés superior de niñas, niños y adolescentes, de conformidad con el artículo 13 numeral 4 de la Convención Americana de Derechos Humanos y la Convención sobre los Derechos del Niño. El reglamento referido en el párrafo anterior será de uso obligatorio por las autoridades locales y nacionales que tengan competencia, en su respectiva jurisdicción, de autorizar la realización de espectáculos públicos.

CAPÍTULO II



Fuente: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec

MARCO INSTITUCIONAL: FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA – FEEP.

2.1 Status de la empresa Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública - FEEP.

Ferrocarriles del Ecuador, es una empresa pública ecuatoriana que administra y opera el sistema ferroviario turístico patrimonial; contribuyendo al desarrollo socioeconómico del país a través de actividades productivas que fomenten el turismo con responsabilidad social. Los objetivos para ferrocarriles del Ecuador son el recuperar la infraestructura del sistema ferroviario ecuatoriano y fomentar el desarrollo económico local y la participación de los actores públicos y privados, bajo un enfoque turístico, patrimonial, cultural y solidario.

2.2.1 Antecedentes

En el Ecuador la construcción del ferrocarril marcó un antes y un después en la historia del país, puesto que a comienzos de la vida republicana la gente no salía de su lugar de origen y el comercio de productos se hacía casi imposible entre las provincias de la sierra y la costa.

En 1980, era muy frecuente que los viajes de Quito a Guayaquil se los realice en caballo o herradura, el recorrido que se hacía era tan largo y peligroso que duraba entre 15 y 30 días.

En esa misma época el invento de la revolución industrial, el ferrocarril a vapor, comienza a ser considerado por el presidente Gabriel García Moreno, como una solución segura, viable y practica para el transporte de carga y de pasajeros, mismo que estaba enfocado en apoyar al desarrollo del comercio y la industria del país.

En 1861, el entonces presidente Gabriel García Moreno firma el decreto presidencial para la licitación de la construcción del ferrocarril en el Ecuador, comenzando los trabajos en 1873. La idea de García Moreno fue la construcción del ferrocarril desde Yaguachi hasta Sibambe donde se conectaría con la carretera Sibambe (Nariz del Diablo) – Quito, lamentablemente la muerte de García Moreno en 1875 frena la obra y es así como en el transcurso de 2 años solo se logra construir 45 Km de vía férrea que comprendía el tramo Yaguachi - Naranjito.

Una vez electo presidente el General Eloy Alfaro en 1895, se propuso finalizar la obra de Gabriel García Moreno y unir así la costa con la sierra, sin embargo no contaba con el presupuesto suficiente para hacerlo.

La urgente necesidad de desarrollo, obligo a que el proyecto del ferrocarril se convierta en una obra prioritaria para el gobierno de la época y es así como se decide realizar un estudio de trazado vial férreo desde Quito a Guayaquil, mismo que demoro más de 2 años.

Eloy Alfaro, contrata mano de obra norte americana para desarrollar la obra ferroviaria en el Ecuador, creando en 1897 la empresa "Guayaquil and Quito Railway Company", la cual asumiría la construcción del ferrocarril a un costo aproximado de 17 millones de dólares.

Cuando comenzaron los trabajos con la compañía norteamericana, se encontraron con la novedad de que la mano de obra nacional era prácticamente nula pese a los buenos salarios que se les ofrecía. Las enfermedades como la fiebre amarilla, disentería y los continuos ataques de serpientes hacían más difícil conseguir trabajadores para el ferrocarril, por esta razón decidieron contratar a 4000 jamaquinos para continuar con la construcción, ya que los mismos contaban con la experiencia del caso por haber participado en la construcción del ferrocarril de su país.

El punto crítico de la construcción del ferrocarril ecuatoriano se dio en el sector de río Chimbo en la provincia de Chimborazo ya que en época invernal la tierra cedía a la presión del agua lo que causo la destrucción de casi 10 Km de vía férrea

Superado los inconvenientes naturales y de mano de obra al llegar a Sibambe, provincia de Chimborazo, el Ing. John Harman, decide fabricar un tendido férreo único en el mundo conocido hoy en día como el zigzag de la Nariz del Diablo.

Debido a presiones de los habitantes de Riobamba, El General Eloy Alfaro se vio obligado a modificar el trazado original para que el tren entrara a esta ciudad.

Luego de 11 años de construcción y durante su segundo gobierno, Eloy Alfaro logró completar los 452 Km. De vía desde Guayaquil hasta Quito.

Concluyendo la obra el 25 de junio de 1908, fecha en la que fue inaugurado el ferrocarril "Mas difícil del Mundo". Cuando la locomotora llegó a Quito cerca de 30.000 habitantes lo recibieron con un ambiente de fiesta, bandas de música, juegos pirotécnicos, calles adornadas y embanderadas, además de una campanada a cada hora de parte de la iglesia. Fueron decretados 4 días de fiesta nacional. Como acto de inauguración la hija del Alfarero, América Alfarero colocó un clavo de oro en el último riel de la estación Chimbacalle" (Castro.2009, p.18).

Alfarero no se conformaría y continuaría con los proyectos para enlazar el país con el ferrocarril. En las orillas del Machángara, bautizó con una pala la construcción de la ruta Quito – Ibarra, como una prolongación del ferrocarril para integrar esta ruta con Colombia.

El éxito del ferrocarril abrió las puertas para su expansión. Futuros gobiernos construyeron la vía Sibambe a Cuenca, proyectándola hasta Loja, para unir al sur, donde circulaba dinero peruano, por las malas condiciones de las vías de comunicación. Otras rutas, que fueron parte del sistema nacional son:

- Guayaquil a Salinas
- Machala a Pasaje y Piedras
- Chone a Bahía de Caráquez
- Manta a Santa Ana
- Ibarra a San Lorenzo

La construcción del ferrocarril permitió la unidad y la modernización del país, a través del comercio de la costa con la sierra, hay que destacar que el ferrocarril ayudó mucho en el desarrollo de varias industrias como: Bretaña (textiles), cervecera nacional, cementos Chimborazo, entre otros.

A partir de 1970, el ferrocarril entra en un proceso de declinación que llevo al abandono y al desgaste progresivo de la influencia del Tren en el sistema de transporte del Ecuador.

A finales del año 2005, Ferrocarriles del Ecuador se ve inmersa en un proceso de transferencia de competencias hacia una Mancomunidad de Municipios, los mismos que asociados por sus antecedentes ferroviarios plantean la tarea de “recuperar al ferrocarril, apostando a la rehabilitación de ciertos tramos operables con enfoques turísticos locales” (Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura 2009), este proceso tampoco se cristalizó por causa de una decisión política final que resuelva sobre su existencia o eventual modernización.

2.2 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA DE FERROCARRILES DEL ECUADOR

La Empresa “Ferrocarriles del Ecuador” es **una** persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, dotada de autonomía presupuestaria, financiera, económica, Administrativa, operativa y de gestión; que se encuentran bajo la coordinación del Ministerio Coordinador de Patrimonio, acorde con los objetivos establecidos en el Sistema Nacional de Planificación.

El 1 de abril de 2008, se declara a la Red Ferroviaria del Ecuador como bien patrimonial y proyecto emblemático del Gobierno Nacional. Bajo esta declaratoria, el ferrocarril se convirtió, según el mismo documento, en “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico”. El objetivo de la rehabilitación del sistema ferroviario es “recuperar y poner en valor la red ferroviaria ecuatoriana para contribuir al desarrollo territorial y económico local, así como el fortalecimiento de la unidad e identidad nacional” (Instituto Nacional de Patrimonio y Cultura, 2009).

La declaratoria emitida por el Estado representa una voluntad política y compromiso prioritario en la agenda de gobierno. La estrategia para la rehabilitación del ferrocarril es una opción que ha tenido resultados positivos en otros países. El momento en que se produce la declaratoria es el oportuno, ya que el ferrocarril ha cumplido su vida útil como tecnología y sistema de transporte nacional, el reciclaje representa una nueva vida y el cambio, de medio de transporte a objeto cultural, en donde lo simbólico es un valor agregado al patrimonio material, pone en vigencia el sentido de la unidad nacional, la inserción de la modernidad y el impulso al turismo en el país.

En este sentido el sistema ferroviario es patrimonio cultural del Estado, pero no todo este sistema, originalmente concebido como medio de transporte, tiene potencial turístico. Para serlo, debe reunir condiciones específicas como inducir al visitante a la novedad y la sorpresa, debe ser un espacio heterogéneo que proporcione la mayor intensidad en experiencias. Todo esto, concentrado en un espacio seguro, cómodo y familiar para el visitante, para lo cual será necesario identificar uno o varios tramos en los que se encuentre concentrado el mayor número de atractivos turísticos y en el que el visitante, sin necesidad de recorrer todo el sistema se informe, disfrute y se lleve una experiencia que escape a su cotidianidad.

El patrimonio se verá intervenido para adaptarse a las necesidades del turismo, mediante la incorporación de facilidades, equipos y servicios de alojamiento, alimentación, higiene, comercio, generando modificación en el tamaño del producto, adaptación al gusto internacional, entre otras variantes. Bajo esta óptica lo "auténtico" o "tradicional" se verá modificado, ya que toda intervención en el patrimonio para uso actual demanda, de manera inevitable, una adecuación a las necesidades contemporáneas y del consumo turístico. En esa transformación lo que interesa, desde el punto de vista de la gestión patrimonial, es que el bien cultural no pierda su valor intrínseco como objeto y como parte de un sistema, aspecto en el cual los límites son sutiles al momento de planificar y establecer las intervenciones.

En el 2009, mediante decreto presidencial, firmado por el Eco. Rafael Correa Delgado, se crea la Empresa Pública de Ferrocarriles del Ecuador.

La rehabilitación prevista contempla obras que se ejecutarán hasta finales del 2012, con un enfoque de gestión empresarial turístico-patrimonial en tres áreas: infraestructura (rehabilitación de la vía y rehabilitación patrimonial de las estaciones), comercialización y desarrollo local y gestión empresarial.

La empresa de ferrocarriles al momento cuenta con tres tramos rehabilitados y en funcionamiento que se detallan a continuación:

- Quito-Latacunga
- Alausí – Sibambe
- Duran – Yaguachi

La MISIÓN de esta Empresa es la de “administrar y operar con eficiencia el sistema ferroviario turístico patrimonial y contribuir al desarrollo socioeconómico del país, mediante el fortalecimiento de las actividades productivas, que fomenten el turismo y la valoración histórico-patrimonial, con responsabilidad social.” (www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec, 2013).

Su VISIÓN es convertirla hasta el año 2014 en una entidad moderna, eficiente, técnicamente operada, transparente y rentable, que promueva dentro del Sistema Ferroviario Nacional el desarrollo de las economías locales y micro regionales, bajo un enfoque turístico, que incida en la valoración y en el reconocimiento patrimonial histórico, tanto a nivel nacional como internacional.

Los VALORES en la empresa de Ferrocarriles del Ecuador tienen que ver con el desarrollo de un ambiente institucional con fundamentos éticos que se observarán en todas las acciones que se desarrollen en el ámbito institucional.

A partir del 15 de octubre de 2010, entra en vigencia el distributivo de la nueva estructura de Ferrocarriles del Ecuador-Empresa Pública, el cual se puede visualizar a continuación:



Fuente: Empresa de Ferrocarriles del Ecuador (Empresa Pública).

La empresa matriz está ubicada en la ciudad de Quito.

- Dirección: Av. Pedro Vicente Maldonado y Sincholagua, sector Chimbacalle
- Teléfono: 3992-100
- Página Web: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec

Además tiene 3 empresas filiales ubicadas en distintas ciudades:

- Ibarra:
 - Dirección: Av. Eugenio Espejo y Obispo Mosquera.
 - Teléfono: 06 2955 050.
- Riobamba:

- Dirección: Av. Daniel León Borja y Carabobo esquina.
 - Teléfono: 03 2961 038.
- Durán:
 - Dirección: Av. Abel Gilbert s/n y Ponce Henríquez.
 - Teléfono: 04 2800 031.

2.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública- FEED se encuentra actualmente posicionándose en el mercado del turismo nacional e internacional. Su principal ventaja es ser una empresa 100% ecuatoriana turística patrimonial.

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública- FEED está certificada con la Norma ISO 9001- 2008.

2.3.1 IDENTIFICACIÓN DEL PÚBLICO INTERNO Y EXTERNO

Público Interno:

- Gerencia General
- Gerencia Administrativa- Financiera

- Subgerencia Administrativa
- Subgerencia de Talento Humano
- Gerencia Jurídica
- Gerencia de Comercialización
- Gerencia de Comunicación Social
- Gerencia de Planificación y Desarrollo Local
- Gerencia de Operaciones
- Filiales: norte, sur y litoral

Público Externo:

- Gobierno Nacional
- Ministerio de Turismo
- Consultores
- Emprendedores
- Gente de la comunidad
- Escuelas y campamentos a nivel nacional
- Turistas nacionales y extranjeras
- Otros

2.3.2 GERENCIA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

La Gerencia de Comunicación Social fue creada en el año 2010, con el objetivo de ser responsable con todas las actividades comunicacionales que demanda la empresa de Ferrocarriles del Ecuador. La gerencia cuenta con seis comunicadores los cuales cumplen las siguientes funciones:

Gerente de Comunicación: Lic. Mayra Prado

Jefe de Comunicación: Lic. Félix Aguas

Analista de Relaciones Publicas y Protocolo: Lic. Alejandra Monroy

Analista de Diseño Grafico Publicitario: Lic. David Grijalva

Asistentes de Comunicación: Carla Jaramillo y Silvana Pachacama

2.4 HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DE FERROCARRILES DEL ECUADOR

HERRAMIENTA	PÚBLICO	PROPÓSITO
Carteleras	Administrativo Operativo	Informar cada semana sobre las actividades, noticias positivas,

		eventos del Ferrocarril entre otros.
Zimbra : intranet	Administrativo	Comunicación interna y externa Socialización de capacitaciones Envío y recepción de pedidos internos y externos Escopuza : monitoreo de medios digitales e impresos
Memorando	Administrativo y público externo	Informe sobre procesos y actividades de la empresa
Notas de prensa	Administrativo y Operativo	Noticias y novedades del Tren
Material promocional : kits Revista institucional Guardavía y Revista infantil Colorín Colorriel	Administrativo Operativo Público externo	Promocionar al ferrocarril sus rutas, tiendas, refugios, tren crucero. Cafeterías, etc.
Redes sociales	Publico interno y externo	Noticias del tren positivas y negativas

Socializaciones	Publico interno externo niños y maestros de las escuelas a nivel nacional	Video de seguridad vial en la Vía férrea y entrega de la revista infantil Colorín Colorriel NO:1,2,3,4, 5,6,7
Programa Radial " A todo tren "	Publico interno y externo	Noticias del Ferrocarril los días lunes y viernes por Radio Pública
Teléfono	Administrativo y proveedores	Seguimiento de procesos

2.4.1 La Revista Infantil Colorín Colorriel de Ferrocarriles del Ecuador

La revista infantil Colorín Colorriel se creó justamente en la rehabilitación del ferrocarril ecuatoriano, el cuál fue creada como herramienta de comunicación por la Gerencia de Comunicación Social en el año 2010, donde toman vida los personajes de Ferrocarriles del Ecuador: Don Ferro el maquinista. Rosita la guía, Pepe el brequero y Carlitos el ayudante del tren.

La revista hoy en día ya cuenta con ocho tomos el cual son coordinados por la Gerencia de Comunicación Social de FEEP, diseñado e ilustrado por Mantis Comunicación e impreso por Muro publicitario.

La revista es publicada cada seis meses y el contenido que se abarca en la revista es :

- El tren y su historia: historieta educativa donde Don Ferro y sus amigos y Don Eloy cuentan anécdotas, historias del ferrocarril.
- Actividades recreativas
- Leyendas
- Dibujos del tren para colorear
- Juegos didácticos

- Stickers
- Cucas para recortar
- Información de las rutas, refugios, cafeterías, museos, locomotoras, maquinas a vapor, seguridad del tren.
- Geografía e historia del Ecuador,
- Canciones, juegos,
- Comida ecuatoriana
- Bailes de la comunidad,
- Galería de Fotos. etc.

2.4.2. Don Ferro el maquinista:

Es el personaje de 70 años de edad que forma parte importante del ferrocarril, Es su guardián permanente que transmite mensajes positivos a la comunidad. Es alegre. Dinámico y sabe mucho del ferrocarril; su historia, leyendas, anécdotas, etc. Enseña a los niños/as y a los públicos adultos a cómo cuidar y quererlo al ferrocarril, cuenta su historia, habla sobre la importancia del patrimonio, el cuidado del medio ambiente, etc.

La Gerencia de Comunicación Social de FEEP lo utiliza como producto comunicacional en afiches, revistas, publicaciones, volantes, banners, roll ups, etc.

El personaje también está presente en productos promocionales como lo es el álbum de las Aventuras de Don Ferro que cuenta con 36 cromos para pegar; y los cuatro spots y cuñas radiales de seguridad en la vía férrea; videos que se crearon con el objetivo de cuidar el tren y que los niños aprendan las normas de seguridad en la vía férrea.

“A todo Tren” es el programa radial que se emite desde la filial sur (Riobamba) y es

a través de Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador (ERPE) y tiene mas de 96 ediciones semanales al aire, es transmitida por Radio Pública en las

frecuencias 91.7 F.M y 710 A.M de ERPE. "A todo Tren" tiene una duración de 30 minutos y se transmite todos los viernes, a partir de las 11:15. Dónde igualmente se le escucha a Don Ferro el maquinista, Rosita la guía, Pepe el brequero y Carlitos el ayudante en el segmento de humor del día como también noticias, capsulas informativas y música relacionada con el tren. Además un espacio dedicado a conocer los recuerdos y anécdotas de la gente en torno a la legendaria máquina, denominado "Tiempos de Tren". Para ferrocarriles del Ecuador la idea de pasar este programa es darle un importante valor a la cultura e historia del tren de uso turístico y patrimonial del Ecuador.

2.4.3 Las Socializaciones de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública-FEEP

- **Socializaciones en las instituciones educativas:**

Ferrocarriles del Ecuador en su compromiso con la comunidad, implementó las socializaciones a las escuelas a nivel nacional en dónde con la entrega gratuita de la revista infantil Colorín Colorriel de ferrocarriles más niños se informan del tren.

Las socializaciones se encargan de coordinar la Gerencia de Comunicación Social de FEEP el cual; el comunicador de cada una de las cuatro filiales Norte(Ibarra) , Centro(Quito), Sur(Riobamba) y Litoral(Durán), visitan las escuelas y comparten una hora agradable con los niños.

En las socializaciones el comunicador de Ferrocarriles empieza con una bienvenida y una explicación comprensiva sobre el tren, luego les proyectan a los pequeños los spots de seguridad en la vía férrea, para luego hacer juegos dinámicos y explicarles el contenido de la revista infantil Colorín Colorriel; se les toma fotos con el roll up de Don Ferro a los niños, esta fotos son publicadas cada seis meses en la galería de la revista y subidas al facebook y

twitter del tren y si hay niños que contesten bien las preguntas sobre el Ferrocarril les entregan el premio que es el álbum de cromos del tren “Las Aventuras de Don Ferro”.

La entrega de revistas se hace a niños y niñas de escuelas fiscales y particulares; en un audiovisual, auditorio, aula que posea la empresa en dónde le pasan la charla el cual los niños aprenden más del ferrocarril. También les entregan suvenires del tren a los más educados y colorear dibujos; el Don Ferro y trenes donde ellos ponen frases lindas y peticiones para el tren. Por otro lado proponen a las escuelas cercanas que visiten el Museo del Tren. En la sala de audiovisuales les pasan los videos, hablan de la seguridad y les entregan las revistas.

A continuación se citará “una nota de prensa tomada de la sección novedades de la página de Ferrocarriles del Ecuador sobre las socializaciones que se viene realizando en las escuelas que se menciona lo siguiente” (www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec/novedades ,2013):



Estación Eloy Alfaro
Telf: (593) 02 3992100
Sincholagua y Av. Maldonado
Sector Chimbacalle
www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec
Quito • Ecuador



Fuente: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec

Octubre, 09 de 2013.

NIÑOS APRENDEN SOBRE SEGURIDAD CON COLORÍN COLORRIEL

230 estudiantes de segundo de básica de la Escuela Fiscal Ciudad de Cuenca, ubicada en el Centro de Quito, conocieron sobre el ferrocarril y el cuidado del patrimonio.

Como parte de estas socializaciones los niños y niñas aprenden sobre las normas de seguridad en la vía férrea. A través de un video didáctico Don Ferro, personaje de Ferrocarriles del Ecuador, les enseña normas que deben tener en cuenta al estar cerca de la línea del tren. También juegos, canciones, poemas, frases y pinturas sobre el tren son actividades que forman parte de esta actividad.

