

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche
Titulación de Comunicación Audiovisual

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2022-2023



**Gestión protocolaria de un evento de la ONG Oxizonia:
Inauguración del Escape Room ‘El templo de la Salvación’**

Protocol management of an event of the NGO Oxizonia:
Inauguration of the Escape Room 'The Temple of Salvation'

Alumna: Noelia Vázquez Maciá

Tutor: Miguel Fernando Olabe Sánchez

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG), consiste en la elaboración de un plan de gestión protocolaria para la realización de un evento de inauguración de la nueva actividad educativa de Oxizonia: El escape room “El Templo de la Salvación”. Esta entidad medioambiental ilicitana trabaja en la conservación y reforestación de la selva amazónica y su biodiversidad. Sus acciones, dedicadas a la promoción del desarrollo sostenible, tratan de frenar, entre otras cosas, la minería clandestina, la caza furtiva y la tala ilegal. Así mismo, a nivel nacional, Oxizonia tiene una gran experiencia en el entorno educativo y organiza actividades y charlas en colegios, institutos y universidades con la finalidad de concienciar a los más pequeños. A través de este proyecto, se propone un plan de comunicación para la entidad, con el objetivo de fomentar la protección de la Amazonía peruana y sensibilizar a los estudiantes universitarios sobre la importancia de preservar el planeta.



Palabras clave

Comunicación corporativa; evento de inauguración; ONG; Oxizonia; Concienciación ambiental.

Abstract

This Final Degree Project (TFG), consists of the development of a protocol management plan for the realization of an opening event of the new educational activity of Oxizonia: The escape room "El Templo de la Salvación". This environmental organization from Elche works for the conservation and reforestation of the Amazon rainforest and its biodiversity. Its actions, dedicated to the promotion of sustainable development, try to stop, among other things, clandestine mining, poaching and illegal logging. At the national level, Oxizonia has extensive experience in the educational environment and organizes activities and talks in schools, colleges and universities to raise awareness among children. Through this project, Oxizonia proposes a communication plan for the organization, with the aim of promoting the protection of the Peruvian Amazon and raising awareness among university students about the importance of preserving the planet.



Keywords

Corporate communication; Inauguration event; NGO; Oxizonia; Environmental awareness.

ÍNDICE

1. Introducción.....	6
1.1 Justificación del trabajo.....	6
1.2 Objetivos generales y específicos del proyecto	7
1.3 Hipótesis.....	8
2. Estado de la cuestión	8
3. Metodología	10
4. Resultados del proyecto	11
4.1 Análisis interno de la ONG	11
4.1.1 Presentación de Oxizonia	11
4.1.2 Historia de la organización	12
4.1.3 Base organizativa	12
4.1.4 Misión, visión y valores	13
4.1.5 Auditoría de comunicación	14
4.1.5.1 Análisis Identidad Visual Corporativa.....	15
4.1.5.2 Canales de comunicación	17
4.1.5.3 Herramientas	19
4.1.5.4 Mensajes	19
4.1.6 Mapa de públicos	20
4.1.7 Target	20
4.2 Análisis externo de la ONG	21
4.2.1 Análisis del entorno	21
4.2.2 Competencia	23
4.3 DAFO	24
4.4 Elaboración del plan de comunicación	24
4.4.1 Objetivos organizacionales y comunicativos	24
4.4.2 Mapa de públicos	25
4.4.3 Estrategia comunicativa (Propuesta de valor)	26
4.4.4 Plan de acciones: Inauguración Escape Room	27
4.4.4.1 Antes del evento	27
4.4.4.1.1 Elaboración de un briefing	27
4.4.4.1.2 Calendario de tareas y coordinación equipo	31
4.4.4.1.3 Planificación del programa.....	33