La duración de la socialización fue de aproximadamente una hora. Los alumnos se informaron además sobre las rutas por donde pasa el tren, las estaciones, el Museo del Tren y otros servicios. La historieta que cuenta Don Ferro sobre la rehabilitación, las máquinas que recorren la vía, entre otras cosas.

Finalmente se realizaron dinámicas con preguntas y respuestas sobre el ferrocarril y los estudiantes se ganaron el álbum de cromos: Las aventuras de Don Ferro.

COMUNICACIÓN SOCIAL FERROCARRILES DEL ECUADOR

- **Charlas con la comunidad**

Conjuntamente con Desarrollo Local y con la Gerencia de Operaciones de FEED se convoca a los representantes barriales, líderes de organizaciones comunitarias, autoridades y programan una agenda de socializaciones, teniendo en cuenta el sector de influencia de los actores respecto la línea del tren. En estas reuniones se habla de la seguridad.

- **Campaña de seguridad**

Público Interno: la campaña informa sobre los riesgos laborales, el correcto uso de ropa de trabajo así como de los elementos de protección personal EPP y consejos de seguridad a los trabajadores y empleados de FEED.

Para la campaña utilizan material impreso que se detallará a continuación:

a) Díptico.-En marzo del 2013 elaboraron un díptico que contenía: la Política de Seguridad Industrial y Salud ocupacional, el buen uso de los elementos de protección personal y consejos para prevenir riesgos en el trabajo. Esto se repartieron las dos últimas semanas de marzo a todo el personal.

También, en mayo se elaboró otro díptico con la ropa de trabajo, las fotos se tomaron el lunes 18 de marzo. La elaboración de los dípticos se coordinó con la Subgerencia de Talento Humano.

b) Afiches.- También se elaboran afiches, con el mismo contenido de los dípticos, para colocar en las carteleras de cada gerencia. Además, cada mes se elaboran distintos afiches para actualizar las carteleras y para que el tema de la seguridad se fortalezca y se mantenga.

c) Señalética.- Diseñan y colocan letreros en talleres y sitios donde se requiera el uso de los EPP.

d) Digitales.- se encuentran los siguientes:

- **Agenda semanal.-** En este espacio se difunden consejos y tipos de seguridad; correos Internos
- **Página web de FEED.-** Suben capturas de los afiches, fotos de los trabajadores recibiendo su ropa de trabajo y elementos de seguridad personal. También se suben consejos de seguridad permanentemente.

e) Socializaciones:

Evento interno.- realizaron un evento interno de socialización de campaña de seguridad en mayo del 2013. Invitaron a todo el personal de FEED en especial al grupo que labora en vía, talleres, mantenimiento y tripulación. Intervinieron los miembros de la Comisión de Seguridad, se mostró el uso correcto de los EPP y de la ropa de trabajo. Se presentó los videos de seguridad. Para esto se necesitó un presupuesto de USD 100 para ofrecer un refrigerio.

Público externo: la campaña informa de los peligros que conlleva: jugar, aparcar vehículos, caminar, atar animales, botar basura, etc. cerca de la vía férrea. También de dar consejos de seguridad para los recorridos en tren a fin de formar conciencia en la comunidad y en los turistas para evitar y prevenir cualquier accidente.

a) Digitales.-

- **Redes Sociales.-** Suben a Facebook y Twitter los videos de seguridad de Don Ferro y también los consejos de seguridad para usuarios del tren, peatones y conductores.

b) Socializaciones.-

Revista Colorín Colorriel.- visitas a establecimientos educativos de la Filial Centro y sectores aledaños a la vía; para socializar el tema de seguridad ferroviaria. Se presentan videos, tipos de seguridad de Don Ferro y de las rutas del tren.

Proponen a las escuelas cercanas que visiten el Museo del Tren. En la sala de audiovisuales pasan los videos, les hablan de la seguridad y les entregan las revistas.

c) Charlas con la comunidad.-

Acuerdan con Desarrollo Local y con la Gerencia de Operaciones para convocar a los representantes barriales, líderes de organizaciones comunitarias, autoridades y programan una agenda de socializaciones, teniendo en cuenta el sector de influencia de los actores respecto la línea del tren. En estas reuniones se hablan de la seguridad.

d) Material impreso

Díptico.- Elaboran material con consejos de seguridad de Don Ferro para repartirlo en las socializaciones a niños y vecinos del tren. Además, también se reparten en Servicio al Cliente a los turistas y pasajeros del tren. Como es masivo se imprime los dípticos y el presupuesto aproximado es de USD 1.000.

e) Radio.-

Microinformativos.- Redactan semanalmente una noticia relacionada con la seguridad ferroviaria para difundirlo en el microinformativo de Radio Pública.

4.- Conciencia social sobre rieles

El programa conciencia social sobre rieles fue creado a través de un convenio suscrito por la Vicepresidencia de la República, el Ministerio de Turismo, de Inclusión Económica y Social, el Ministerio de Educación. Deporte, el Consejo Nacional de Discapacidades y Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública- FEEP con el objetivo de democratizar el servicio del patrimonio ferroviario el cuál permita el uso y disfrute de los niños, jóvenes de escuelas y colegios fiscales, personas con discapacidad. Adultos mayores y personas que accedan al bono de desarrollo humano. Las salidas del programa son todos los miércoles y lo hacen de manera gratuita.

“Ferrocarriles del Ecuador en el año 2011 viajaron 5.180 personas en el tren y las rutas que se socializaron fueron

Quito .Tambillo

Alausí - Sibambe y

Durán - Yaguachi” (Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública, 2011, folleto de rendición de cuentas, p.26).

2.4.4 Revista Institucional Guardavía

La revista institucional Guardavía de Ferrocarriles del Ecuador es coordinada igualmente por la Gerencia de Comunicación Social y diseñada por Mantis Comunicación. En la revista hay noticias institucionales, crónicas, historias de los tramos rehabilitados, reportajes sobre los programas sociales, de Ferrocarriles del Ecuador, información de las rutas, notas sobre el patrimonio, reseñas históricas, información sobre las comunidades cercanas al tren y sobre emprendimientos. Se realiza dos ediciones anuales el cual la gerencia de comunicación social es la encargada de socializar tanto al público interno como externo de la FEOP a través de eventos, kits, ferias, reuniones etc.



Fuente: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec

2.4.5 Productos promocionales de Ferrocarriles del Ecuador

a) Emprendimientos:



Fuente; www.ferrocarrilesdelecuador.gob

“Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública-FEEP y la consultora Waponi crearon una fanpage para que los emprendedores de las distintas rutas de Tren Ecuador tengan un sitio en facebook para promocionar sus artesanías, comidas y servicios.

Así, los microempresarios y artesanos tienen sus productos en una vitrina virtual donde turistas de todo el mundo los verán y podrán contactarlos directamente. La fanpage se llama Tren Emprendedor y en ella se publican noticias, fotos y anuncios de los distintos emprendimientos como son: Café del Tren, Plaza Artesanal del Tren, Tienda del Tren, Museo del Tren y Refugio del Tren. Con esto FEEP y Waponi quieren motivar a las comunidades ubicadas en zonas por donde pasa el tren para que sigan adelante con su trabajo. Además, con esta página se espera que los turistas que viajen a Ecuador se interesen” (www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec, novedades del tren, nota de prensa, 2013).

Los emprendimientos del tren fueron elaborados con el objetivo de fomentar el desarrollo económico social bajo un enfoque turístico patrimonial, cultural y solidario.

Los productos que tiene el Ferrocarril son:
(www.trenecuador.com/servicios,estaciones).

1. Café del Tren
2. Plaza Artesanal del Tren
3. Tienda del Tren
4. Refugio del Tren
5. Museo del Tren



Fuente: www.trenecuador.com

“El Café del tren es un espacio para degustar de bocadillos y bebidas elaboradas en su mayoría por las comunidades que se encuentran aledañas a la vía férrea. El Café es un emprendimiento local bajo una política de calidad generada por Tren Ecuador. Actualmente existen cafeterías en las estaciones de: Machachi, Boliche, Alausí, Sibambe, Yaguachi, Ibarra, Chimbacalle, Latacunga, Riobamba, Ambato Durán y Bucay.”



Fuente: www.trenecuador.com

“La tienda del tren da la oportunidad a los turistas de llevarse un recuerdo. La mayoría de los souvenirs ofrecidos se elaboran artesanalmente por asociaciones de artesanos del corredor turístico ferroviario. El modelo de gestión es similar al emprendimiento del Café, en donde se garantiza que la utilidad generada se reparte entre los miembros de las asociaciones gestoras. Actualmente existen tiendas del tren en las estaciones de:

Machachi, Boliche, Yaguachi, Ibarra, Chimbacalle, Latacunga, Riobamba, Durán. Próximamente se inaugurarán las tiendas en las estaciones de Bucay.”



Fuente: www.trenecuador.com

“La Plaza del Tren es un espacio para promocionar las artesanías locales. En este los turistas pueden conocer y adquirir productos elaborados por la comunidad. Actualmente existen plazas artesanales en las estaciones de:

Ibarra, Boliche, Latacunga, Alausí, Sibambe, Salinas de Ibarra, Chimbacalle
Próximamente se inaugurarán plazas en las estaciones de Bucay”



Fuente: www.trenecuador.com

“El Museo del tren es un espacio definido para la interpretación, aprendizaje y entretenimiento, en donde los visitantes de las estaciones del tren pueden

conocer sobre varios temas como el proceso de construcción de la vía férrea, el funcionamiento de las locomotoras, coches y vagones, así como la cultura, costumbres y tradiciones de cada comunidad donde se encuentra ubicada la estación. Actualmente existen museos del tren en las estaciones de Chimbacalle, Sibambe, Urbina, Riobamba, Yaguachi, Durán, Boliche, Ibarra. Próximamente se inaugurará el museo del tren en las estaciones de Machachi, Latacunga, Bucay.”



Fuente: www.treecuador.com

“Un nuevo producto complementario que se implementará en las estaciones rehabilitadas con vinculación de alternativas de ocio y esparcimiento. Los refugios ofrecen la posibilidad de hospedarse en las estaciones del tren y dar un valor agregado a los turistas que desean complementar el recorrido con los circuitos turísticos en los destinos. Actualmente existen refugios del tren en la estación de Sibambe y próximamente se inaugurarán los refugios en las estaciones de Urbina”.

b) El Vagón del Saber: un emprendimiento creado en el 2010, dónde se proyectan libros y cortometrajes infantiles a lo largo de la vía férrea. Los cortometrajes que se les pasa son conjuntamente coordinados con el Consejo Nacional de Cinematografía en un convenio firmado con FEED, el cual proyectan los siguientes cortometrajes; Cuentos de Canicas, Tic Tac,

Emilia, Po Poc, Siete ciudades de Meteora, Despierta. En espera, el niño de la bicicleta de las tres ruedas.

c) Impresos

- **Guía de Excursión 2014:**

Es un tríptico informativo en el cual hay información de todas las rutas, itinerario y horario, del Ferrocarril Ecuatoriano.

- **Brochure de Excusión 2014:**

Es un folleto igualmente de información en español e inglés de las rutas y excursiones más detalladas, productos de excursión, facilidades al momento de viajar, alturas y distancias de las estaciones ferroviarias.

Las rutas rehabilitadas del ferrocarril ecuatoriano son las siguientes:

1. **Tren de la Libertad:** Ibarra-Salinas-Ibarra
2. **Machachi Festivo:** Quito- Machachi. Quito
3. **Camino al Boliche:** Quito-El Boliche- Quito
4. **Páramo Infinito:** Machachi-El Boliche- Machachi
5. **Tren del Hielo:**
 - ✓ Tramo I: Riobamba-Urbina-Riobamba
 - ✓ Tramo II: Ambato- Urbina- Cevallos- Ambato
6. **Sendero de los Ancestros:** Riobamba-Colta-Guamote-
Riobamba
7. **Nariz del Diablo:** Alausí-Sibambe-Alausí
8. **Baños del inca:** El Tambo-Coyoctor-El Tambo
9. **Tren de la Dulzura:** Durán – Bucay-Durán.
10. **Sendero de los Arrozales:** Durán- Yaguachi-Durán

- **Brochure Tren Crucero “De la Costa a los Andes 2014”**

Es un folleto informativo sobre el recorrido por los inigualables paisajes de los Andes y la Costa ecuatoriana, hay información de los tipos de coches, los recorridos, costos, la tripulación, hoteles, paquetes, salidas 2014.

El tren Crucero cuenta con cuatro coches remolcados por locomotoras a vapor y maquinas electrodiesel del siglo XX que fueron rehabilitadas, el tren crucero es para una capacidad de 54 personas cómodamente ubicadas y las rutas son de Quito a Guayaquil y de Guayaquil a Quito y el precio mayor del viaje es de USD 1.270 puede variara dependiendo los tramos que se quiera viajar.



Programas	Descripción	Precio Oficial	Precio de Introducción	Suplemento Individual
Quito - Guayaquil / Guayaquil - Quito	4 días-3 noches	\$ 1.270,00	\$ 990,60	\$ 97,00
Quito - Alausí / Alausí - Quito	3 días-2 noches	\$ 1.035,00	\$ 807,30	\$ 61,00
Alausí - Guayaquil / Guayaquil - Alausí	2 días-1noche		\$ 342,00	\$ 36,00
Quito - Lasso / Lasso - Quito	Día completo	\$ 256,00	\$ 199,68	---
Latacunga - Riobamba / Riobamba - Latacunga	Día Completo	\$ 247,00	\$ 192,66	---
Riobamba - Bucay / Bucay - Riobamba	Día Completo	\$ 260,00	\$ 202,80	---
Bucay - Guayaquil / Guayaquil - Bucay	Día Completo	\$ 236,00	\$ 184,08	---

Los precios están en dólares americanos.
 Los precios son por persona en habitación doble.
 Los precios no incluyen I.V.A. (aplica para ecuatorianos).
 Los precios para suplemento individual son por persona y no incluyen el IVA.
 Los precios están sujetos a cambios sin previo aviso debido a las condiciones económicas.

Fuente: www.trencrucero.com

d) Digitales

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública ha creado dos páginas virtuales:

- Página Institucional: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec
- Página Comercial: www.treecuador.com y un link del tren crucero que es www.trencrucero.com.

Así mismo está en Twitter y Facebook el ferrocarril, donde se suben noticias y novedades del Ferrocarril Ecuatoriano como además galería de fotos de eventos, inauguraciones de tramos, información de las rutas y los destinos turísticos en la vía férrea entre otras cosas.

e) Estaciones Vivas:

Las Estaciones son espacios creados para el compartimiento comunitario y el disfrute y goce turístico del patrimonio ferroviario, son 12 estaciones a nivel nacional en el cual se realizan las siguientes actividades:

- “Jueves culturales en las estaciones de Latacunga y Chimbacalle
- Domingos culturales en la estación de Durán
- Espacios de formación para las comunidades en las estaciones de Santa Rosa, Lasso, Huigra, Chimbacalle.
- Reapertura del Museo de Chimbacalle
- Recorridos nocturnos guiados para recorrer la estación de Ibarra
- Tardes del recuerdo para incluir a los adultos mayores en las actividades de la estación de Ibarra.”(Ferrocarriles del Ecuador; 2011, folleto de rendición de cuentas, p.32).

A continuación se citará una “nota de prensa de las estaciones viva en Chimbacalle en la ciudad de Quito” (www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec, 2013, novedades del tren, notas de prensa):

“EL TRÍO PAMBIL VUELVE A CHIMBACALLE”



Fuente: www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec

“Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública-FEEP lleva a cabo una serie de actividades culturales que están enmarcadas en el concepto de Estaciones Vivas. Así, para terminar el mes de septiembre se ha preparado el concierto del Trío Pambil.

Este trío se presentó en Chimbacalle en mayo pasado. En su concierto el público bailó y se divirtió toda la noche. Esta vez el repertorio incluirá pasillos, boleros, albazos y pasacalles. El Trío Pambil es una agrupación manabita conformada por Navijio, Francisco y Fabián Cevallos. En su trayectoria ha participado en festivales musicales en Guayaquil y en 2008 fue invitado al Festival del Bolero en Cuba.

El evento está avalado por la Fundación Teatro Nacional Sucre, Sucre Viajero y el Centro Cultural Mama Cuchara. El recital será este jueves, 26 de septiembre a las 19:30, en el salón de eventos de la estación Eloy Alfaro en Chimbacalle. La entrada es gratuita.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA UTILIZADA

La siguiente investigación a realizarse servirá para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto y herramientas comunicacionales dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito, con esta investigación se aumentará el uso del Ferrocarril turístico patrimonial y los niños conocerán más acerca de la geografía, historia y cultura por donde pasa el Tren.

Además la investigación permitirá la participación con la comunidad infantil y que se involucren con el patrimonio turístico cultural como es el ferrocarril ecuatoriano y lograr que los escolares disfruten de las maravillosas rutas que tiene el tren rehabilitado.

La investigación se enfoca en el público externo del Ferrocarril es decir los niños y niñas de edad escolar de los sextos grados tanto de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito, como también en los maestros de dichas instituciones y padres de familia.

3.1 PROPÓSITOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Estudiar y analizar la efectividad de las herramientas de comunicación para la difusión de los servicios y productos que ofrece el Ferrocarril del Ecuador para proponer una alternativa de relaciones públicas.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar si las relaciones públicas y la comunicación son parte necesarias en una socialización infantil.
- Determinar si las herramientas y los productos comunicaciones son suficientes o cubren las necesidades de información que requieren los escolares.
- Establecer las necesidades comunicacionales que tiene los niños y niñas en función de la mejora de las socializaciones del tren.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación se basa en dos métodos cualitativo y cuantitativo:

- **Cuantitativa:** dado que en un primer momento la observación nos permitió determinar que se mostraron de manera exacta la percepción que tiene los públicos vinculados en este caso los niños sobre la nueva estrategia de comunicación que se quiere implantar en la socialización; entonces ha sido necesario explicar en forma cuantitativa datos numéricos representados por porcentajes.
- **Cualitativa:** porque también dentro de la investigación se analizó los criterios, percepciones, pensamientos y opiniones del público investigado (niños) acerca de la nueva estrategia de comunicación que se quiere implantar para la socialización. Se recogió datos y se analizó de manera descriptiva. Siendo un recurso de primera mano en el acercamiento a la realidad de la empresa.

3.2.1 Investigación observacional

Se pudo visualizar que los niños de hoy en día, reciben información del ferrocarril sólo a través de los medios digitales e impresos; facebook, twitter y la revista infantil Colorín Colorriel, y lo que se pretende hacer también es con la nueva estrategia que se quiere implantar en las socializaciones en las escuelas es que los estudiantes de sextos de básica conozcan más a fondo del ferrocarril; recorran, viajen, disfruten, sientan, y vivan experiencias únicas sobre el tren.

3.2.2 Investigación Exploratorio

Se realizó un diagnóstico de la situación comunicacional actual de

Ferrocarriles del Ecuador, en la cual, se pudo determinar que sus herramientas comunicacionales que hoy utilizan con los niños necesitan más soporte para mejorar la socialización. Por ello no solo basta con proyectarles el video de seguridad en la vía férrea, sino que ellos se informen y vivan el tren, es por ello que hace falta estrategias nuevas para socializar el tren.

3.2.3 Investigación Explicativo

Con la implementación de una Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación con la aplicación de una herramienta comunicacional en el fortalecimiento de la identidad nacional dirigida a los niños de edad escolar, se pretendió mejorar la socialización, los estudiantes se sintieron parte del tren, se relacionaron con este bien patrimonial, aprendieron la historia, las rutas, la vivencia de la gente de la comunidad, la cultura de los pueblitos por donde pasa el tren, la geografía, la comida típica, leyendas y tradiciones que forman parte del ferrocarril ecuatoriano. Hoy por hoy los mensajes que ocasionan en los niños como son la revista infantil Colorín Coloriel, facebook y twitter son pasajeros y lo que se pretende es que cause un efecto positivo del tren en los estudiantes y aprendan a querer y a conocer lo nuestro y que con el conocimiento adquirido de los productos y los servicios turísticos que ofrece Ferrocarriles del Ecuador en los niños de edad escolar viajen y recorran más por todo el Ecuador turístico patrimonial.

3.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Con los métodos utilizados en la presente investigación se explican fenómenos comunicacionales encontrados en sus socializaciones de ferrocarriles del Ecuador que influyen en los niños.

3.3.1. MÉTODO DEDUCTIVO

Con este método se determina que las herramientas de comunicación que utiliza Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones en las escuelas; no son totalmente las apropiadas para un desenvolvimiento óptimo de los niños, ya que ellos quieren nuevas actividades y así aprender del tren, geografía, historia y cultura ecuatoriana; se pudo observar que en las socializaciones solo se realizan las charlas de seguridad en la vía férrea y proyectan un spot de seguridad en la vía férrea (VER ANEXO 1 y 2); y esto hace que los niños pierdan un poco de interés por aprender y que les llame la atención porque quieren nuevas herramientas de comunicación que les enseñe y les haga divertirse aprendiendo del ferrocarril.

3.3.2 MÉTODO INDUCTIVO

Con este método se explicarán las fases que fueron investigadas a través de casos particulares (socializaciones, núcleo ideológico, cantidad y calidad de información, herramientas de comunicación) con encuestas individuales al público objetivo (niños, profesores y padres de familia). la recolección de datos

y su interpretación se muestran en lo posterior. La información recopilada se enunció en términos de porcentaje para su mejor análisis.

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

3.4.1. Fuentes primarias

Son de los documentos de primera mano de los empleados administrativos de la Gerencia de Comunicación Social y la Gerencia de Comercialización de Ferrocarriles del Ecuador ya que ellos socializan con la Revista Infantil Colorriel y saben las necesidades de los estudiantes y las nuevas herramientas que se quiere difundir en la comunidad.

3.4.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias utilizadas son el material comunicacional que utiliza Ferrocarriles del Ecuador como son la revista infantil Colorín Colorriel y los spots de la seguridad en la vía férrea; donde el personaje de Ferrocarriles es "Don Ferro" el maquinista el cual les enseña a los niños a cuidar el patrimonio y que concienticen de que es peligroso jugar en la vía del tren. También está el personaje y sus amigos que son Pepe el Brequero, Carlitos el ayudante, y Rosita la guía en suvenires como llaveros, esferos, y pines.

El álbum del tren "Las Aventuras de Don Ferro" es un álbum de 36 cromos donde están los cromos de seguridad en la vía férrea, los personajes del ferrocarril y rutas del tren, libros donde se encuentran las memorias del ferrocarril en el Ecuador, folletos de inducción, pagina web del ferrocarril y pagina comercial Tren Ecuador, el periódico antiguo del ferrocarril llamado "La

nariz del Diablo”, revista institucional Guardavía. Igualmente libros de relacionados con la comunicación y las relaciones públicas como son el de Wilcox, Van Riel, Etzel, Kotler, etc. el cuál sirvió de esta manera para evidenciar que estas herramientas son de gran aporte a la investigación realizada ya que se pudo analizar que herramientas faltarían para mejorar las socializaciones en los escolares y sirva para la implementación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito.

De esta manera se evidencia como estas son de gran apoyo a la investigación realizada para el planteamiento de nuevas estrategias comunicacionales para la mejora de las socializaciones.

3.5 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

3.5.1 Entrevista

3.5.1.1 Justificación

La entrevista realizada se formula a partir de que existe un equipo de comunicadores en la Gerencia de Comunicación Social de FEOP, quienes pueden evidenciar la forma de comunicación en la misma. Las personas entrevistadas pueden dar información acerca de herramientas y productos de comunicaciones implementadas o no en la organización. Estos datos solamente se pueden conocer a través de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador.

3.5.1.2 Propósito de la entrevista

La entrevista se basa en preguntas sobre los siguientes temas:

- Saber si la empresa tiene y aplica herramientas comunicacionales.
- Conocer que actividades realizan Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones en las escuelas que visita la Gerencia de Comunicación Social.
- Determinar la percepción de los trabajadores de la Gerencia de Comunicación Social sobre las socializaciones y la influencia de la comunicación en este desarrollo.

3.5.1.3 Muestra

Se realizó una entrevista a la Gerente de Comunicación Social de ferrocarriles del Ecuador Empresa pública la Licenciada Mayra Prado ya que ella tiene un vínculo directo con el mejoramiento de las socializaciones y la comunicación a partir de su gestión en dicho cargo.

3.5.1.4 Instrumento

Para realizar la entrevista se utilizó un modelo de interrogación estructurada con un cuestionario para situar la comunicación.

Las respuestas han sido registradas en una grabación (VER ANEXO 3)

3.5.2 Encuesta

3.5.2.1 Justificación

Se aplica esta técnica por la recolección sistemática de gran alcance de datos la muestra de población. Es necesario utilizar esta herramienta para acumular datos significativos debido al alto número de encuestados. Esta técnica permite un acercamiento a cada niño para una amplia indagación **que** luego será analizado.

3.5.2.2 Propósito de la encuesta

Con esta encuesta se quiere conocer aspectos relacionados con las herramientas y producto de comunicación, socializaciones y desarrollar nuevas estrategias de comunicación para mejorar las socializaciones en las escuelas en niños y niñas de los sextos de básica.

- Evaluar el grado de aceptación de los escolares sobre las nuevas herramientas ha implementarse.
- Conocer los medios de comunicación utilizados en las socializaciones del tren.
- Medir la socialización en las escuelas con los niños a partir del sentido de aceptación con la empresa de ferrocarriles del Ecuador.

3.5.2.3 Muestra

Con las preguntas del cuestionario de la encuesta se buscará obtener información relevante para determinar conclusiones reales acerca de las herramientas de comunicación en la empresa para las socializaciones.

Al finalizar la encuesta se mostrara que las herramientas de comunicación en Ferrocarriles del Ecuador está ligada a las socializaciones con los escolares, además de demostrar que es necesario implantar nuevas herramientas de comunicación.

3.5.2.4 Instrumento

Se escogió una encuesta escrita (VER ANEXO 3) para ser distribuida a cada individuo de la muestra.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Población

La población a estudiar será los niños y niñas de las escuelas fiscales y particulares cercanas a la vía férrea en la ciudad de Quito. De acuerdo a la información proporcionada por la Gerencia de Comunicación Social en una escuela fiscal de 90 y una escuelas particular 50 con un total de 140 niños.

3.6.2 Muestra tipo censo

La muestra es una cantidad representativa de la población a estudiar. Para el estudio en este capítulo se aplicará cálculo por ser una población magna. Por lo tanto se encuestará a una parte de la población.

3.7 MODELO DE CUESTIONARIO DE ENCUESTAS MAESTROS Y ESCOLARES

3.7.1 CUESTIONARIO ENCUESTA MAESTROS DE LAS ESCUELAS

La siguiente encuesta busca mejorar las interacciones sociales que realiza Ferrocarriles del Ecuador en las escuelas mediante nuevas e comunicacionales. Por favor conteste libre y espontáneamente las siguientes preguntas. ¡Muchas Gracias!

Lea detenidamente cada pregunta y coloque una "X" en el casillero correspondiente según el caso:

Edad.....

Sexo.....

Escuela a la que

pertenece.....

1. ¿Conoce usted las actividades que realizan Ferrocarriles del Ecuador en las interacciones que se realizan en las escuelas?

SI		
NO		Termina la encuesta

2. Ponga una "X" en las herramientas y productos comunicacionales que utiliza Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones que realiza en las escuelas:

Revista infantil Colorín Coloriel	
Videos de seguridad en la vía férrea	
Cuentos sobre el tren	
Actividades y juegos didácticos	
Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro"	

3. ¿Cree usted que Ferrocarriles del Ecuador debería implementar nuevas herramientas de comunicación en las escuelas que visita?

SI	
NO	Termina la encuesta

Por qué.....

4. ¿La información que recibe en las interacciones por parte de Ferrocarriles del Ecuador cree que es lo suficientemente completa para entender sobre las rutas, actividades, refugios, historia y geografía del Tren?

SI	
NO	

Por qué.....

5. Ponga una "X" en las siguientes herramientas y productos de comunicación que sí le gustaría que se realicen en las socializaciones del tren:

El vagón del los cuentos; un lugar educativo, divertido de Ferrocarriles del Ecuador	
“Cuenta Tren”: videos infantiles educativos con los personajes de FEEP que cuenten cuentos y hablen estos personajes sobre las rutas, refugios, actividades y estaciones, etc. que posee el tren.	
Espacio radial en “A todo Tren”; programa radial de Ferrocarriles del Ecuador.	
Concurso “Cuenta Tren”: El cuento leído de Tren ecuador.	
Espacio en la página web de Ferrocarriles sobre el Vagón de los Cuentos.	

6. 6. ¿Cómo califica usted hoy en día las interacciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador en las escuelas que visita?

Buena	
Regular	
Mala	

7 ¿Qué opinión le merece al ambiente en las interacciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador en las escuelas?

Buena	
Regular	
Mala	

3.7.2 CUESTIONARIO ENCUESTA NIÑOS ESCOLARES DE SEXTO DE BÁSICA.

La siguiente encuesta busca mejorar las interacciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador en las escuelas mediante nuevas actividades comunicacionales.

Por favor conteste libre y espontáneamente las siguientes preguntas. ¡Muchas Gracias!

Lea detenidamente cada pregunta y coloque una "X" en el casillero correspondiente según el caso:

Edad.....

Niño..... Niña.....

Escuela a la que

pertenece.....

Grado

.....

- ¿Conoces la existencia de un tren que hace viajes de turismo de la sierra a la costa ecuatoriana?

SI		
NO		Termina la encuesta

Por qué.....

- Que conoces acerca del tren pon una "X" en las siguientes opciones:

Rutas del tren	
Museo del tren	
Café del Tren	
Refugio del Tren	
Plaza del tren	
Tienda del tren	

3. ¿Conoces las actividades que realizan Ferrocarriles del Ecuador cuando visita tu escolita?

SI		
NO		Termina la encuesta

Por qué.....

4. ¿Cómo te enteras de las actividades que hace el Tren turístico del Ecuador?

Revista infantil Colorín Colorriel	
Videos de seguridad en la vía férrea	
Cuentos sobre el tren	
Actividades y juegos didácticos	
Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro"	

5. ¿Te gustaría que el "Vagón de los Cuentos" este en la página de tren Ecuador para que te informes sobre las actividades, historias, cuentos que se realizan en las escuelas?

SI	
NO	

Por qué.....

6. ¿Te gustaría que en la revista infantil Colorín Colorriel se haga un espacio dedicado para el Vagón de los Cuentos?

SI	
NO	

Por qué.....

7. Pon una "X" en los siguientes materiales nuevos que te gustaría que Ferrocarriles del Ecuador haga cuando visiten tu escuela:

El vagón del los cuentos; un lugar educativo, divertido de Ferrocarriles del Ecuador	
"Cuenta Tren": videos infantiles educativos con los personajes de FEED que cuenten cuentos y hablen estos personajes sobre las rutas, refugios, actividades y estaciones, etc. que posee el tren.	
Espacio radial en "A todo Tren"; programa radial de Ferrocarriles del Ecuador.	
Concurso Cuenta Tren: El cuento leído de Tren Ecuador.	
Espacio en la página web de Ferrocarriles sobre el Vagón de los Cuentos.	

8. ¿Cómo calificarías tú como estudiante las visitas que realiza Ferrocarriles del Ecuador a tu escuela?

Buena	
Regular	
Mala	

9. Escoge actividades divertidas que crees que se podría hacer en las visitas a tu escuela:

Cantar	
Bailar	
Jugar	
Pintar	
Exponer cuentos del tren	
Declamar	

3.8 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE ENCUESTAS REALIZADAS A LOS NIÑOS y MAESTROS

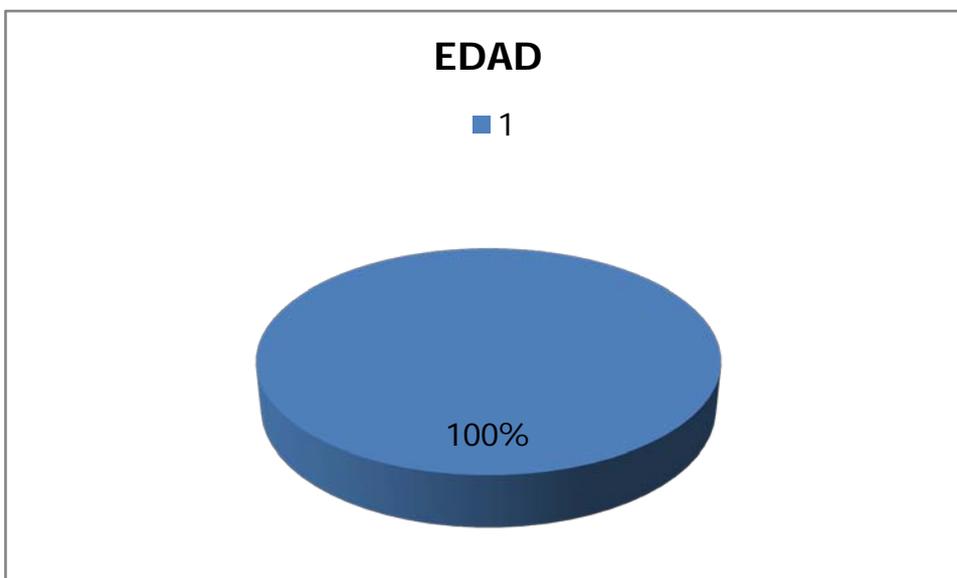
Esta parte de la investigación corresponde al análisis de los resultados que se han obtenido en el proceso de la aplicación de encuestas realizada a los niños de sexto de básica de la escuela fiscal Angelitos de la Guarda y la particular Giordano Bruno de la ciudad de Quito.

Para su interpretación cada pregunta consta de lo siguiente:

- Título de la pregunta
- Gráfico y cuadro de resultados
- Interpretación Cuantitativa
- Interpretación Cualitativa

Encuesta Escolares de sexto de básica

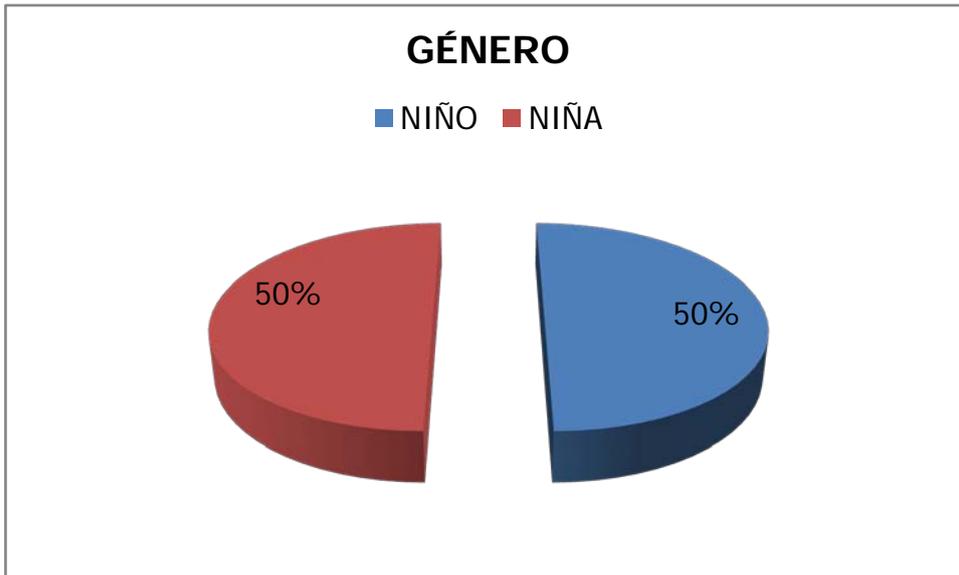
DATOS GENERALES



DE 10 A 11	140	100%
TOTAL	140	100%

Interpretación Cuantitativa

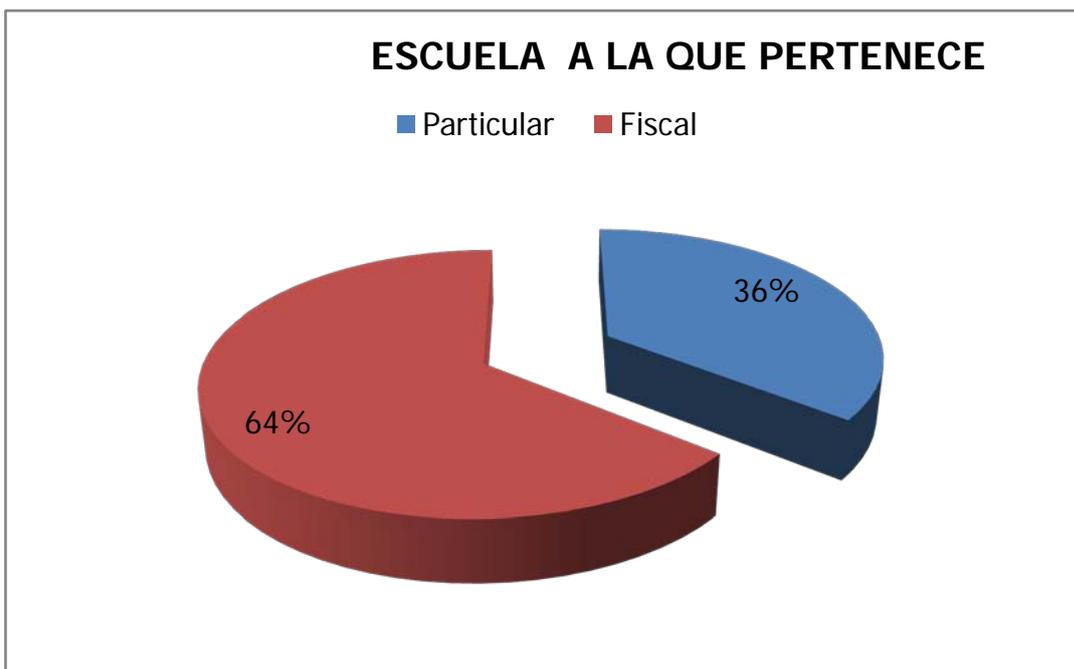
Todos los escolares de sexto de básica tienen entre 10 y 11 años de edad de la escuela fiscal y particular.



NIÑO	70	50%
NIÑA	70	50%
TOTAL	140	100%

Interpretación Cuantitativa

El 50% de los niños son varones y el otro 50% de los escolares son mujeres.



PARTICULAR	50	36%
FISCAL	90	54%
TOTAL	140	100%

Interpretación Cuantitativa

El 36% de los niños pertenecen a la escuela particular y un 54% de los escolares pertenecen a la escuela fiscal.

CUESTIONARIO

Pregunta 1



SI	65	46%
NO	75	54%
TOTAL	140	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 46% de escolares mencionó que si conoce el tren del Ecuador que va de la sierra a la costa y un 54% de niños mencionó que no conoce el tren es por ello que las nuevas herramientas y productos de comunicación que se quiere implementar en la propuesta ayudarán a que los escolares se sientan identificados con el tren y aprendan tanto de la historia, geografía ecuatoriana por donde pasa el ferrocarril.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	40	53%
NO SABE	32	43%
VACIO	3	4%
TOTAL	75	100%

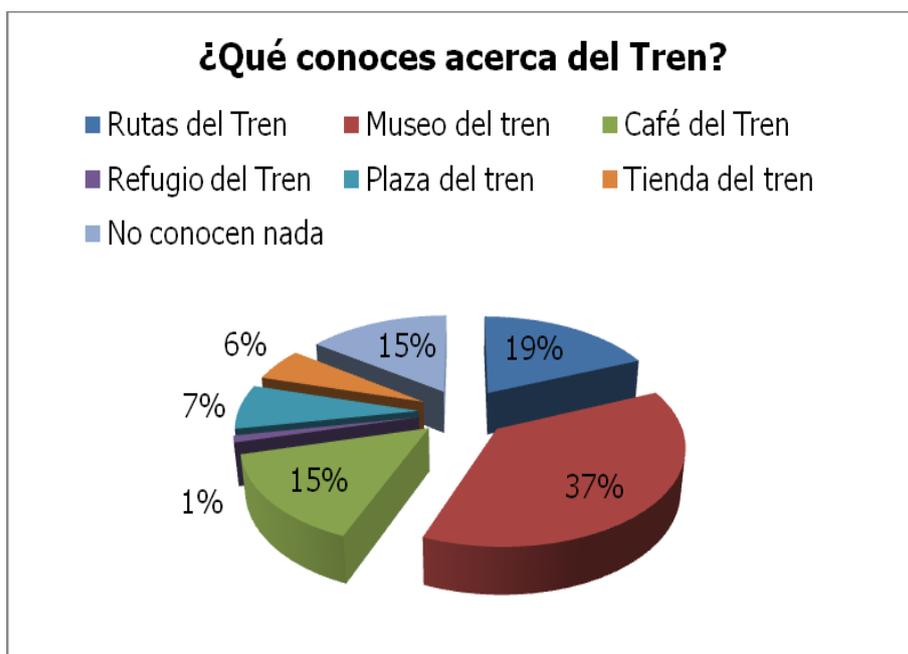
Interpretación Cuantitativa

Un 53% de escolares respondió que nunca le han informado seguido de un 43% que no sabe y un 4% dejó vacío.

Interpretación Cualitativa

Todavía existe en los escolares el desconocimiento de la existencia del ferrocarril rehabilitado que hace viajes de la sierra a la costa y esto se debe a que todavía no está completamente posicionado el tren en la mente de los escolares es por ello que, para que ellos se sientan involucrados con ello se pretende implementar nuevas herramientas y productos comunicacionales que les informe sobre el ferrocarril y lo visiten.