4.4.4.1.4 Acciones comunicativas	33
4.4.5.2 Durante el evento	35
4.4.5.3 Después del evento	39
4.4.5.3.1 Acciones comunicativas post evento	39
4.4.5.3.1 Medición y corrección	39
5. Conclusiones	40
6. Cronograma	41
7. Bibliografía	42
8. Anexo	43
8.1 Estadísticas redes sociales Meta Business	43
8.2 Formulario entrevistas ONGs	48
8.3 Encuesta conciencia ambiental en los jóvenes	53
8.4 Nota de prensa	57
8.5 Dossier de prensa	59



1. Introducción

1.1 Justificación del trabajo

El medio ambiente y su deterioro es un tema de gran trascendencia a nivel global. El futuro y el rumbo del planeta está en manos de los humanos que, paradójicamente, son los mismos causantes de la mayoría de los efectos negativos a los que se enfrenta actualmente. Para la realización de este plan de comunicación, he decidido adentrarme en este ámbito porque considero que, desgraciadamente, nuestra sociedad sigue sin ser lo suficientemente consciente de la gravedad de esta problemática. Muchas personas continúan haciendo oídos sordos a las catástrofes que nuestro mundo está presenciando.

Sin ninguna duda, ante esta coyuntura, son las ONGs las que tienen un papel importante en la concienciación, enseñanza y movilización de la ciudadanía en torno a los impactos medioambientales. Estas organizaciones trabajan día tras día con un mismo propósito: proteger y conservar el medio ambiente y fomentar la idea de un cambio de paradigma enfocado hacia modelos de desarrollo más sostenibles. Pero, ¿de qué sirven cada una de sus acciones si su labor no llega a los ciudadanos?

Es por este mismo motivo por lo que la comunicación se ha convertido en un elemento esencial en el trabajo de todas y cada una de estas entidades, ya que les permite llegar a la sociedad y transmitir su mensaje. Pero, ¿por qué la falta de conciencia y sensibilización sigue siendo el mayor problema a nivel mundial? Quizá el problema se deba a que las entidades no están llevando a cabo una estrategia comunicativa efectiva.

Con el presente Trabajo Final de Grado, se pretende llevar a cabo un análisis exhaustivo de las estrategias de comunicación ambiental aplicadas por diversas ONG en la Provincia de Alicante, enfocándose de manera específica en el caso de Oxizonia. Esta ONG, con sede en Elche, se dedica a la conservación y reforestación de la Amazonía peruana y, al mismo tiempo, desarrolla actividades de sensibilización ambiental a nivel local.

A partir de esta evaluación, con el objetivo de consolidar la presencia de la entidad en la sociedad y ampliar su alcance, se plantea la creación de un plan de comunicación que involucre la gestión protocolaria de un evento: La inauguración de un "escape room" en las aulas de la Universidad Miguel Hernández (UMH).

1.2 Objetivos generales y específicos del proyecto

El **objetivo general** de este Trabajo Final de Grado es diseñar y desarrollar un plan de gestión protocolaria integral para el evento de inauguración del "escape room" ambiental de la ONG Oxizonia, con el propósito de fortalecer su imagen, aumentar la conciencia ambiental entre el público joven y consolidar su posición en la sociedad.

Asimismo, entre los **objetivos específicos** destacamos los siguientes:

1. Analizar la identidad, los valores y el funcionamiento de Oxizonia para asegurar que el evento refleje la misión ambiental de la organización.
2. Impactar en las conductas de las personas en relación con el medio ambiente, con un enfoque particular en la juventud, dado que son los responsables futuros de nuestro entorno planetario.
3. Fomentar en la sociedad la adopción de prácticas sostenibles, como el reciclaje, la moderación en el uso de recursos y la salvaguardia de la naturaleza.
4. Visibilizar los desafíos ambientales que amenazan a la Amazonía, como la deforestación, la explotación no autorizada y el cambio climático.
5. Definir un plan de comunicación estratégica que abarque la promoción previa, el desarrollo del evento y la posterior difusión de sus resultados.
6. Establecer una identidad diferenciada frente a la competencia, utilizando la inauguración del "escape room" como vehículo para transmitir los valores, peculiaridades y servicios únicos que distinguen a Oxizonia de otras ONG.
7. Ampliar el alcance y la notoriedad de Oxizonia a nivel local, nacional e incluso internacional, proyectando su labor de manera más amplia.
8. Estimular un incremento en la cantidad de colaboradores y voluntarios en las diversas actividades y proyectos promovidos por la entidad.
9. Crear un mayor conocimiento de la marca a través de las redes sociales: esta iniciativa comunicativa hará que la organización sea más conocida y recordada por el público.

1.3 Hipótesis

Se plantea que la implementación de este plan de gestión protocolaria para el evento de inauguración del "escape room" ambiental de la ONG Oxizonia tendrá un impacto positivo y, como resultado, los jóvenes estarán más concienciados e implicados con la problemática medioambiental.

Así pues, se espera que la cuidadosa planificación de la inauguración, alineada con los valores y la misión de la organización, y respaldada por estrategias de comunicación efectivas, contribuirá significativamente a influir en las actitudes y comportamientos de estas personas hacia el medio ambiente.

2. Estado de la cuestión

Actualmente, los eventos protocolarios están considerados como una de las herramientas más efectivas para la promoción de causas y la difusión de información. Del mismo modo, las ONG medioambientales, desempeñan un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad y la protección de los recursos naturales (Kaldor, M., Moore, H. L., & Selchow, S, 2012). En el contexto de las ONG como Oxizonia, la planificación y gestión de eventos protocolarios son esenciales para sensibilizar sobre la sostenibilidad y el medio ambiente.

De la misma manera, las universidades ostentan un rol estratégico para fomentar la conciencia ambiental entre la población joven, ya que representan centros de formación y generación de conocimiento. Asimismo, los escape rooms, inicialmente recreativos y basados en trabajo en equipo y resolución de enigmas, se han acabado adaptando exitosamente como herramientas educativas y comunicativas (Bell, M. L., Fiese, B. H., & Healey, C. V, 2019). Al incorporar elementos de sostenibilidad y medio ambiente, adquieren la capacidad de comunicar conocimientos clave. Por ello, para la entidad, la inauguración del escape room en la UMH es una oportunidad para captar la atención y concienciar sobre la conservación ambiental ya que involucra de manera interactiva a los participantes en temas ecológicos.

La preocupante situación ambiental mundial, con el Amazonas como un ejemplo icónico de desafíos ecológicos, subraya aún más la importancia de la sensibilización y la acción a través de eventos protocolarios. El Amazonas, considerado el pulmón del planeta, alberga una rica biodiversidad y desempeña un papel crucial en la regulación del clima global. Sin embargo, enfrenta amenazas significativas como la deforestación, la minería ilegal y el cambio climático. Estas actividades humanas insostenibles ponen en riesgo no solo la biodiversidad única de la región, sino también el equilibrio climático a nivel mundial (Gloor, M., 2013).

En este contexto, los eventos protocolarios, se convierten en plataformas valiosas para sensibilizar a las personas sobre la importancia de preservar el Amazonas y abordar los problemas ambientales globales. Al involucrar a los participantes en una experiencia interactiva que resalta los desafíos enfrentados por la región amazónica, se puede fomentar la comprensión y la empatía, alentando a los individuos a ser parte activa de la solución (Ribeiro, J, 2020).

El protocolo y la etiqueta en los eventos protocolarios corresponden a un conjunto de normas y directrices que orientan el comportamiento y la organización de los individuos en contextos formales. Para la inauguración del escape room, resulta fundamental considerar aspectos tales como la disposición espacial, la recepción de los invitados, el ordenamiento de los discursos y la interacción con los medios de comunicación. Además, el respeto por estas pautas contribuye a proyectar una imagen profesional y seria de la ONG Oxizonia.

La comunicación eficiente se erige como un factor clave para el éxito de un evento protocolario. Las estrategias de difusión pueden abarcar desde el empleo de plataformas de redes sociales y comunicados de prensa, hasta la emisión de invitaciones personalizadas y la colaboración con medios locales (Allen, J, 2018). Una difusión adecuada garantiza que la inauguración del escape room alcance a la audiencia pertinente y genere un impacto sostenido en la conciencia ambiental.