Pregunta 2



Rutas del Tren	50	19%
Museo del tren	100	37%
Café del Tren	40	15%
Refugio del Tren	3	1%
Plaza del tren	20	7%
Tienda del tren	15	6%
No conocen nada	40	15%
TOTAL	268	100%

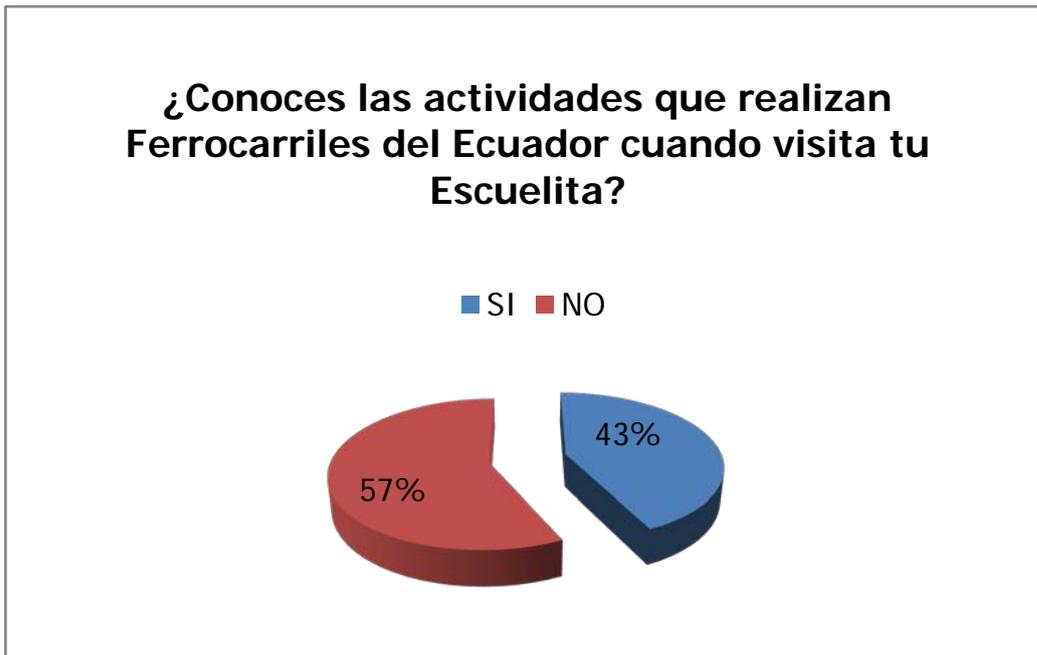
Interpretación Cuantitativa

Un 37% conoce el museo del tren, Un 19% de los escolares saben de las rutas del tren, seguido de un 15% que conoce el café del tren. Un 6% la tienda del tren, un 1% el refugio del tren y un 15% mencionó que no conoce nada del tren.

Interpretación Cualitativa

Con estos resultados se puede entender entonces que sólo el museo del tren es el más visitado por los escolares ya que les llevan como paseo a la Estación de Chimbacalle, pero la idea es que los niños conozcan todos los atractivos que ahora ofrece el tren con la rehabilitación como plazas, cafeterías, refugios, rutas, tiendas del tren a través de las visitas que realiza Ferrocarriles del Ecuador a las escuelas con productos y herramientas nuevas que les divierta, les comunique, aprendan sobre el ferrocarril y con ello visiten este tren patrimonial que es de todos los ecuatorianos.

Pregunta 3



SI	60	43%
NO	80	57%
TOTAL	140	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 57% de los escolares no conocen las actividades que realizan ferrocarriles del Ecuador en sus visitas a las escuelas y un 43% si las conoce.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	40	50%
NO SABE	30	37%
VACIO	10	13%
TOTAL	80	100%

Interpretación Cuantitativa

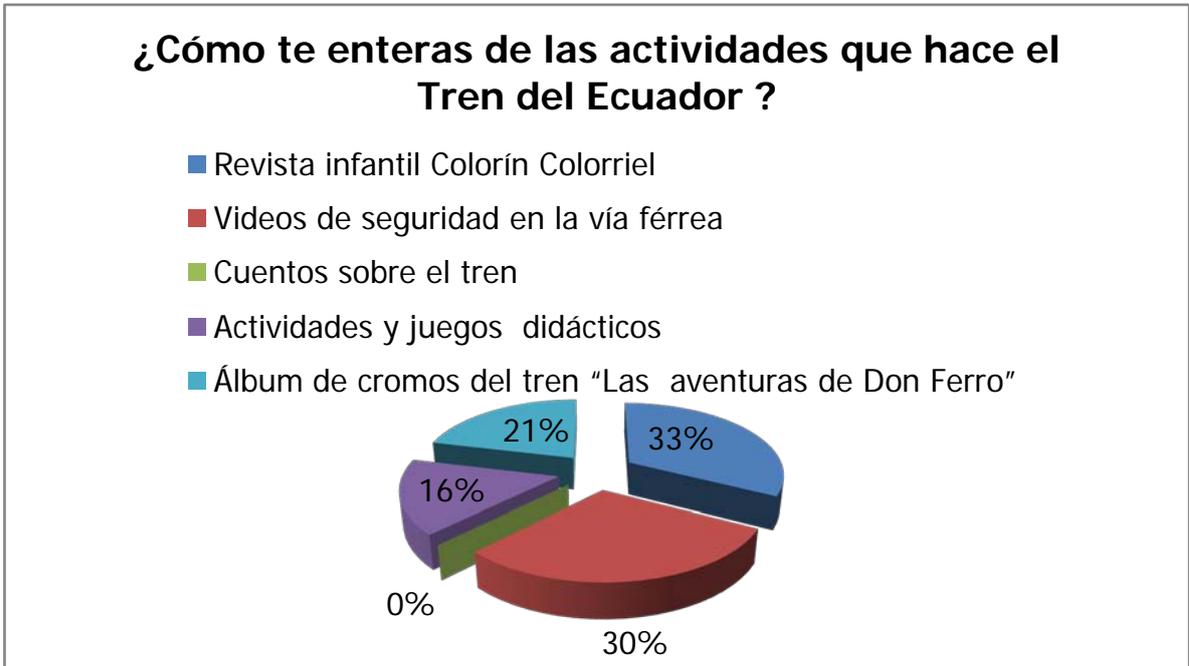
Un 50% de los que niños respondió que nunca les han informados, un 37% no sabe y un 13% dejó vacío.

Interpretación Cualitativa

El resultado es negativo ya que todavía existe desconocimiento por parte de los escolares cuando Ferrocarriles del Ecuador les visitan porque no les han informado correctamente y sólo les han informado lo básico sin realizarles

actividades divertidas para que aprendan y en sus mentes se quede posicionado el Ferrocarril.

Pregunta 4



Revista infantil Colorín Colorriel	60	33%
Videos de seguridad en la vía férrea	55	30%
Cuentos sobre el tren	0	0%
Actividades y juegos didácticos	30	16%

Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro"	39	21%
TOTAL	184	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 33% conoce la revista infantil Colorín Colorriel, un 30% conoce los videos de seguridad en la vía férrea, un 16% conoce las actividades y juegos didácticos, un 21% Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro" y un 0% no conoce los cuentos sobre el tren.

Interpretación Cualitativa

La revista Colorín Colorriel y los videos de seguridad en la vía férrea son los que conocen los escolares debido a que solo estas dos herramientas y productos les obsequian y proyectan en las socializaciones que hace la Gerencia de Comunicación Social en las escuelas.

Pregunta 5

¿Te gustaría que el Vagón de los Cuentos este en la página web de Tren Ecuador para que te informes sobre las actividades, historias, cuentos que se realizan en las escuelas ?

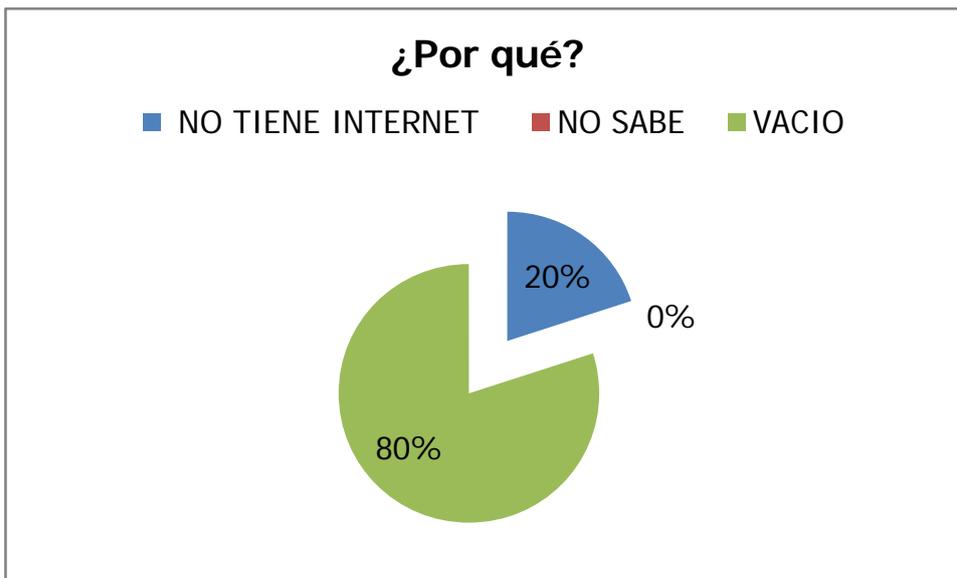


SI	55	92%
NO	5	8%
TOTAL	60	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 92% de los niños de sexto de básica mencionaron que SI y solo un 8% dijo que NO:

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NO TIENE INTERNET	1	20%
NO SABE	0	0%
VACÍO	4	80%
TOTAL	5	100%

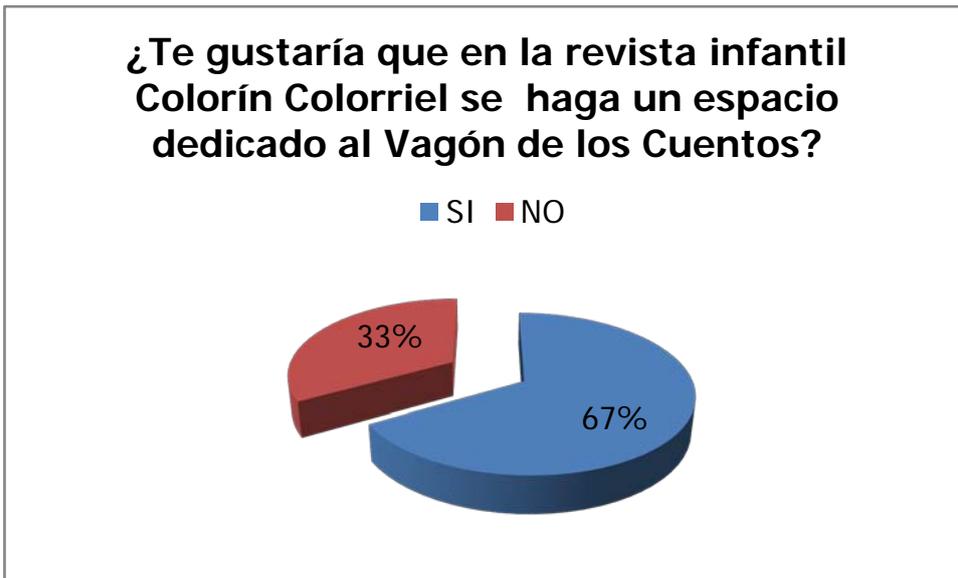
Interpretación Cuantitativa

Un 80% dejó vacío, un 20% no tiene internet, un 0% no sabe.

Interpretación Cualitativa

El resultado es positivo ya que los escolares quieren actividades nuevas y divertidas que se publiquen en la página del tren y que ellos visiten y así aprender más del tren.

Pregunta 6



SI	40	67%
NO	20	33%
TOTAL	60	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 67% mencionó que SI le gustaría que en la revista infantil Colorín Colorriel exista un espacio para el vagón de los cuentos y sólo un 33% mencionó que NO.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



QUIEREN OTRO ESPACIO	3	15%
NO SABE	7	50%
VACIO	10	35%
TOTAL	20	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 50% mencionó que NO SABE, un 15% mencionó que QUIEREN OTRO ESPACIO y un 35% dejó vacío.

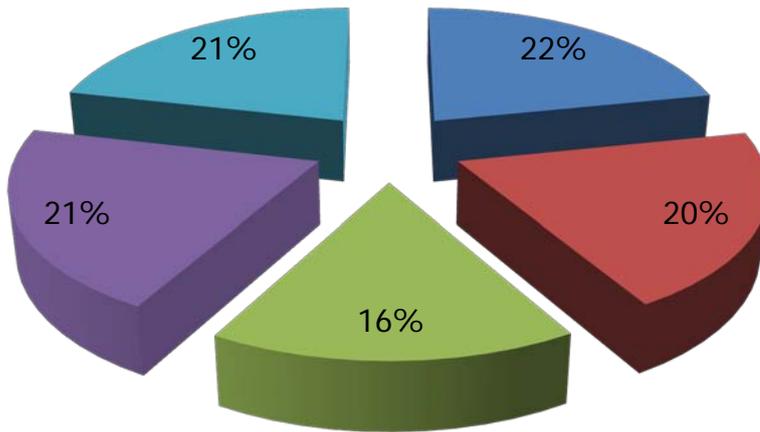
Interpretación Cualitativa

La mayoría de los escolares si quieren que en la revista se publiquen las actividades que se realizarían en el nuevo producto “el vagón de los cuentos”, un espacio dedicado a los pequeños donde se pretende contar cuentos, leyendas e historias del ferrocarril.

Pregunta 7

Pon una "X" en los siguientes materiales nuevos que te gustaría que Ferrocarriles del Ecuador haga cuando visite tu escuela.

- El vagón del los cuentos; cuentos
- Cuenta Tren": videos educativos
- Espacio radial en "A todo Tren"; programa radial de Ferrocarriles del Ecuador
- Concurso Cuenta Tren: El cuento leído de Tren ecuador.
- Espacio en la página



El vagón del los cuentos; cuentos un lugar educativo, divertido de Ferrocarriles del Ecuador	60	22%
"Cuenta Tren": videos educativos con los personajes de FEED que cuenten cuentos y sobre las rutas, refugios, actividades y estaciones, etc. que posee el tren.	55	20%
Espacio radial en "A todo	45	16%

Tren"; programa radial de Ferrocarriles del Ecuador.		
Concurso Cuenta Tren: El cuento leído de Tren ecuador.	57	21%
Espacio en la página web de Ferrocarriles sobre el Vagón de los Cuentos.	59	21%
TOTAL	276	100%

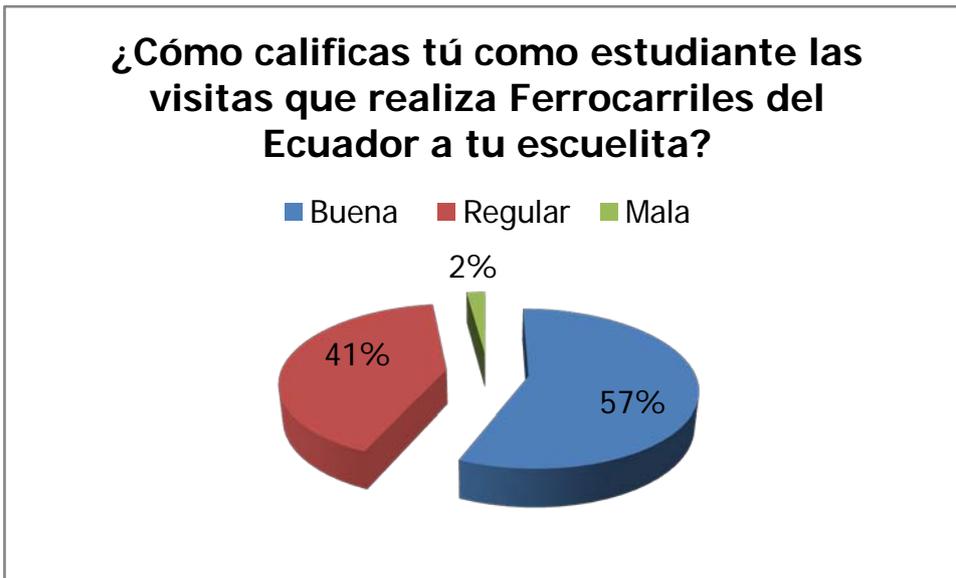
Interpretación Cuantitativa

Un 22% quieren El vagón del los cuentos; cuentos un lugar educativo, divertido de Ferrocarriles del Ecuador, un 20% "Cuenta Tren": videos educativos con los personajes de FEED que cuenten cuentos y sobre las rutas, refugios, actividades y estaciones, etc. que posee el tren, Un 16% un espacio radial en "A todo Tren"; programa radial de Ferrocarriles del Ecuador, un 21% quieren un concurso Cuenta Tren: El cuento leído de Tren ecuador y de igual manera un 21% un espacio en la página web de Ferrocarriles sobre el Vagón de los Cuentos.

Interpretación Cualitativa

El resultado es positivo los escolares quieren nuevos productos y herramientas comunicacionales y estas ideas les gusta según lo que arrojó la encuestas para aprender y conocer del ferrocarril.

Pregunta 8



Buena	79	57%
Regular	58	41%
Mala	3	2%
TOTAL	120	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 57% de niños encuestados respondió que es buena, un 41% de niños respondió que es regular y sólo un 2% mencionó que las visitas que realizan Ferrocarriles del Ecuador son malas.

Interpretación Cualitativa

Para los escolares encuestados las socializaciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador les parece buena a la mayoría y eso es excelente porque les motiva a seguir visitándoles con nuevas herramientas y productos comunicacionales a los menores.

Pregunta 9



Cantar	30	10%
Bailar	20	7%
Jugar	60	20%
Pintar	57	19%
Exponer cuentos del tren	80	27%
Declamar	50	17%
TOTAL	297	297

Interpretación Cuantitativa

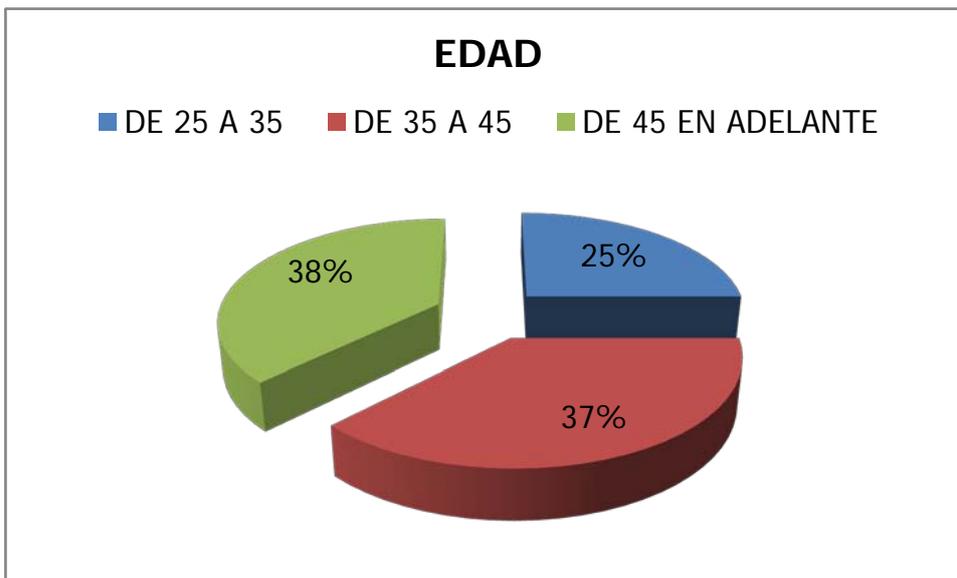
Un 10% de niños quiere cantar, un 7% quiere bailar, un 20% quiere jugar, un 19% pintar, un 27% exponer cuentos del tren y un 19% declamar.

Interpretación Cualitativa

Las encuestas arrojan en esta pregunta que si los niños quieren cosas nuevas como lo sería el de exponer cuentos del tren , seguido de jugar es por ello que debería implementar estas nuevas actividades en las socializaciones que realiza el Ferrocarril Ecuatoriano.

ENCUESTA MAESTROS DE LA ESCUELA FISCAL Y PARTICULAR

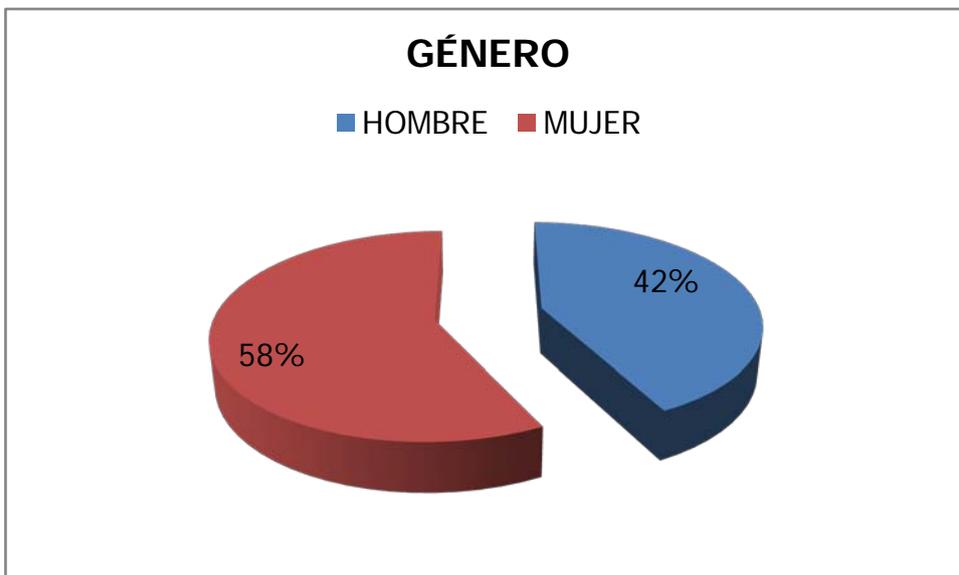
Datos Generales



DE 25 A 35	10	25%
DE 35 A 45	15	37%
DE 45 EN ADELANTE	15	38%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 25% de maestros de las escuelas encuestadas tienen de de 25 a 35 años, un 37% está entre 35 a 45 años y un 38% tiene de 45 en adelante.



HOMBRE	17	42%
MUJER	23	58%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 58% de maestros encuestados son mujeres y un 42% son varones.



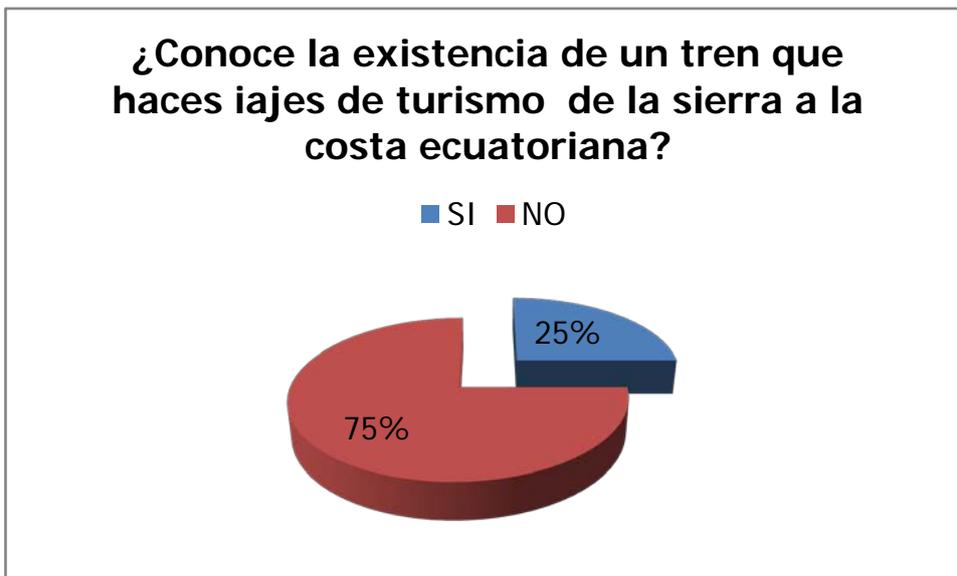
PARTICULAR	18	45%
FISCAL	22	55%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 45% de los maestros pertenecen a la escuela particular y un 55% a la escuela fiscal.

CUESTIONARIO

Pregunta 1



SI	10	25%
NO	30	75%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 75% mencionó que NO conoce la existencia de un tren que hace viajes de la sierra a la costa y sólo un 25% mencionó que SI.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	15	50%
NO SABE	10	33%
VACIO	5	17%
TOTAL	30	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 50% mencionó que nunca le han informado, un 33% dijo que no sabía y sólo un 17% dejó vacío.

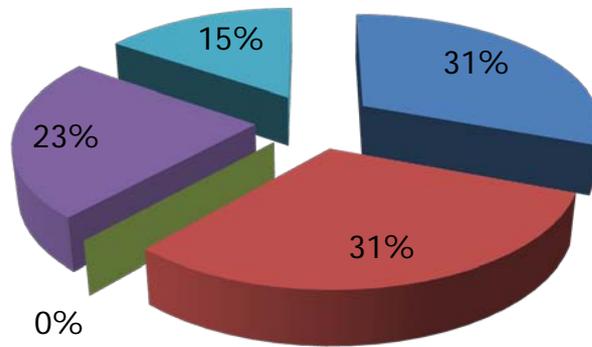
Interpretación Cualitativa

El resultado fue negativo, los maestros desconocen todavía la existencia del tren y esto se debe a que falta comunicarles sobre la existencia del mismo con nuevas actividades en las socializaciones de igual manera.

Pregunta 2

Ponga una "X" en las herramientas y productos comunicacionales que utiliza Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones que realiza en las escuelas.

- Revista infantil Colorín Colorriel
- Videos de seguridad en la vía férrea
- Cuentos sobre el tren
- Actividades y juegos didácticos
- Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro"



Revista infantil Colorín Colorriel	40	31%
Videos de seguridad en la vía férrea	40	31%
Cuentos sobre el tren	0	0%
Actividades y juegos didácticos	30	23%

Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro"	20	15%
TOTAL	130	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 31% conoce la revista infantil Colorín Colorriel y los videos de seguridad en la vía férrea, un 23% conoce las actividades y juegos didácticos y un 15% conoce el Álbum de cromos del tren "Las aventuras de Don Ferro".

Interpretación Cualitativa

Los maestros de igual manera solo conocen la revista Colorín Colorriel y los videos de seguridad en la vía férrea de igual manera con los resultados obtenidos nos arroja que se debería implantar nuevas herramientas y productos de igual manera para que ellos conozcan sobre el ferrocarril.

Pregunta 3



SI	34	85%
NO	6	15%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 85% mencionó que SI y un 15 % dijo que NO.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	1	17%
NO SABE	3	50%
VACIO	2	33%
TOTAL	6	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 50% no sabe, un 33% dejó vacío y un 17% nunca le han informado.

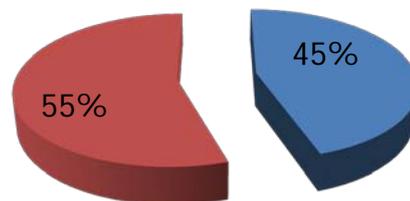
Interpretación Cualitativa

El resultado fue positivo, los maestros si les gustó la idea de implementar nuevas herramientas y productos comunicacionales para las socializaciones que hace el ferrocarril. Las socializaciones deben mejorar con actividades nuevas y que les motive a ellos y a los niños para que visiten el tren y conozcan la historia, la geografía por donde para el tren.

Pregunta 4

¿La información que usted recibe en las interacciones por parte de Ferrocarriles del Ecuador cree usted que es lo suficientemente completa para entender sobre las rutas, actividades, refugios, historia y geografía del tren ?

■ SI ■ NO



SI	18	45%
NO	22	55%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 45% respondió que SI y un 55% mencionó que NO.

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	10	45%
NO SABE	5	23%
VACIO	7	32%
TOTAL	22	100%

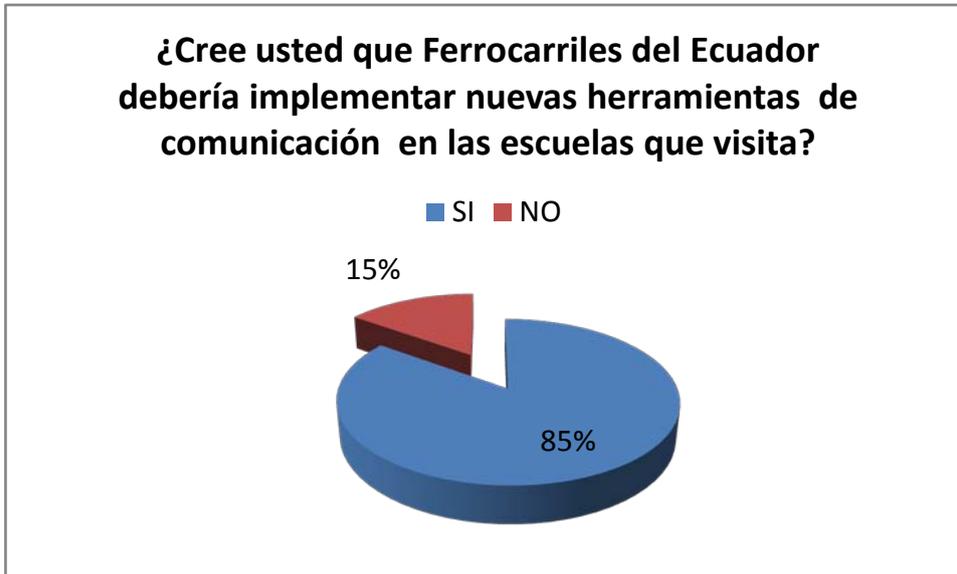
Interpretación Cuantitativa

Un 45% de maestros respondió que nunca le han informado, seguido de un 32% dejó vacío y un 23% no sabe.

Interpretación Cualitativa

La respuesta de los maestros fue negativa, la información que reciben no es completa y lo que ellos quieren es que se les informe todo sobre el ferrocarril de una manera clara y detallada sobre las rutas, refugios, estaciones, historias y geografía para ellos de igual forma enseñarles a los niños y ellos aprendan.

Pregunta 5



SI	34	85%
NO	6	15%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 85% mencionó que SI y un 15% mencionó que NO;

A las personas que respondieron que NO se les consultó el porqué de la respuesta:



NUNCA LE HAN INFORMADO	10	45%
NO SABE	5	23%
VACIO	7	32%
TOTAL	22	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 45% nunca le han informado, un 23% no sabe y un 32% dejó vacío.

Interpretación Cualitativa

El resultado fue positivo los maestros quieren que se implementen nuevas herramientas comunicacionales cuando la gerencia de comunicación social les

visita para mejorar el aprendizaje sobre el tren y trasladar ese conocimiento a los menores.

Pregunta 6



Buena	15	37%
Regular	20	50%
Mala	5	13%
TOTAL	40	100%

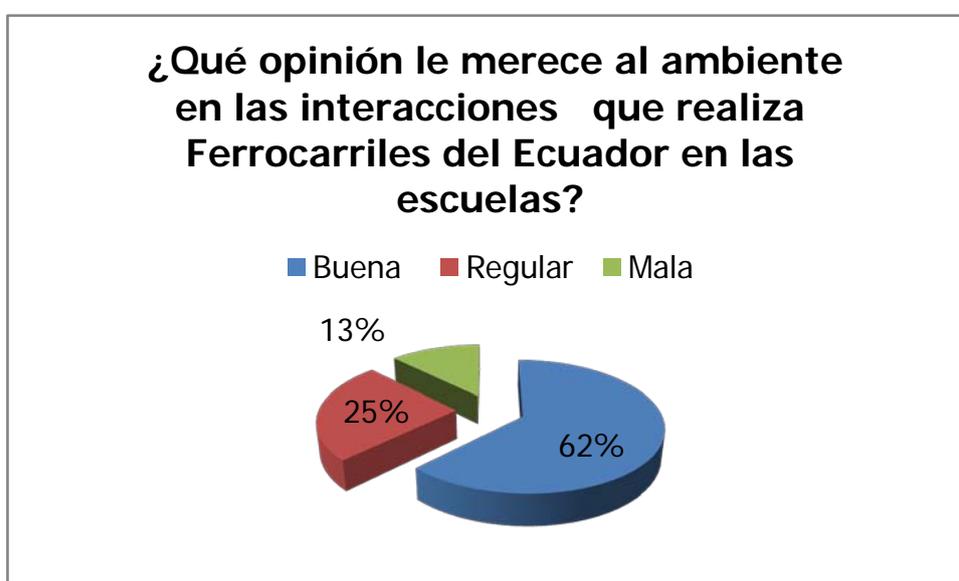
Interpretación Cuantitativa

Un 50% mencionó que las interacciones son regulares, un 37% mencionó que son buenas y sólo un 13% mencionó que son malas.

Interpretación Cualitativa

Los maestros respondieron que las socializaciones son regulares y esto hace que Ferrocarriles del Ecuador debería mejorar las interacciones con nuevas herramientas y productos innovadores para así se posicione aun más el tren en la mente de los niños y de los maestros mismo y viajen en el tren.

Pregunta 7



Buena	25	62%
Regular	10	25%
Mala	5	13%
TOTAL	40	100%

Interpretación Cuantitativa

Un 25% mencionó que las interacciones son regulares, un 62% mencionó que son buenas y sólo un 13% mencionó que son malas.

Interpretación Cualitativa

El resultado fue positivo a los maestros les gusta que les visiten la gerencia de comunicación social a los niños y que aprendan del tren los niños por ello las nuevas herramientas les vendría bien en las socializaciones para que todos aprendan más de este bien patrimonial que hoy en día ya está rehabilitado.

3.9 CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA REALIZADA A LOS ESCOLARES Y MAESTROS DE LA ESCUELA FISCAL Y PARTICULAR DE LA CIUDAD DE QUITO

A través de los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a los escolares y maestros se concluye que existe varias falencias comunicacionales que no permite que las socializaciones sean óptimas y que tanto los maestros y escolares todavía no conozcan de este bien patrimonial que es de uso turístico en el Ecuador.

Con respecto a las socializaciones que se ha venido realizando en estos tres años en Ferrocarriles del Ecuador se pudo concluir que primeramente debe existir un cambio ya en la actividades que realizan los chicos del área de comunicación del tren y desarrollar nuevas herramientas y productos en las visitas que realizan en las escuelas. Segundo después de lo que arrojó la encuesta en los escolares se debe mejorar las actividades para que los niños se

diviertan y aprendan más del tren sin aburrimiento. Pasarles nuevos videos, juegos, historias en fin un sin número de cosas que se podrían hacer para divertirse los menores cuando Ferrocarriles del Ecuador les visiten como por ejemplo implementar el vagón de los cuentos un lugar para ellos donde se cuenten cuentos del Ferrocarril y ellos socialicen con otros chicos. Podría ser también un espacio en A todo tren para que ellos se expresen y comuniquen sus pensamiento, pensar para la comunidad ya que el tren es de todos y debemos cuidarlo.

Las herramientas y productos comunicacionales que utilizan en las socializaciones son la Revista Infantil Colorín Colorriel y los videos de seguridad en la vía férrea y es por ello que se pretende elaborar nuevas ideas para darle un giro a las socializaciones y se mejore las socializaciones.

Los maestros de igual manera en las encuesta mencionan que se debe hacer nuevas actividades las cuales ayuden a que los escolares aprendan, se diviertan y compartan con otros escolares. Conocer de las rutas, su historia geografía les hará alimentar sus conocimientos y aparte visitarán el tren y viajarán en el.

La mayoría de los maestros y de escolares lo que más conocen acerca del ferrocarril es el Museo del Tren ya que la gran mayoría de escuelas les llevan como paseo a la Estación Eloy Alfaro en Chimbacalle en la ciudad de Quito, un meso lleno de historia, vivencias y cultura para aprender del ferrocarril. Con la rehabilitación del ferrocarril desde el año 2008 se han remodelado y creado nuevos servicios como son la Tienda del Tren, el Café del Tren, el refugio del Tren y la Plaza del Tren los cuales al preguntarles en las encuestas tanto maestros como escolares no las conocen en su gran mayoría.

Las preguntas hechas de igual manera a los escolares y a los maestros sobre el implementas nuevas herramientas y productos comunicacionales acerca de implementar el vagón de los cuentos y un espacio en la página web del tren les gustó a la gran mayoría y en los resultados de las encuestas fueron positivos.

Para finalizar esta parte se puede mencionar entonces que después de haber encuestado tanto a los escolares y maestros de la escuela fiscal y particular de la ciudad de Quito se puede concluir que aceptan estos nuevos cambios en las socializaciones para aprender más del Ferrocarril y que ellos respondieron que las socializaciones una gran mayoría son regulares y esto se debería mejorar. Ferrocarriles del Ecuador es una empresa pública que a raíz de su rehabilitación está sujeta a cambios para mejorar el servicio ferroviario que ofrece y que más turistas tanto nacionales como extranjeros conozcan, viajen disfruten vivan en él.

Los niños son parte muy importante para Ferrocarriles del Ecuador y se preocupan por ellos y como parte de sus campañas de comunicación están las socializaciones en las escuelas que visita es por ello que gracias a los resultados arrojados por las encuestas hechas mejorar su comunicación y más turistas visitaran el tren y construyendo un posicionamiento en la mente de los escolares sobre el cuidar y amar el tren rehabilitado.

3.10. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

3.10.1 ENTREVISTA

Lic. Félix Aguas

Jefe de Comunicación Social

FERROCARRILES DEL ECUADOR-FEEP

1. 1.- ¿Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública cuenta y aplica herramientas y productos comunicacionales? Mencione cuáles son:

Si, utiliza herramientas y productos comunicacionales los cuales fueron elaborados por el equipo de la Gerencia de Comunicación Social tenemos la Revista Colorín Colorriel que cada seis meses se publica y se imprime la nueva edición, actualmente está vigente la revista Colorín Colorriel No.8.

De igual manera tenemos los videos de seguridad en la vía férrea donde nuestro personaje Don Ferro y cuenta sobre la normas y medidas ha seguirse cuando estés en el tren y cerca de las rieles del ferrocarril.

·A Todo Tren” programa radial, ZIMBRA que es un Intranet, facebook, Twitter memos, carteleras, entre otras cosas.

2. ¿Cuáles son las actividades que realiza Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel en las escuelas que visita la Gerencia de Comunicación Social?

Bueno, las actividades que nos dedicamos hacerles a los escolares son informales a cerca del tren, rutas y las estaciones y luego se les proyecta los spot de seguridad en la vía férrea. Luego les hacemos la entrega de la revista Colorín Colorriel No. 8 y se les comunica sobre el contenido de la misma; los juegos, las actividades que hay, la historieta del tren que cuenta nuestro amigo Don Ferro y sus amigos, se les hace que resuelvan la sopas de letras, colorear los personajes del tren y para finalizar en las actividades, si los niños contestan bien las preguntas que les hacemos acerca del ferrocarril, se les entrega regalos, premios del tren llaveros, gorras, tomatodos, pulseras y álbumes de cromos.

Para concluir con la socialización les tomamos fotos hacemos notas de prensa y les subimos a la pagina del tren y publicamos en facebook y Twitter en las paginas del tren.

3. Cree usted que se debería mejorar las socializaciones de la revista Colorín Colorriel en las escuelas?

Si ya que siempre se deben hacer cosas innovadoras para que los escolares aprendan más del tren de una manera entretenida, divertida y educativa.

4. Considera usted que las socializaciones empleadas en los niños, sobre la revista infantil Colorín Colorriel son efectivas o que se debería implantar en ellas?

Cada seis meses se hacen cambios de la revista y se publica la nueva con nuevas actividades, creo que vendría bien un cambio ya que con estas actividades ya llevamos varios años en lo mismo que son efectivas pero la idea es que sean más efectivas y les divierta a ellos.

5. ¿Usted como comunicador de la Gerencia de Comunicación Social del tren considera que en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel los escolares aprenden sobre la historia, la cultura y la geografía ecuatoriana por donde pasa el Tren?

En una parte si porque en la revista se habla acerca de las estaciones, los lugares por donde pasa el tren , las comidas típicas de cada sector, los refugios, las diferentes culturas entre otras cosas pero a mi modo de pensar creo que si le falta todavía mejorar las socializaciones con nuevas herramientas y productos comunicacionales .

6. En las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel cree usted que se debería implementar nuevos productos y herramientas comunicacionales para que los niños se diviertan?

Si, es una muy buena idea pero todo depende del presupuesto y si es factible o no dependiendo que se quiere desarrollar.

7. Qué opina sobre implementar un producto comunicacional denominada “El Vagón de los cuentos donde los niños publiquen sus cuentos?”

Me parece una idea muy interesante, ya que son ideas nuevas que usted nos ha traído y si sirven para comunicar a nuestro segmento nos ayuda.

8. ¿Qué opina sobre implementar la herramienta comunicacional “Cuenta Tren” en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel donde los niños participen y ganen premios por el mejor cuento del tren?

Me parece una excelente idea, tocaría revisar la propuesta y ver que hay que mejorarla y que se puede hacer para que se den en las socializaciones como nuevas herramientas comunicacionales.

9. Estaría usted de acuerdo en implementar videos educativos sobre la historia del tren, la geografía la cultura contada por Don Ferro y los personajes infantiles del Ferrocarril como en las historietas que se publican en las revistas?