3. Metodología

Para abordar la gestión del evento de Oxizonia, se ha seguido una metodología que integra enfoques cuantitativos y cualitativos. La recopilación de datos y la toma de decisiones se fundamentaron en la combinación de información proveniente de diversas fuentes.

1. **Observación inicial:** Se comprendió la situación de los problemas ambientales y la efectividad de eventos sostenibles y la implicación de los jóvenes. Esto permitió obtener una perspectiva amplia y contextual del tema.
2. **Revisión bibliográfica:** Se llevó a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva sobre temas relevantes como la comunicación ambiental, la influencia de los eventos en la conciencia social y el uso de nuevas tecnologías comunicativas. Esta revisión proporcionó un fundamento teórico sólido para orientar el diseño y la ejecución del evento.
3. **Entrevistas a representantes de las ONG:** Se realizaron entrevistas con el fundador de Oxizonia y portavoces de otras ONG ambientales, como ARBA Elx, Margalló Ecologistes En Acció e Instituto de Ecología Litoral.

Los datos recopilados fueron analizados en conjunto con la información obtenida de la revisión bibliográfica y la observación inicial. Este análisis permitió generar conclusiones sólidas sobre la concienciación ambiental de los jóvenes, las estrategias de comunicación exitosas y las mejores prácticas en la gestión de eventos similares.

La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos en esta metodología ha permitido obtener una visión holística de la situación y diseñar estrategias de gestión del evento que estén respaldadas tanto por datos concretos como por percepciones cualitativas de expertos y público objetivo.

4. Resultados del proyecto

4.1 Análisis interno de la ONG

4.1.1 Presentación de Oxizonia

Oxizonia, una organización sin fines de lucro en el ámbito ambiental, se enfoca en la conservación y reforestación de la selva amazónica y su biodiversidad. Su labor abarca la promoción del desarrollo sostenible, enfrentando problemas como la minería ilegal, la caza furtiva y la tala no autorizada. A través de programas educativos, voluntariado y comunicación, Oxizonia impulsa la conciencia ambiental y la conservación de la naturaleza.

El Bosque Cojebro, situado en Albaterra, Alicante, es el epicentro de sensibilización de Oxizonia. En un área de dos hectáreas, alberga más de 1200 árboles, principalmente paulownias, cuya capacidad de absorción de CO₂ es diez veces superior a otras especies. Anualmente, más de 7000 estudiantes de diversas escuelas participan en actividades de educación ambiental en este lugar, involucrándose en charlas informativas y contribuyendo activamente en la plantación de árboles.

Oxizonia tiene el proyecto "Apadrina un bosque amazónico" que involucra a colaboradores particulares que pagan 12€ al año para el cuidado del ecosistema en Perú y obtienen un certificado de compromiso. Además, empresas pueden donar 500€ anuales para compensar su huella de carbono y mejorar su Responsabilidad Social Corporativa. El proyecto del Bosque Cojebro en España nació gracias a aseguradoras colaboradoras como Allianz, Axa, Generali, Reale, Plus Ultra y Zurich.

La ONG también organiza el "Viaje Interior", un viaje solidario de 13 días que explora la dualidad de la Amazonía, su esplendor y los impactos humanos. Los exploradores pueden participar en actividades de reforestación durante esta experiencia.

4.1.2 Historia de la organización

Hace más de diecisiete años, José Ramón Mena comenzó un proyecto en la Amazonía peruana para restaurar la reforestación y la salud ambiental en una región afectada por la actividad humana. Motivado por su infancia en sintonía con la naturaleza y experiencias en viajes, José Ramón se inspiró aún más al presenciar las culturas ancestrales y las tribus indígenas en Indonesia, Malasia, Filipinas y África. En los años 80, el concierto de "The Police" liderado por Sting en Río de Janeiro marcó un punto de inflexión al concienciarlo sobre la depredación del Amazonas brasileño.

Impulsado por este evento, José Ramón investigó los bosques tropicales y, más tarde, conoció a una socia que lo alentó a adquirir una reserva en el Amazonas peruano para la reforestación. Esta reserva, ubicada en la zona de amortiguamiento del Parque Nacional del Manu, se sustenta con donaciones de empresas y trabajadores locales de Alicante. Ocho años después, estableció la sede de Oxizonia en Elche, ampliando la sensibilización en España y reforzando la educación ambiental.

Hoy en día, gracias a las iniciativas de Oxizonia y el apoyo de patrocinadores, se ha logrado recuperar la biodiversidad y reducir el daño en la zona. Además, en España, Oxizonia gestiona un campo de ensayo en Albaterra y dos bosques corporativos que sirven de escenario para actividades de plantación de árboles autóctonos y paulownias en colaboración con entidades y colegios.

4.1.3 Base organizativa

Antes de implementar una nueva estrategia de comunicación, es crucial evaluar la gestión de responsabilidades en la organización. Un paso fundamental es crear un organigrama, un gráfico que muestra la estructura interna, jerarquías y flujos de autoridad y asesoría (Fleitman, 2000). Para entender la organización de Oxizonia, se ha diseñado el siguiente esquema visual.

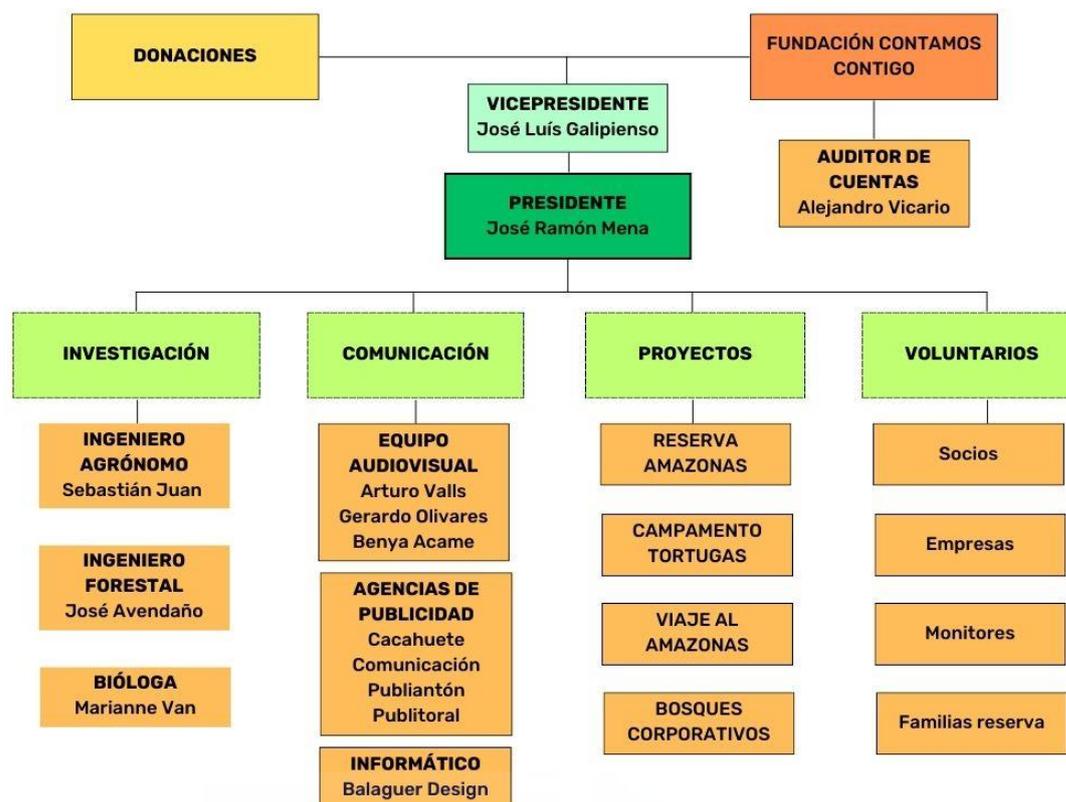


FIGURA 1. Mapa conceptual base organizativa de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Misión, visión y valores