Son ideas nuevas y son muy buenas ideas las que usted me ha planteado, a los niños les gusta mucho esos personajes y que mejor si se les hace un video para ellos ya que solo tenemos los spots de seguridad en la vía férrea y videos para turistas adultos y no tenemos para niños-

10. ¿Está usted de acuerdo con que en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel se realicen nuevas actividades para los escolares?

Claro que si me parece una excelente idea porque ellos son niños y los niños quieren cosas divertidas y así aprender más sobre el ferrocarril que ahora le tenemos vivo otra vez.

3.11 CONCLUSIONES INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

La entrevista realizada al jefe de la Gerencia de comunicación social de Ferrocarriles del Ecuador, es quien conoce más sobre la comunicación que se maneja en Ferrocarriles del Ecuador ya que él trabaja desde el inicio de la rehabilitación del tren en esta área y sabe qué problemas tiene y pasa la empresa dentro del área de comunicación social

En esta entrevista se evidenció que no existen nuevas herramientas comunicacionales que ayuden a que las socializaciones mejoren con nuevas actividades para los escolares y que aún siguen estancados en las herramientas antiguas cada año.

La comunicación y las relaciones públicas para Ferrocarriles del Ecuador aún no se encuentran bien posicionadas. Existiendo falencias comunicacionales en las socializaciones.

La comunicación aún no tiene la importancia necesaria en las socializaciones por tanto todavía existe desconocimiento por parte de los maestros y niños (público externo) sobre la existencia de un tren que va de la sierra a la costa ecuatoriana es por ello que en esta investigación se pretende elaborar nuevas herramientas y productos comunicacionales que ayuden a posicionar aun más el tren.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito

4.1 INTRODUCCIÓN

La presente campaña de relaciones públicas y comunicación resumirá ciertos lineamientos en base a objetivos específicos que susciten el mejoramiento de las socializaciones a través de nuevas herramientas y productos comunicacionales en Ferrocarriles del Ecuador.

Esta propuesta consiste en una planificación a largo plazo de estrategias y tácticas enfocadas a solventar los problemas comunicacionales encontrados en la base de la investigación cuantitativa. La programación se resumirá en un año a partir del mes de enero ya que cada año se presenta un plan de comunicación en la empresa para trabajar en los 12 meses que se vienen.

La campaña de relaciones públicas y comunicación se enfoca en mejorar las socializaciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador a través de nuevas herramientas y productos comunicacionales para los escolares de la ciudad de Quito. Esto se lograra a través de estrategias y actividades enfocadas en el público externo.

El estudio previo arrojó los siguientes problemas comunicacionales mediante el cuál se trabajará en pro de las mejoras con la campaña de relaciones públicas y comunicación:

- Ferrocarriles del Ecuador no cuenta con nuevas herramientas y productos comunicacionales desde que empezó su rehabilitación
- La única herramienta y producto comunicacional que tienen en las socializaciones son los spots de seguridad y la Revista Colorín Coloriel.
- El cliente externo en este caso los escolares y los maestros no se sienten satisfechos con la información ofrecida por parte de Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones.
- La información recibida no es completa.
- En las socializaciones faltan nuevas actividades para que los niños aprendan sobre el tren.
- Los maestros quieren nuevas ideas que se hagan cuando el tren los visite.

4.1.1 MATRIZ CAUSA-EFECTO

CAUSA	PROBLEMA	EFECTO	SOLUCIÓN
No tiene nuevas herramientas y productos comunicacionales	Los públicos no están bien informados sobre el tren	Pocos turistas en el tren y las estaciones	Nuevas herramientas y productos comunicacionales.
La revista infantil Colorín Coloriel y los spots de seguridad en la vía férrea son sus únicas herramientas y productos en las socializaciones	Público externo insatisfecho con la información brindada	Poco saben del tren	Implementar nuevas herramientas y productos en las visitas a las escuelas.

La información recibida no es completa.	Poco material en las socializaciones	La comunicación no es clara y completa	Material y actividades innovadoras
En las socializaciones faltan nuevas actividades para que los niños aprendan sobre el tren.	Poco aprendizaje de los escolares	Mala comunicación	Nuevas actividades que mejoren las socializaciones del tren en las escuelas
Capacitación al personal de Ferrocarriles del Ecuador que visita las escuelas.	Mala comunicación brindada a los escolares	No visitan el tren	Talleres de capacitación al personal
Poco presupuesto para las socializaciones.	Mala comunicación a los escolares	Poco público en le tren	Pedir más presupuesto a las autoridades para que mejoren las socializaciones.

4.1.2 ANÁLISIS FODA

Esta herramienta es importante al realizar la campaña de relaciones públicas y comunicación para definir posibles estrategias a implementar. Las variables internas y externas indican la situación puntual de las socializaciones que fomentan la toma de decisiones correctas. El objetivo de este análisis FODA es

obtener conclusiones de cómo Ferrocarriles del Ecuador mejorará sus socializaciones en las escuelas a partir de sus fortalezas y debilidades.

OPORTUNIDADES

- El tren es uno de los mayores atractivos turísticos que tiene el país.
- Empresas privadas desean realizar convenios para contratar las rutas.
- Existe predisposición de los usuarios por utilizar los servicios ferroviarios.
- Se cuenta con convenios con empresas turísticas para promocionar el tren
- Mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros
- Posicionado en las escuelas fiscales y particulares el ferrocarril.
- Aprendizaje de los escolares sobre el tren su historia, su geografía, leyendas cuentos y más.
- Viajar de la sierra a la costa en un solo día en el tren.
- Gran cantidad de escuelas fiscales y particulares en la ciudad de Quito para socializar.
- Conocimiento de los maestros y niños de las rutas, estaciones, refugios, cafeterías, museos, plazas, tiendas por donde pasa el ferrocarril.
- Dinaminización de las economías locales de las comunidades por donde pasa el tren
- Recuperación de la memoria histórica y del patrimonio ferroviario
- Operar el tren más importante de Latinoamérica
-

AMENAZAS

- Cambio de las políticas gubernamentales.
- Factores climáticos que pueden afectar la infraestructura de la vía.
- Incumplimiento de los objetivos trazados.
- Los ingresos por boletos no cubren los niveles mínimos esperados

FORTALEZAS

- Interés gubernamental por la rehabilitación integral de la vía.

- FEEP. Es la única empresa que ofrece servicios ferroviarios en el país.
- Personal de vía capacitado y con experiencia.
- A nivel internacional, turísticamente el tren está altamente posicionado.
- Mejor destino turístico fuera de Europa es el tren crucero.
- Da trabajo a los emprendedores por donde pasa el tren.

DEBILIDADES

- Resistencia al cambio de ser transporte de pasajeros a medio turístico patrimonial.
- A nivel nacional, el tren está medianamente posicionado.
- La capacidad instalada cubre parcialmente los requerimientos de los turistas.
- Poco presupuesto
- Las herramientas y productos que tiene para socializar son la revista infantil Colorín Coloriel y los spots de seguridad en la vía férrea.
- Al personal en las socializaciones le falta capacitarse.
- Regular comunicación y relaciones públicas en las socializaciones.

4.2 Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación para mejorar la socialización y difusión de la imagen del Ferrocarril Ecuatoriano a través de un nuevo producto comunicacional dirigido a los estudiantes de los sextos grados de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito

La campaña de relaciones públicas y comunicación obedece al mejoramiento de las socializaciones y difusión de la imagen del tren con la implementación de nuevas herramientas y productos comunicacionales que a partir de la investigación realizada se obtuvieron.

La presente campaña se concretará en un año plazo y está enfocado en la implementación de nuevas herramientas y productos comunicacionales, en las socializaciones que hace el ferrocarril en las escuelas que visita.

Resultará efectivo porque mejorarán las socializaciones con nuevas estrategias donde los escolares aprenderán del tren y viajaran en el. la comunicación mejorara y los niños serán participes de la historia y la geografía que nos brinda el ferrocarril ecuatoriano de la sierra a la costa.

4.2.1 OBJETIVO GENERAL

Difundir la campaña de relaciones públicas y comunicación con nuevas herramientas y productos comunicacionales en los sextos grados de básica de escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito para mejorar las socializaciones que realizan Ferrocarriles del Ecuador en un lapso de un año.

4.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Elaborar la campaña de relaciones públicas y comunicación conjuntamente con el personal de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador para las socializaciones que realiza el Ferrocarril en un lapso de 6 meses.**

Hoy en día la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador solo utiliza en las socializaciones dos herramientas que a su vez son productos comunicacionales como es la revista infantil Colorín Coloriel y los spots de seguridad en la vía férrea y el objetivo es crear herramientas y productos comunicacionales dirigido a niños de sexto grado de básica de las escuelas tanto fiscales como particulares de la

ciudad de Quito para que a traves de estas herramientas y productos visiten, viajen, vivan y conozcan el tren que va de la sierra a la costa ecuatoriana y tenga conocimiento de este bien patrimonial rehabilitado.

- **Comunicar y posicionar la campaña de relaciones públicas y comunicación que ofrece Ferrocarriles del Ecuador dirigido a los niños y maestros de sexto de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito en un lapso de 6 meses.**

Este objetivo responde a todas las preguntas de las encuesta aplicadas tanto a los escolares como maestros de sexto de básica de las escuelas fiscales y particulares, acerca de que desconocen la gran mayoría la existencia del tren ecuatoriano, sus lugares recuperados como son sus refugios, estaciones, plazas, museos. Es por eso que se implementará nuevas herramientas y productos comunicacionales en las socializaciones que realiza el tren a las escuelas para que los escolares y maestros conozcan y disfruten de este nuevo destino turístico que ofrece el Ecuador y viajen como paseo de fin de año de la escuela y así lograr un posicionamiento positivo del tren en la mente de nuestro grupo objetivo en un lapso de seis meses.

Público Objetivo

PERFIL	
Público Externo	Niños y Niñas de 10 a 11 años de escuelas fiscales y particulares. Docentes y Autoridades de

	las escuelas fiscales y particulares de sexto de básica de la ciudad de Quito.
Público Interno	Personal administrativo de Ferrocarriles del Ecuador-FEEP de la Gerencia de Comunicación Social

4.2.3 DESCRIPCIÓN DE LAS ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS DE COMUNICACIÓN

Después de haber analizado la comunicación en las socializaciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador –FEEP, y de haber identificado los problemas y las necesidades comunicacionales se concretaron los objetivos para formular la campaña, entonces se detallan a continuación las estrategias comunicacionales para alcanzar los objetivos propuestos en el punto que antecede. Los cuadros realizados indican el objetivo bajo el cual se trabajará la estrategia propuesta, el público objetivo al que se enfocará dicha estrategia y finalmente las tácticas y actividades que se llevarán a cabo para el cumplimiento de esta.

OBJETIVO 1

Elaborar la campaña de relaciones públicas y comunicación conjuntamente con el personal de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador para las socializaciones que realiza el Ferrocarril en un lapso de 6 meses.

ESTRATEGIA	PÚBLICO OBJETIVO	TÁCTICAS	ACTIVIDADES
E1. Gestionar con el personal de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador sobre el desarrollo de la nueva campaña.	<ul style="list-style-type: none">• Autoridades FEEP• Administrativos• Operativos	T1.Reuniones de trabajo con el personal de FEEP. (Gerente General Sugerente General, Gerente y Jefe de Comunicación Social)	1. Reunión de trabajo con los directivos de FEEP para analizar cambios en los elementos existentes. 2. Presentación de un borrador ante la Gerencia General de FEEP con las ideas escogidas para incluir dentro del plan de comunicación de la Gerencia de Comunicación Social en un desayuno de trabajo. (VER ANEXO 4)
E2. Trabajar en la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación conjuntamente con el personal de la Gerencia de Comunicación	<ul style="list-style-type: none">• Administrativos• Operativos	T1. Realizar una reunión de trabajo con el personal de la Gerencia de Comunicación Social	1. Lunch de trabajo para socializar con el personal de la Gerencia de Comunicación Social sobre la campaña de relaciones públicas y comunicación a implementarse. (VER ANEXO 5)

Social de FEEP.		T2. Diseñar los artes publicitarios necesarios para la campaña antes durante y después.	<p>1. Elaborar afiches, dípticos. roll ups, flyers, boletines de prensa, lonas, letreros, Señalética, souvenirs y material promocional (llaveros, gorras, CDS, pulseras, tomatodos, esferos, lápices, jarros, camisetas, agendas).</p> <p>2. Inflables de los personajes infantiles del Ferrocarril (Don Ferro el Maquinista, Pepe el Brequero Rosita la Guía, Carlitos el ayudante) y muñecos de madera de los cuentos como duendes, fantasmas, y brujas.</p> <p>3. Crear el logotipo de la campaña de relaciones públicas y comunicación con la frase:</p> <p style="text-align: center;">"Chucu" "Chucu" "Chucu" ... El tren es fantasía disfrútalo!!</p>
-----------------	--	---	--

		<p>T3.Elaboración del “Vagón de los Cuentos”</p>	<p>1.El Vagón de los Cuentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Al vagón se lo va a pintar de colores infantiles azul, rojo, verde, morado, rosado, amarillo, tomate, celeste. (VER ANEXO 6) ➤ Adecuar la infraestructura del vagón con maestros y artesanos para que los niños y los maestros lo visiten. ➤ Dentro del Vagón se construirá un pequeño escenario. Diseñar mensajes para los afiches, dípticos y souvenirs, letreros, material promocional. ➤ Los mensajes serán: ➤ “Todos a bordo en el Vagón de los Cuentos” ➤ ¡Los cuentos son parte
--	--	--	--

			<p>del tren, vívelos!</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Descubre los Cuentos, mitos y leyendas del Ferrocarril Ecuatoriano.➤ Cuenta Tren!!➤ Visita el Vagón de los Cuentos en la página web www.ferrocarriles del ecuador.gob.ec➤ Síguenos en facebook y twitter. El vagón de cuentos de Ferrocarriles del Ecuador. <ul style="list-style-type: none">➤ Elaboración de Roll Ups con cuentos, mitos y leyendas del tren.➤ Elaboración de lonas con los cuentos de los escolares.
--	--	--	---

		<p>T4.Elaboración del Concurso "Cuenta Tren" el Cuento leído</p>	<p>1.Concurso "Cuenta Tren" el Cuento leído:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaborar bases del concurso. ➤ Elaborar afiches para carteleras de las escuelas sobre las bases del concurso. ➤ Elaboración de flyers sobre el concurso. ➤ Elaborar notas de prensa informando el concurso. ➤ Elaborar un roll up con el logo de Cuenta Tren.
		<p>T5. Elaboración de spots infantiles</p>	<p>1. Videos "Cuenta Tren"</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de spots infantiles aproximadamente de 45 minutos. ➤ 2. Elaboración de guiones de cuentos mitos y leyendas del tren con las voces de

			<p>los personajes infantiles de Ferrocarriles del Ecuador.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 3. Grabación de los cuentos ganadores de los niños del concurso del cuento leído. ➤ 4. Grabaciones con las voces de los personajes del tren y de los cuentos sobre información del tren refugios, estaciones, rutas, lugares por recorrer, escenas del ferrocarril de la sierra a la costa etc. ➤ 5. Grabaciones de sonido y audio del pito del tren y sonidos acordes a las escenas.
--	--	--	--

		<p>T.6 Fundar en el programa radial "A todo Tren"</p>	<p>1. En la Radio: en el programa "A todo Tren" un segmento de "Cuenta Tren".</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Elaboración de guiones para transmitir en el programa ➤ 15 minutos de tiempo al aire. ➤ Grabar las Voces de los personajes de Ferrocarriles contando cuentos, mitos y leyendas.
		<p>T.7 Crear material en la web y en la Revista Infantil.</p>	<p>1. En la web y en la Revista Infantil Colorín Colorriel.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Diseñar artes tanto impresos y digitales para la web y la revista. ➤ impresión de artes en imprenta de la revista infantil Colorín Colorriel con el espacio para el Vagón de los cuentos. Ver anexo ➤ Diseñar artes de igual forma sobre el Vagón de los Cuentos para el

			<p>álbum de cromos "Las Aventuras de Don Ferro" que tiene Ferrocarriles del Ecuador.</p>
<p>E3. Involucrar a las autoridades, maestros y escolares sobre las nuevas herramientas y productos comunicacional es que realizará FEEP en las socializaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades • Maestros Escolares 	<p>T3. Reuniones con las autoridades de las escuelas para informarles sobre el tren y sus nuevos productos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Reunión con los Rectores de las escuelas a visitar para informarles de las nuevas herramientas y productos para las socializaciones con los niños mediante una charla explicativa con el nuevo material a implementar. ➤ Sondeo de opinión a los escolares para saber si aceptan el producto o no para las socializaciones que realiza el tren con encuestas y entrevistas.

Objetivo 2

- **Comunicar y posicionar la campaña de relaciones públicas y comunicación que ofrece Ferrocarriles del Ecuador dirigido a los niños y maestros de sexto de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito en un lapso de 6 meses.**

ESTRATEGIA	PÚBLICO OBJETIVO	TÁCTICAS	ACTIVIDADES
E1. Gestionar la campaña de relaciones públicas y comunicación a través de herramientas y productos comunicacionales en las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito.	<ul style="list-style-type: none">• Autoridades de escuelas.• Maestros• Escolares	T.1 Informar a través de charlas informativas sobre las nuevas herramientas y productos comunicacionales que utilizará Ferrocarriles del Ecuador en las socializaciones de las escuelas.	<ul style="list-style-type: none">➤ Escoger las escuelas a las que se les va visitar en la ciudad de Quito.➤ Llamar a las escuelas a confirmar la visita que va ir el tren.➤ Coordinar fecha y hora con el rector o rectora de la institución para visitarles a los escolares.➤ Realizar un cronograma de actividades con fecha, hora, escuela, firma, sello, autoridad. (VER ANEXO 7)

		<p>T.2 Difundir el "Concurso del Cuento Leído" para los escolares de sexto de básica de las escuelas fiscales y particulares de la Ciudad de Quito.</p>	<p>❖ Concurso "Cuenta Tren" el Cuento leído:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Dos semanas antes de la visita se debe empapelar las carteleras con los afiches en las escuelas para el concurso e informarles a los escolares de sexto de básica lo que se va hacer. ➤ Gestionar para que en las formaciones de los días lunes les recuerden a los escolares que el tren les va a visitar. ➤ Comunicar a los maestros sobre el concurso y sea actividad de clase y se preparen con el material. ➤ Mailing con notas de prensa constantes a los maestros y escolares.
--	--	---	--

			<ul style="list-style-type: none"> ➤ Los ganadores recibirán kits del tren y cada kit contiene: agendas, esferos, llaveros, gorras, pulseras del tren. ➤ Los cuentos ganadores se publicaran en el programa "A todo Tren" y en las páginas virtuales del tren. (Facebook, twitter y el "Vagón de los Cuentos".) ➤ Coordinar vía Mailing con la Gerencia de Comercialización con el Departamento del Tren Crucero para que nos faciliten los boletos de los ganadores del concurso en el tren Crucero. ➤ Los premios serán viajes en el Tren Crucero a los ganadores del cuento leído. ➤ El concurso se llevara a cabo una vez al mes,
--	--	--	--

			<p>el cual se necesitan dos semanas para comunicar, una tercera semana para hacer el concurso y la cuarta para realizar las respectivas grabaciones en "A todo Tren".</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las inscripciones se realizarán en la semana que el tren les informe sobre el concurso ➤ Se tomarán Fotos y se realizará grabaciones en vivo del Cuento leído. (VER ANEXO 6) ➤ Coordinar con Medios de Comunicación para que hagan la cobertura del concurso y entregarles la nota de prensa. Los medios invitados serán: <ul style="list-style-type: none"> • Televisión: <ul style="list-style-type: none"> Gama Tv, Teleamazonas, Ecuavisa, RTS, TC Televisión, Canal UNO,
--	--	--	--

		<p>T.3 Visitar "El Vagón de los Cuentos" que será ubicado al lado del Museo del Tren en la estación Eloy Alfaro.</p>	<p>ECTV.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Radio: Canela, Radio Pública, EXXA, Majestad, Armónica, Onda Cero. • Prensa. EL COMERCIO; EL HOY, El Ciudadano, LA HORA, METROHOY. <p>➤ Publicar en las carteleras del Tren sobre los ganadores del cuento con notas de prensa.</p> <p>❖ El Vagón de los Cuentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se va realizar un teatro infantil de cuentos del tren, donde personal del tren actuará y los escolares visitarán. ➤ Se publicarán los cuentos de los niños ganadores en lonas y se colgaran en las
--	--	--	--

			<p>paredes del vagón.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Se proyectaran videos de Cuenta Tren y audio de Cuenta Tren en el vagón. ➤ La entrada será gratuita para todo público. ➤ El teatro se llevará a cabo los días viernes de cada semana a las 16H00 pm. ➤ Se enviará a la base de datos de las escuelas vía Maling los artes y las notas de prensa sobre la existencia del "Vagón de los Cuentos" para que todos los niños visiten la estación del tren. ➤ Se comunicará los mensajes tanto en audio como visuales en Señalética en el "Vagón de los Cuentos". ➤ Los mensajes serán: <ul style="list-style-type: none"> ○ "Todos a bordo en el Vagón de los Cuentos"
--	--	--	--

			<ul style="list-style-type: none">○ ¡Los cuentos son parte del tren, vívelos!○ Descubre los Cuentos, mitos y leyendas del Ferrocarril Ecuatoriano.○ Cuenta Tren!!○ Visita el Vagón de los Cuentos en la página web www.ferrocarriles del ecuador.gob.ec○ Síguenos en facebook y twitter: El vagón de cuentos de Ferrocarriles del Ecuador <p>➤ Los Roll ups con cuentos, mitos y leyendas del tren van estar dentro del “Vagón de los Cuentos” decorando.</p> <p>➤ Los personajes en</p>
--	--	--	---

		<p>T.4 Difundir los Videos Educativos infantiles "Cuenta Tren"</p>	<p>madera de los cuentos como duendes, brujas, fantasmas igualmente van estar decorados en el "Vagón de los Cuentos".</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Los inflables de los personajes infantiles de Ferrocarriles del Ecuador: Rosita la guía, Pepe el brequero, Don Ferro el maquinista y Carlitos el ayudante igualmente decoran fuera y dentro del "Vagón de los Cuentos". <p>❖ Videos "Cuenta Tren"</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poner los spots infantiles de cuentos, mitos y leyendas con las voces de los personajes infantiles de Ferrocarriles del
--	--	--	--

			<p>Ecuador. en las socializaciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador en las escuelas que visita.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ De igual forma cuando suceda el concurso del Cuento leído, proyectar los spots, en el Vagón de los Cuentos y en el programa radial "A todo Tren". ➤ Poner videos de los cuentos ganadores de los niños del concurso del cuento leído en el Vagón de los Cuentos, en las escuelas que se visite, en el programa radial "A todo Tren" - ➤ Subir a las redes sociales
--	--	--	---

			<p>facebook y twitter y pagina dl tren tanto los spots infantiles de cuentos como las grabaciones de los niños.</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Poner los videos con los personajes del tren y de los cuentos sobre información del tren refugios, estaciones, rutas, lugares por recorrer, escenas del ferrocarril de la sierra a la costa etc.➤ Poner jingles del tren con el pito y demás sonidos en el Vagón de los Cuentos, socializaciones, programa radial "A todo tren "y en la web.
--	--	--	---

		<p>T.5 Implementación de Cuenta Tren en "A todo Tren" programa radial de Ferrocarriles del Ecuador con los personajes de Ferrocarriles del Ecuador.</p> <p>T.6 Diseñar un espacio en la página Web de Ferrocarriles del Ecuador, facebook y twitter sobre el "Vagón de los Cuentos"</p>	<p>❖ En la Radio: "Cuenta Tren"</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pasar el programa los días viernes en la radio en vivo. ➤ 15 minutos de tiempo al aire. ➤ Voces de los personajes de Ferrocarriles actuarán. ➤ Visita de los niños ganadores al programa para conversar con ellos en vivo. <p>❖ En la Web</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Visitar las páginas virtuales del tren: Facebook twitter y el Vagón de los Cuentos. ➤ Socializar las páginas virtuales nuevas vía Mailing a la base de datos de las escuelas niños, maestros y autoridades.
--	--	---	--

		<p>T.7 Diseñar un espacio en la Revista Infantil Colorín Colorriel de el "Vagón de los Cuentos"</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Entregar la revista infantil Colorín Colorriel No.9 incluido el espacio para el Vagón de los cuentos en las socializaciones, niños y maestros que visiten el "Vagón de los Cuentos". ➤ Entregar de igual forma el álbum de cromos "Las Aventuras de Don Ferro· que tiene Ferrocarriles del Ecuador con el "Vagón de los Cuentos"
--	--	---	---

4.2.4 PIEZAS GRÁFICAS

La campaña cuenta con un cierto número de piezas gráficas que se citarán a continuación:

- **FLYERS Y AFICHES:**

Estarán ubicados en las carteleras de las escuelas y semanas antes se les entregará flyers comunicando las bases del concurso "Cuenta Tren" a niños, maestros y autoridades de las escuelas para que estén al tanto del concurso como se puede observar a continuación:

Grafico No. 1

Flyers y Afiches para la cartelera



El cuento leído

Ferrocarriles del Ecuador te invita a participar en el 1er concurso de cuento leído.

Las bases del concurso son las siguientes:

- Tener entre 10 a 12 años de edad
- Participan los escolares de sextos de básica
- Debes crear tu propio cuento, mito o leyenda el día que Ferrocarriles del Ecuador visite tu escolita.

Los premios serán:

- Un fabuloso viaje en el Tren Crucero con todo pagado para tí y un acompañante.
- Kits con premios del Tren.

Para mayor información visita:

- El Vagón de los cuentos en la página web www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec
- Siguenos en Twitter y Facebook: "El vagón de los cuentos de Ferrocarriles del Ecuador".
- Llámanos al 399-2100 ext. 1158 Comunicación Social



- **NOTAS DE PRENSA:**

Se elaborarán para comunicar igualmente en las carteleras, en la página web del tren en la sección de novedades y en el espacio del Vagón de los Cuentos. También es material para entregar a los medios de comunicación y se difunda el mensaje antes durante y después de la campaña.

Gráfico No. 2

Nota de Prensa



Estación Eloy Alfaro
Telf. (593) 02 3992100
Sincholagua y Av. Maldonado
Sector Chimbacalle
www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec
Quito - Ecuador



MAYO, 18 DE 2014

FEEP REALIZARÁ EL PRIMER CONCURSO DEL CUENTO LEÍDO



Tren Ecuador invita a los niños de sexto grado de básica de las escuelas particulares y fiscales de la ciudad de Quito a participar en el primer concurso de cuentos, mitos y leyendas en relación al Ferrocarril Ecuatoriano.

Los pequeños deben crear o si saben cuentos mitos y leyendas del tren en una hoja de papel bond y exponerlos el día que el personal del ferrocarril visite la escuelita como parte de las socializaciones que vienen realizando desde la rehabilitación con las entregas de la revista infantil Colorín Colorriel.

Los premios serán fabulosos viajes en el nuevo Tren Crucero Desde Quito hasta Durán para el niño ganador y un acompañante y kits del tren. El concurso se llevará a cabo una vez al mes y el ganador podrá contar su cuento en el programa radial "A Todo Tren".

Para mayor información sobre el concurso deberán visitar "El Vagón de los Cuentos" en la página web www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec o en Facebook y Twitter: "El vagón de los Cuentos de Ferrocarriles del Ecuador".

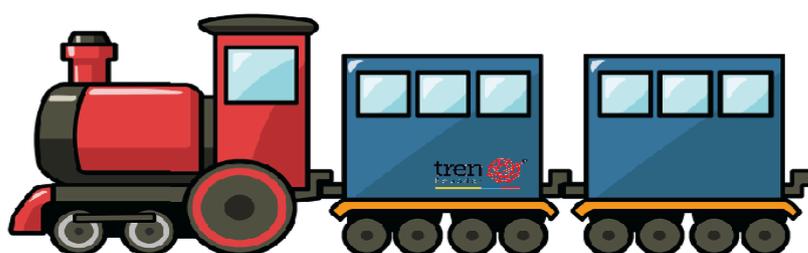
COMUNICACIÓN SOCIAL.

- **MATERIAL BTL y P.O.P**

Material para promocionar el tren y que se posicione aun más la imagen del tren en los escolares. Estarán ubicados en el concurso de Cuenta Tren el cuento leído, en el Vagón de los Cuentos, en los videos del tren, en la página web, siendo también el logotipo de materiales promocionales como gorras, esferos camisetas etc. y Señalética.

Gráfico No. 3

MATERIAL BTL y P.O.P



el vagón de los cuentos



- **SEÑALÉTICA:**

Las frases que se citan a continuación estarán ubicadas en el Vagón de los Cuentos, en la página web, redes sociales, en la revista Infantil Colorín Colorriel en la sección de el Vagón de los Cuentos y en los spots y en las grabaciones radiales de Cuenta Tren en el programa “A todo Tren”.

Gráfico No. 4

Señalética

Los cuentos son parte del Tren, vívelo

Chucu chucu chucu... El Tren es fantasía disfrúta

Todos a bordo en el vagón de los cuento

Descubre los cuentos, mitos y leyendas del Ferrocarril Ecuatoria

Síguenos en Facebook y Twitter: El Vagón de los cuentos de Ferrocarriles del Ecu

Visita el vagón de los cuentos en la página web: www.ferrocarrilesdeecuador.gob.ec

- **PERSONAJES FEEP, INFLABLES Y MUÑECOS DE MADERA:** Estarán ubicados en el Vagón de los Cuentos, en la página web, en la revista Infantil Colorín Coloriel en la sección de el Vagón de los Cuentos y en los spots , en el concurso Cuenta Tren el cuento leído, en las redes sociales, y las voces de estos personajes estarán grabados para el programa “A todo Tren”

Gráfico No.5

PERSONAJES FEEP, INFLABLES, MUÑECOS DE MADERA



Don Pepe, el brequero Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública



RELLENO Cod. Pantone®							DONTORNO Cod. Pantone®		
116	126	K	302	140	1486	7048	1848	7811	689

CMYK

marit Comisión Ferrocarril
 © Mineduc/Comisión Ferrocarril
 © Av. Diego de Vilaverde y Av. 6 de Octubre
 © Correo: Puyo Ecuador, Balboa de Otavalo Pinar P, Otavalo 75
 © Teléfono: 099 474617 / 09 723 9721
 © Sitio = Ecuador

Rosita, la guía Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública



RELLENO Cod. Pantone®							DONTORNO Cod. Pantone®				
7028	1825	K	302	140	1486	7048	1848	1818	689	3028	

CMYK

marit Comisión Ferrocarril
 © Mineduc/Comisión Ferrocarril
 © Av. Diego de Vilaverde y Av. 6 de Octubre
 © Correo: Puyo Ecuador, Balboa de Otavalo Pinar P, Otavalo 75
 © Teléfono: 099 474617 / 09 723 9721
 © Sitio = Ecuador

Carlitos, el ayudante

Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública



RELLENO Cost. Pantone®					DONTORNO Cost. Pantone®			
1855	K	652	140	1488	7646	1548	1518	828

CMYK

 **maribú** Comunicación Puntual
Maribú Comunicación Puntual
C/ de Reyes de Siles y Fu. 1 de diciembre
s/ Cruz del Páramo, Edif. de Observ. "Flora P", Oficina 71
s/ Saldaña 400 01017 01 011 0111
s/ Ochoa y Galdeano



DUENDE DEL TREN



FANTASMA DEL TREN

MUÑECO DE MADERA



BRUJA DEL TREN

INFLABLES



DUENDE INFLABLE



DON FERRO INFLABLE

Fuente: www.ferrocarrilesdlecudaor.gob.ec

- **ROLL UPS Y LONAS**

Los cuentos mitos y leyendas del tren van estar en las lonas y los roll ups de los niños ganadores del Concurso de “Cuenta Tren el cuento Leído”, en el Vagón de los Cuentos y aquí el personal de Ferrocarriles del Ecuador actuará y contará los cuentos en el escenario, leerán en el programa radial A Todo Tren, se publicarán en la web y redes sociales facebook y twitter y en la revista Colorín Colorriel en la sección de el Vagón de los Cuentos.

A continuación se citarán unos cuentos, mitos y leyendas del tren como se debería realizar:

Grafico No.6
ROLL UPS Y LONAS
Cuentos mitos y leyendas del Tren

<p>EL DUENDE</p> <p>Virginia Quezada, El Quinche</p> <p>Cuentan que el sector del Quinche se aparecían los duendes, personaje mítico, chiquito(pequeño), que usaba un sombrero, tenía ojos verdes, cabello con risos y largo. Tenía a su cargo provocar miedo a quienes se les aparecía. En el Quinche se les aparecía los duendes a varias personas, de manera especial a ,los “borrachos” (ebrios) y a los “mujeriegos”(hombres que mantiene relaciones amorosas con muchas mujeres).</p> <p>Las personas de la localidad solían trasladar la imagen de la Virgen del Quinche desde la iglesia hasta la estación del tren ;una vez que en el lugar, la adornaban y vestían con un traje nuevo, flores y una corona.</p>	<p>LA LOCOMOTORA QUE CAYO AL RÍO MIRA</p> <p>Manuel Briseño Aguas, Salinas.</p> <p>Don Briseño entro a trabajar al ferrocarril cuando cuándo tenía tan solo 17 años. Este, trabajó lo obtuvo a través del amigo de su padre, su padrino quien le ayudó con las gestiones necesarias. El trabajó como peón, y formaba parte de una cuadrilla en Salinas, encargada del mantenimiento de la vía del tren.</p> <p>En el año 1952 se accidentó un tren que venía de Cachaco hacia Salinas, en el punto llamado “Tercer Paso”, el tren se descarriló y dada la velocidad que venía avanzó hasta el borde de la pendiente. El maquinista de nombre Juan López ordenó de de que se desgancharan los vagones del ferrocarril con carga porque temía que la locomotora caiga al río Mira y arrastre todos los vagones. Los desengancharon, pero debido za un</p>
--	--

Así, la virgen quedaba lista para prescindir una misa en la que se le pedía que desaparezcán los duendes, luego de la misa se pedía que se prende la chamiza y castillos, en señal de que la fiesta empezaba. Se seleccionaba priostes o padrinos, para la fiesta, como los encargados de pagar la comida, para los participantes en la fiesta.

EL TREN FANTASMA

Juan José Lara , Ibarra

Hace unos 30 años, en la madrugada de un día del mes de noviembre, dos trabajadores del ferrocarril dormían en el campamento del lugar. De pronto escucharán un ruido proveniente del auto ferro y veían luces extraña. En ese momento, ambos jóvenes se levantaron y salieron corriendo por en medio de unos chaquiñanes con dirección a la estación para recibir a la maquina que según ellos escucharon venir de la cual no tenían información de llegada. No obstante, era muy extraño que una máquina transite por la vía a esa

derrumbe de piedra de la montaña producido ese momento, no se pudo evitar la tragedia que el tren cayera al río. En este accidente no hubo pérdidas humanas solo materiales. Luego de lo ocurrido fue muy difícil sacar la locomotora del río Mira, los trabajadores del ferrocarril demoraron tres mese aproximadamente para recuperarla: se utilizaron grúas y maquinarias para tal efecto.

EL GUAGUA QUE LLORA

Camilo Pacheco, Cayambe

Hace muchos años, allá en el sector de Cancahua vivió una joven madre soltera. Esto, en aquella época era muy mal visto y criticado por la sociedad. La joven abandono al niño cerca de la Estación de Cancahua, y este fue encontrado muerto por el jefe de la estación de ese entonces.

A partir de ese día. Se comenzó a escuchar claramente el llanto de un bebé en el lugar, sobre todo en las noches cuando había luna llena y luna tierna.

hora.

Mientras más se acercaban a la línea férrea disminuía el sonido del tren, hasta que de pronto las luces se apagaron fue demasiado obvio que no estaba ningún ferrocarril en camino. Se miraron las mutuamente, y sin poder hablar acerca de lo sucedido, la única frase les salió fue ¡Virgen Santísima! ¿Qué pasó? ¡Esto parece ser una obra del diablo!. En ese momento de incertidumbre, soledad y miedo, regresaron corriendo a las habitaciones del campamento por el mismo chaquiñán aunque mucho más oscuro, ni siquiera se preocuparon por las serpientes que en el camino existen y hasta hoy, en grandes cantidades.

Transcurridas un par de horas, se escuchó una maquina ahora sí real que llegaba de acuerdo al horario diario. Ya con menos temor, los protagonistas de esta historia esperaron la llegada del ferrocarril para salir del campamento.



4.2.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA											
	E	F	MZ	A	M	J	JL	AG	S	O	N	D
Reunión de trabajo con los directivos de FEEP.	X											
Desayuno de Trabajo personal de FEEP	X											
Lunch de Trabajo con Comunicación Social FEEP.	X											
Elaboración de : <ul style="list-style-type: none"> Material BTL: lonas roll up Señalética, muñecos de madera, inflables. 	X	X	X	X	X	X						
<ul style="list-style-type: none"> Material P.O.P: afiches, dípticos, flyers, boletines de prensa. 	X	X	X	X	X	X						
<ul style="list-style-type: none"> Souvenirs (llaveros, gorras, CDS, pulseras, tomatodos, esferos, lápices, jarros, camisetas, agendas). 	X	X	X	X	X	X						
Crear el logotipo de la campaña de relaciones públicas y comunicación	X	X	X	X	X	X						

Elaboración del "El Vagón de los Cuentos"(Pintura, adecuación, escenario,	X	X	X	X	X	X													
Elaboración del Concurso "Cuenta Tren" el cuento leído.	X	X	X	X	X	X													
Afiches para la cartelera con las bases del concurso cuento leído.	X	X	X																
Elaboración de flyers sobre el concurso.	X	X	X																
Elaborar notas de prensa informando el concurso.	X	X																	
Elaborar un roll up con el logo de Cuenta tren.	X	X	X																
Videos "Cuenta Tren"	X	X	X	X	X	X													
Elaboración de spots infantiles	X	X	X	X	X	X													
Elaboración de guiones de cuentos	X	X																	

mitos y leyendas del tren	
Grabación de los cuentos ganadores de los niños del concurso del cuento leído.	X X X X X X
Grabaciones con las voces personajes del tren y de los cuento	X X X X X X
Grabaciones de sonido y audio del pito del tren y sonidos acordes a las escenas.	X X X X X X
En la Radio: en el programa "A todo Tren" un segmento de "Cuenta Tren".	X X X X X X
Elaboración de guiones para transmitir en el programa.	X X X

Grabar las Voces de los personajes de Ferrocarriles contando cuentos, mitos y leyendas.	<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				X	X	X									
			X	X	X											
En la web y en la Revista Infantil Colorín Colorriel	<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td> </tr> </table>									X	X	X	X	X	X	
								X	X	X	X	X	X			
Diseñar artes tanto impresos y digitales para la web y la revista.	<table border="1"> <tr> <td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	X	X	X												
X	X	X														
Impresión de artes	<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				X	X	X									
			X	X	X											
Diseñar artes para el álbum de cromos "Las Aventuras de Don Ferro."	<table border="1"> <tr> <td>X</td><td>X</td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	X	X	X												
X	X	X														
Charla explicativa con el nuevo material.	<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>									X						
								X								
Realizar encuestas y entrevistas	<table border="1"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>X</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>									X						
								X								

ACTIVIDADES	CRONOGRAMA											
	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
			Z				L	G				
Escoger las escuelas a las que se les va a visitar en la ciudad de Quito	X	X	X									
Llamar a las escuelas a confirmar la visita que va a ir el tren.				X	X	X						
Coordinar fecha y hora con el rector.					X	X						
Realizar un cronograma de actividades				X	X	X						
Concurso "Cuenta Tren" el Cuento leído							X	X	X	X	X	X
Poner afiches en las carteleras de las escuelas.					X	X						
Gestionar para que Informen en las formaciones de las escuelas.					X	X						

Comunicar a los maestros sobre el concurso				X	X	X								
Entregar KITS del Tren								X	X	X	X	X	X	
Cuentos ganadores se publicaran en el programa "A todo Tren" y en las páginas virtuales del tren. (Facebook, twitter y el "Vagón de los Cuentos".)							X	X	X	X	X	X	X	
Mailing con la Gerencia de Comercialización (Tren Crucero)							X	X	X	X	X	X	X	
Viajes en el Tren Crucero							X	X	X	X	X	X	X	
Inscripciones del Concurso				X	X									
Fotos y grabaciones en vivo del Cuento leído							X	X	X	X	X	X	X	
Medios de comunicación				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	

Publicar en las carteleras del Tren sobre los ganadores del cuento con notas de prensa.							X	X	X	X	X	X
El Vagón de los Cuentos							X	X	X	X	X	X
Teatro infantil de cuentos del tren.							X	X	X	X	X	X
Cuentos de los niños ganadores en lonas							X	X	X	X	X	X
Videos de Cuenta Tren y audio de Cuenta Tren							X	X	X	X	X	X
El teatro se llevará a cabo los días viernes de cada semana a las 16H00 pm							X	X	X	X	X	X
Mailing: artes y notas de prensa sobre la existencia del "Vagón de los Cuentos"							X	X	X	X	X	X

Mensajes de audio y visuales a través de Señalética.							X	X	X	X	X	X
Roll ups con cuentos, mitos y leyendas del tren van están decorados en el Vagón							X	X	X	X	X	X
Los personajes en madera de los cuentos como duendes, brujas, fantasmas decorados en el Vagón							X	X	X	X	X	X
Inflables de muñecos del tren dentro del vagón							X	X	X	X	X	X
Videos "Cuenta Tren"							X	X	X	X	X	X
Poner los spots infantiles en las socializaciones.							X	X	X	X	X	X
Proyectar los spots, el concurso del Cuento leído, en el Vagón de los Cuentos y en el programa radial "A todo Tren".							X	X	X	X	X	X