- **Misión**

Oxizonia trabaja día a día con la misión de proteger, cuidar y mantener las zonas afectadas por la deforestación de la amazonia peruana, impidiendo así la entrada de la minería clandestina, la tala ilegal y la caza furtiva. Asimismo, a nivel nacional, a través de sus acciones, la organización trata de concienciar y educar a la sociedad en términos ambientales, promoviendo la sostenibilidad y contribuyendo en la conservación responsable del medio ambiente.

- **Visión**

Oxizonia quiere seguir creciendo hasta convertirse en una organización de referencia, reconocida en materia ambiental, tanto a nivel nacional como internacional. Por otro lado, a largo plazo, también espera combatir al cambio climático y construir, a través de sus acciones, un mundo sostenible y responsable en el que las personas vivan en armonía con la naturaleza.

- **Valores**



FIGURA 2. Mapa conceptual de los valores de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Auditoría de comunicación

La auditoría de comunicación interna se refiere a un conjunto de métodos de investigación y análisis cuyo propósito es reconocer, definir, repasar y evaluar el contenido y desarrollo de la función comunicativa. Esta práctica constituye un sistema para supervisar la ejecución de la gestión (Saló, 2005). En consecuencia, se llevará a cabo un análisis profundo de los canales y medios empleados por Oxizonia, así como de las herramientas que emplea para lograr sus metas. Este proceso permitirá medir la eficacia de la comunicación y determinar si los mensajes dirigidos a su audiencia están logrando su cometido. Detectar las áreas de debilidad y las fortalezas de la organización es fundamental para idear una nueva estrategia comunicativa más precisa y eficaz.

4.1.5.1 Análisis identidad visual corporativa

- **Naming:**

El proceso creativo del naming es esencial en la formación de una marca, ya que el nombre definirá su reconocimiento y esencia, diferenciándola de la competencia. En el caso de Oxizonia, la elección del nombre fue crucial. La inicial propuesta "Oxigenia" se descartó al descubrir una entidad italiana con el mismo nombre. Así, surgió la sugerencia de "Oxizonia" por parte de José Ramón, un término memorable, claro y coherente. La palabra fusiona "oxígeno" y "Amazonía", representando la esencia de la organización, donde "oxígeno" evoca la vida y "Amazonía" conecta con la selva vital del Amazonas. Este nombre comunica la protección de la Amazonía y la promoción de la sostenibilidad planetaria.

The image shows the word "Oxizonia" in a large, green, sans-serif font. The letters are spaced out, and the overall appearance is clean and modern.

FIGURA 3. Diferentes versiones del logo de Oxizonia. Fuente: Oxizonia

- **Logotipo:**

El logo es esencial en la identidad de una organización, representándola visualmente y siendo reconocible por el público. En el caso de Oxizonia, su logotipo diseñado por Juan Vicente Balaguer en 2014 captura la esencia medioambiental con un árbol formado por figuras geométricas simples. Cinco círculos en el diseño tienen un doble sentido, simbolizando las copas del árbol y la estructura molecular del oxígeno. Esta dualidad conceptual lo distingue y facilita su recordación. Además, su simplicidad permite su adaptación a diferentes tamaños y formatos en plataformas variadas, sin perder legibilidad.



FIGURA 4,5 y 6. Diferentes versiones del logo de Oxizonia. Fuente: Oxizonia

- **Colores corporativos:**

Los colores corporativos de Oxizonia se han seleccionado cuidadosamente para transmitir su esencia de manera coherente. El verde, predominante en su identidad, simboliza vida, naturaleza y sostenibilidad, enlazando con la Selva Amazónica y su biodiversidad. El azul claro, otro color clave, está asociado con el agua, aire y limpieza, reflejando confianza y sabiduría.