<p>Poner videos de cuentos ganadores de los niños del concurso del cuento leído en el Vagón de los Cuentos, en escuelas que se visite, en programa radial "A todo Tren"</p>						X	X	X	X	X	X
<p>Subir a las redes sociales facebook y twitter y pagina dl tren tanto los spots infantiles de cuentos como las grabaciones de los niños.</p>						X	X	X	X	X	X
<p>Poner los videos con los personajes del tren y de los cuentos sobre información del tren refugios, estaciones, rutas, lugares por recorrer, escenas del ferrocarril de la sierra a la costa etc. en las socializaciones.</p>						X	X	X	X	X	X
<p>Poner jingles del tren con el pito y demás sonidos en el Vagón de los Cuentos, socializaciones, programa radial "A todo tren "y en la web.</p>						X	X	X	X	X	X

En la radio: "Cuenta Tren"							X	X	X	X	X	X
Pasar el programa los días viernes en la radio en vivo.							X	X	X	X	X	X
Voces de los personajes de Ferrocarriles actuarán.							X	X	X	X	X	X
Visita de los niños ganadores al programa para conversar con ellos en vivo.							X	X	X	X	X	X
En la Web							X	X	X	X	X	X
Visitar las páginas virtuales del tren: Facebook twitter y el Vagón de los Cuentos.							X	X	X	X	X	X
Socializar las páginas virtuales nuevas vía mailing a la base de datos de las escuelas niños, maestros y autoridades.							X	X	X	X	X	X

<p>Entregar la revista infantil Colorín Colorriel No.9 incluido el espacio para el Vagón de los cuentos en las socializaciones, niños y maestros que visiten el "Vagón de los Cuentos".</p>						X	X	X	X	X	X	
<p>Entregar el álbum de cromos "Las Aventuras de Don Ferro" que tiene Ferrocarriles del Ecuador con el "Vagón de los Cuentos"</p>						X	X	X	X	X	X	

4.2.6 PRESUPUESTO

Cantidad	Concepto	Subtotal
1	Desayuno de trabajo para 10 personas.	\$40
1	Lunch de trabajo para 10 personas.	\$80
20	Material BTL: lonas roll up Señalética, muñecos de madera, inflables.	\$1000
400	Material P.O.P: afiches, dípticos, flyers, boletines de prensa.	\$800
800	Souvenirs (llaveros, gorras, CDS, pulseras, tomatodos, esferos, lápices, jarros, camisetas, agendas).	\$1500
1	Logotipo de la campaña de relaciones públicas y comunicación	\$500
1	Elaboración del "El Vagón de los Cuentos" (Pintura, adecuación, escenario	\$2000
6	Spots Infantiles Cuenta Tren	\$15000
2	En la web y en la Revista Infantil Colorín Coloriel Artes publicitarios.	\$200
100	Papelería para encuestas y entrevistas.	\$50
TOTAL		\$19.370

4.2.7 MATRIZ DE EVALUACIÓN

OBJETIVO	TIPO DE OBJETIVO	INDICADORES DE MEDICIÓN	EVALUACIÓN
<p>1. Elaborar la campaña de relaciones públicas y comunicación conjuntamente con el personal de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador para las socializaciones que realiza el Ferrocarril en un lapso de 6 meses.</p>	<p>Informativo Control</p>	<p>Entrevistas Sondeos Observación Encuestas</p>	<p>Número de asistentes a los eventos. Seguimiento a la entrega del material elaborado. Nivel de reconocimiento de las nuevas herramientas y productos comunicacionales</p>
<p>2. Comunicar y posicionar la campaña de relaciones públicas y comunicación que ofrece Ferrocarriles del</p>	<p>Informativo</p>	<p>Entrevistas</p>	<p>Número de medios de comunicación interesados. Número de</p>

<p>Ecuador dirigido a los niños y maestros de sexto de básica de las escuelas fiscales y particulares de la ciudad de Quito en un lapso de 6 meses.</p>	<p>Persuasivo Motivacional</p>	<p>Sondeos Observación Encuestas</p>	<p>visitantes al sitio web y a redes sociales.</p> <p>Números de niños inscritos al concurso del cuento leído.</p> <p>Número de oyentes de la radio al programa del tren.</p> <p>Numero de notas de prensa publicadas</p> <p>Número de visitas al Vagón de los cuentos.</p> <p>Numero de material P.O.P, Souvenirs entregados.</p> <p>Número de niños visitados en las escuelas.</p> <p>Grado de aceptación de los maestros y escolares a las</p>
---	------------------------------------	--	---

			nuevas herramientas y productos comunicacionales
--	--	--	---

CAPITULO V

5.1 CONCLUSIONES

Saber comunicar es una herramienta importante en toda empresa de hoy en día. Las relaciones públicas son claves para mejorar la imagen de toda institución.

A través del planteamiento de la campaña de comunicación y relaciones públicas y de la investigación profunda realizada, se determina que tanto las relaciones públicas y la comunicación a través de herramientas comunicacionales ayudan a mejorar las socializaciones en las escuelas y esto hace que más niños conozcan del tren, sus estaciones, refugios, lugares que visitar, museos, vagones, cafetería, tiendas y lo más importante que viajen en el tren turístico patrimonial que une la sierra y la costa ecuatoriana.

Y es así que gracias a esta propuesta, es de suponer que se alcanzarán algunos resultados como los que se explicarán a continuación:

- Mantener informados de manera eficiente a las autoridades, maestros y escolares sobre el Ferrocarril.
- Mejora de las relaciones públicas y comunicación en las socializaciones que realiza Ferrocarriles del Ecuador con los escolares.
- Motivar a los empleados de FEEP a crear nuevas herramientas y productos para mejorar la imagen del tren.
- Mantener una imagen positiva del tren en los maestros, autoridades y escolares.

- Disfrutar, viajar y conocer el patrimonio turístico rehabilitado de uso turístico para todos los ecuatorianos.
- Aprender del Ferrocarril que también tiene historia y muchas vivencias a través de cuentos, mitos y leyendas.
- Socializar con la comunidad ecuatoriana.

De esta manera se puede concluir que con la implantación de una campaña de relaciones públicas y comunicación cumple el objetivo primordial que a través de este, las socializaciones que realizan Ferrocarriles del Ecuador con herramientas y productos nuevos mejora notablemente.

5.2 RECOMENDACIONES

Las relaciones públicas y la comunicación son herramientas de gestión por lo tanto se recomienda planificarse dentro del plan anual de la empresa y debe gestionarse de la misma manera que otras políticas que tenga la empresa de Ferrocarriles del Ecuador.

Con la presente campaña de relaciones públicas y comunicación aplicada de manera sistemática y secuencial, se mejorará las socializaciones que realizan el tren y se recomienda monitorear oportunamente para verificar su eficiencia. Los indicadores notables son los porcentajes de aceptación de las actividades propuestas, la calidad de las opiniones de los maestros y de los escolares respecto al desarrollo de tácticas, grado de aceptación de las herramientas y productos de comunicación planteadas, etc., que finalmente se verán como resultados reflejados en el incremento de turistas y la compra de pasajes

para el destino turístico más lindo que hoy tiene el Ecuador, el Tren Ecuatoriano.

Finalmente se recomienda capacitar de manera constante al personal de Ferrocarriles del Ecuador encargado de las socializaciones ya que son ellos el reflejo de la empresa y son los encargados principales de comunicar al público externo sobre el tren.

5.3 BIBLIOGRAFÍA

LIBROS:

- KOTLER Philip, (2004), Fundamentos del Marketing, Décima Edición, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio, Prentice Hall, p. 542.
- VAN RIEL Cees, (1997), Comunicación Corporativa, Ed. Prentice Hall, Madrid, p.31
- WILCOX L. Dennis; GLEN T. ZIFRA Cameron y Jordi (2006). Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas. 8va ed. Madrid.
- OCÉANO UNO EDITORIAL, (2008), Océano Uno Color definición comunicación, Océano Uno Nova Ediciones , p. 406.
- ETZEL, Michael; WALKER, Bruce, (2007), Fundamentos de Marketing, McGraw-Hill Interamericana, Decimocuarta Edición, Stanton William, p. 511.
- WILCOX L. Dennis; Philips H. Autt; Warren K. Agee y Glen T. Cameron. (2001). Relaciones Públicas: Estrategias y Tácticas. 6ta ed. Madrid

- COSTA Joan,(1993), Identidad Corporativa Editorial Trillas, México, p.20.
- VAN RIEL Cees, (1997), Comunicación Corporativa. Editorial Prentice Hall, Madrid, p. 37.
- XIFRA Jordi,(2003),Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas. Editorial Mc Graw Hill , Madrid. p.167.
- COSTA Joan,(1993), Identidad Corporativa, Editorial Trillas, México.
- LAMB, Charles, HAIR, Joseph; Mc DANIEL, Carl, (2006), Marketing. International Thompson Editores, Octava Edición, p. 484.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR,(2012), Memorias del Ferrocarril en el Ecuador, p.133.
- CHIAVENATO, Idalberto, (2008) Teoría de la Administración, p.455
- CASTRO, B. (2009). Ferrocarril Ecuatoriano Patrimonio *de su Pueblo*, Quito, Ecuador, p. 18.
- DAHDÁ, Jorge, (1992). Publicidad Turística, Ed. Trillas. México.
- FIGUEROA, Enrique, (Ed. Edamex) (1997). Relaciones Públicas. Madrid.
- RAMÍREZ, César, (2006). Marketing Turístico. Ed. Trillas 1ra ed., México.
- SEITEL P., Fraser, (2002).Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas. Ed. Prentice Hall, 8va ed. Madrid.

FOLLETOS:

- FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA;(2011), Folleto de Rendición de Cuentas, P.26.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA (2013), Manual de Inducción, p.5.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR, (2011), Folleto de Rendición de Cuentas 2011, p.32.

PÁGINAS WEB:

- Public Relations, International Public Relations Assosations, Recuperado de <http://www.ipra.org>.
- <http://www.scientologycourses.org/es/courses-view/public-relations/step/publics.html>.
- <http://www.rppnet.com.ar/imagencorporativa2.htm>.
- http://sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/mercadotecnia2/tema_1_4.htm.
- DE LA SIERRA, Patricia, "Volver a Educar ". La Socialización en las escuelas, www.socializacionesenlasescuelas.com.
<http://www.monografias.com/trabajos12/social/social.shtml#com>.
FERROCARRILES DEL ECUADOR, (2013). Empresa. Recuperado.
http://www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=91

- FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA; Novedades del Tren, www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec.2013.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA; Novedades del Tren, nota de prensa www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec.2013.
- TREN ECUADOR;(2013), Servicios Estaciones, www.trenecuador.com.
- FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA; Novedades del Tren, nota de prensa www.ferrocarrilesdelecuador.gob.ec.2013.

ANEXOS

ANEXO N.1

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA			
TEMA	Las socializaciones de la Revista Infantil Colorín Colorriel.	LUGAR	Empresa Ferrocarriles del Ecuador
SUBTEMA	Herramientas y productos comunicacionales.	INVESTIGADOR	Carla Jaramillo
		FUENTE	Gerencia Comunicación Social
		FICHA DE OBSERVACIÓN	15 septiembre 2013.

La gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador es la encargada de entregar la Revista Infantil Colorín Colorriel la misma que es diseñada por el diseñador gráfico de la misma. Esta revista es entregada en las socializaciones en las escuelas que visita como una herramienta de comunicación y producto comunicacional, conjuntamente con el *Álbum de cromos las Aventuras de Don Ferro."

Las socializaciones duran aproximadamente 45 minutos donde el asistente de comunicación de FEP visita y hace el contacto con la escuela.

El personal de FEEP explica que contenido tiene la revista, les hacen juegos dinámicos como llenar una sopa de letras y les proyectan un spot de seguridad en la vía férrea, les toman fotos y a los niños que contestan bien la pregunta les regalan souvenirs del tren.

ANEXO N.2
FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA			
TEMA	Comunicación Externa	LUGAR	Empresa Ferrocarriles del Ecuador
SUBTEMA	Estación Eloy Alfaro	INVESTIGADOR	Carla Jaramillo
		FUENTE	Gerencia Comunicación Social
		FICHA DE OBSERVACIÓN	09 de octubre 2013.

La Estación Eloy Alfaro se encuentra ubicada en el sector sur de la capital en el barrio Chimbacalle- la estación del tren fue rehabilitada las nuevas oficinas a partir del 208 y en el 2010 todo el personal tanto administrativo como operativo trabaja en la estación Eloy Alfaro, la estación actualmente cuenta con el museo del tren, la plaza del tren, la tienda del tren, salón multiusos los cuales la comunidad realiza eventos diarios, las oficinas, el parque de Don Ferro y andén y salas donde los turistas pueden estar.

Desde la estación Eloy Alfaro sale el tren crucero, el tren con la máquina a electrodiesel y los Autoferros todos los días.

Se pudo observar que dentro de la estación hay espacio suficiente para poder armar el "Vagón de los Cuentos" al lado del Museo del Tren y así lograr que más turistas visiten la estación.

ANEXO N.3

CUESTIONARIO ENTREVISTA

Entrevista realizada a los trabajadores de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública.

¿Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública cuenta y aplica herramientas y productos comunicacionales? Mencione cuáles son:

- 1) ¿Cuáles son las actividades que realiza Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel en las escuelas que visita la Gerencia de Comunicación Social?
- 2) Cree usted que se debería mejorar las socializaciones de la revista Colorín Colorriel en las escuelas?
- 3) Considera usted que las socializaciones empleadas en los niños, sobre la revista infantil Colorín Colorriel son efectivas o que se debería implantar en ellas?
- 4) ¿Usted como comunicador de la Gerencia de Comunicación Social del tren considera que en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel los escolares aprenden sobre la historia, la cultura y la geografía ecuatoriana por donde pasa el Tren?
- 5) En las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel cree usted que se debería implementar nuevos productos y herramientas comunicacionales para que los niños se diviertan?
- 6) Qué opina sobre implementar un producto comunicacional denominada "El Vagón de los cuentos donde los niños publiquen sus cuentos?"
- 7) ¿Qué opina sobre implementar la herramienta comunicacional "Cuenta Tren" en las socializaciones de la revista infantil Colorín Colorriel donde los niños participen y ganen premios por el mejor cuento del tren?
- 8) Estaría usted de acuerdo en implementar videos educativos sobre la historia del tren, la geografía la cultura contada por Don Ferro y los personajes infantiles del Ferrocarril como en las historietas que se publican en las revistas?
- 9) ¿Está usted de acuerdo con que en las socializaciones de la revistas infantil Colorín Colorriel se realicen nuevas actividades para los escolares

ANEXO N. 4

EVENTO: DESAYUNO DE TRABAJO

NOMBRE DEL EVENTO: Desayuno Corporativo para la presentación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación.

OBJETIVO DEL EVENTO: Dar a conocer a las autoridades de Ferrocarriles del Ecuador sobre la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación.

LUGAR Y FECHA DEL EVENTO:

LUGAR: Salón Multiusos en la Estación del Tren "Eloy Alfaro"

FECHA DE INICIO:

HORA INICIO ESTIMADA: 09H00

FINALIZACION HORA ESTIMADA: 11H00

TOTAL DE ASISTENTES: 10 invitados

PROGRAMA DEL EVENTO:

07:00	Supervisión del espacio físico y sonido previo al evento. (30 min)
07:30	Colocación de las mesas, sillas, flores y comida(60 min)
08:30	Llegada de todos los asistentes y participantes (10 min.)
09:00	Iniciación del evento por parte del Gerente General Ing. Jorge Eduardo Carrera Sánchez de Ferrocarriles del Ecuador. (15 min.)
09:15	Presentación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación (45 min)
10:00	Desayuno Corporativo (60 min)
11:00	Finalización

* Sujeto a cambios.

TOTAL DE TIEMPO: 240 minutos-

ORGANIZACIÓN Y ELABORACIÓN DEL EVENTO

MENÚ:

- Café con Leche, Café en Agua, o Chocolate
- Mantequilla y Mermelada, Nata o Queso
- Huevos Revueltos con Jamón o Tocino
- Pan
- Jugo de Fruta Natural (naranja,/mora)
- Endulzantes STEVIA - EQUAL

BEBIDAS

- Agua mineral y natural

PLAN DE DECORACIÓN DEL EVENTO

2 Roll Ups con el logotipo de Ferrocarriles del Ecuador y Tren Ecuador.

Pantalla para proyección.

1 mesa rectangular

10 sillas

Equipos de amplificación, micrófonos, iluminación, equipos de audio.

Vajilla, cristalería, mantelería

1 Salonero y servicio de catering

Presupuesto		
Cantidad	Concepto	Subtotal
10	Desayunos	\$ 25

10	Vajilla y cristalería y mantelería	\$8
1	Mesa	\$0
10	Sillas	\$ 0
1	Salonero y catering del tren	\$7
1	Equipos de amplificación, micrófonos, Iluminación, equipos de audio.	\$0
TOTAL		\$40

ANEXO N.5

EVENTO: ALMUERZO DE TRABAJO

NOMBRE DEL EVENTO: Almuerzo Corporativo para la presentación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación.

OBJETIVO DEL EVENTO: Dar a conocer al personal de la Gerencia de Comunicación Social de Ferrocarriles del Ecuador sobre la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación.

LUGAR Y FECHA DEL EVENTO:

LUGAR: Salón Multiusos en la Estación del Tren "Eloy Alfaro"

FECHA DE INICIO:

HORA INICIO ESTIMADA: 12H00

FINALIZACION HORA ESTIMADA: 15H00

TOTAL DE ASISTENTES: 10 invitados

PROGRAMA DEL EVENTO:

12:00	Supervisión del espacio físico y sonido previo al evento(30 min)
--------------	--

12:30	Colocación de los mesas, sillas, flores y comida(30 min)
13:00	Llegada de todos los asistentes y participantes (10 min.)
13:10	Iniciación del evento por parte del Gerente General Ing. Jorge Eduardo Carrera Sánchez de Ferrocarriles del Ecuador.(15 min.)
13:25	Presentación de la Campaña de Relaciones Públicas y Comunicación (45 min)
14:10	Almuerzo Corporativo (60 min)
15:00	Finalización

* Sujeto a cambios.

TOTAL DE TIEMPO: 240 minutos

ORGANIZACIÓN Y ELABORACIÓN DEL EVENTO

MENÚ:

❖ ENTRADA:

Pincho de camarón

❖ PLATO FUERTE:

Corvina en salsa de Naranja y Culantro

❖ POSTRE

Mousse de chocolate con Nueces

❖ LICORES ;

Vino Undurraga Merlot Reserva/ botella

❖ BEBIDAS

Agua mineral y natural

Colas

PLAN DE DECORACIÓN DEL EVENTO

2 Roll Ups con el logotipo de Ferrocarriles del Ecuador y Tren Ecuador.

Pantalla para proyección.

2 mesas redondas

10 sillas

Equipos de amplificación, micrófonos, iluminación, equipos de audio.

Vajilla, cristalería, mantelería

1 Salonero y servicio de catering

Presupuesto		
Cantidad	Concepto	Subtotal
10	Almuerzos	\$ 55
10	Vajilla y cristalería y mantelería	\$10
1	Mesa	\$0
10	Sillas	\$ 0
1	Salonero y servicio de catering	\$15
1	Equipos de amplificación, micrófonos, Iluminación, equipos de audio.	\$0
TOTAL		\$80

ANEXO N.6

GALERÍA



ANEXO N.7

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FERROCARRILES DEL ECUADOR EMPRESA PÚBLICA

GERENCIA COMUNICACIÓN

Cronograma de Socialización



Mes: Junio 2014

Responsable: Personal de Comunicación

Social

FECHA & HORA	ESCUELA	DIRECCIÓN TELEFONO	RECURSOS NECESARIOS	CANTIDAD DE EJEMPLARES	RESPONSABLE	FIRMA
18/06/2014 Hora:10:00	Albert Einstein	Mcruzâei nstein.k12.ec	Rapto roll ups spots del tren	100	Lic. María Augusta Cruz	
20/06/2014	CHARLES DARWIN	24920611 Mbeba Hotmail.com	Lapto roll ups spots del tren	300	Lic. Belén escobar	
22/06/2014	Escuela fiscal José Peralta	Centro de Quito Santo Domingo	Lapto roll ups spots del tren	300	Rector	
19/06/2013	Unidad educativa	Quitumbe	Lapto roll ups	625	Rector	

11 am	Quitumbe	Sur de quito	spots del tren			
21/06/20 14 10:30 am	Escuela Angelitos de la Guarda,	Versalles centro de Quito.	Lapto roll ups spots del tren	750	Rectora	