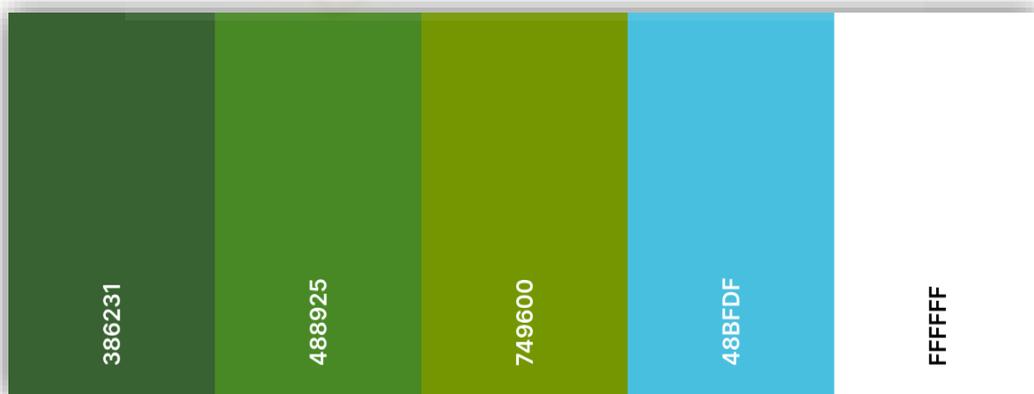


FIGURA 7. Paleta de colores utilizados por Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

- **Voz y tono:**

Oxizonia utiliza un lenguaje claro y coherente en sus comunicaciones, adaptando contenido técnico a un público diverso. Aunque aborda temas científicos, prioriza la comprensión al ofrecer educación ambiental. Su voz refleja su compromiso con la protección ambiental y la sostenibilidad, transmitiendo autenticidad y claridad. Aunque alerta sobre peligros y desafíos, mantiene un tono concienciador, esperanzador y positivo en sus mensajes.

4.1.5.2 Canales de comunicación

COMUNICACIÓN INTERNA
Teléfono móvil
Correo electrónico
WhatsApp
Reuniones
Videoconferencias

FIGURA 8. Tabla canales de comunicación interna de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

COMUNICACIÓN EXTERNA
<p>Redes sociales</p> <p>Web corporativa</p> <p>Documentales</p> <ul style="list-style-type: none"> • “La travesía de la vida” • "La Selva de Cristal" <p>Corto de animación infantil</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Pajerama” <p>Cómic</p> <p>Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios impresos • Exterior • Online <p>Eventos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Charlas informativas y actividades • Inauguración del Bosque Cojebro (Allianz, Axa, Generali, Reale, Plus Ultra y Zurich) • Viaje al Amazonas • Expedición al Amazonas con AMACMEC • Exposición fotográfica sobre el deterioro de la Amazonía • Proyección de ‘La Selva de Cristal’ en cines

FIGURA 9. Tabla canales de comunicación externa de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.1.5.3 Herramientas

HERRAMIENTAS OFFLINE	HERRAMIENTAS ONLINE
<ul style="list-style-type: none"> • Llamada telefónica • Merchandising (camiseta, stickers, bolsas, certificado...) • Diseño gráfico offline • Novela gráfica • Eventos (Estreno del documental ‘La selva de cristal’ en el cine) • Voluntariado • Comunicación internacional • Charlas educativas • Publicidad tradicional (prensa, tv y publicidad exterior) • Participación eventos nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Sitio web • Correo electrónico • Mensajería instantánea • Redes sociales • Sistemas de vídeo en streaming • Blog • Campañas de publicidad en Instagram y Facebook

FIGURA 10. Tabla canales de herramientas de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.1.5.4 Mensajes

Los mensajes de Oxizonia tienen como objetivo principal generar conciencia, informar, educar y movilizar a la sociedad hacia acciones positivas para el cuidado del entorno natural.

- **Concienciadores**
- **Informativos**
- **Educativos**
- **Influenciadores**
- **Inspiracionales y esperanzadores**

4.1.6 Mapa de públicos

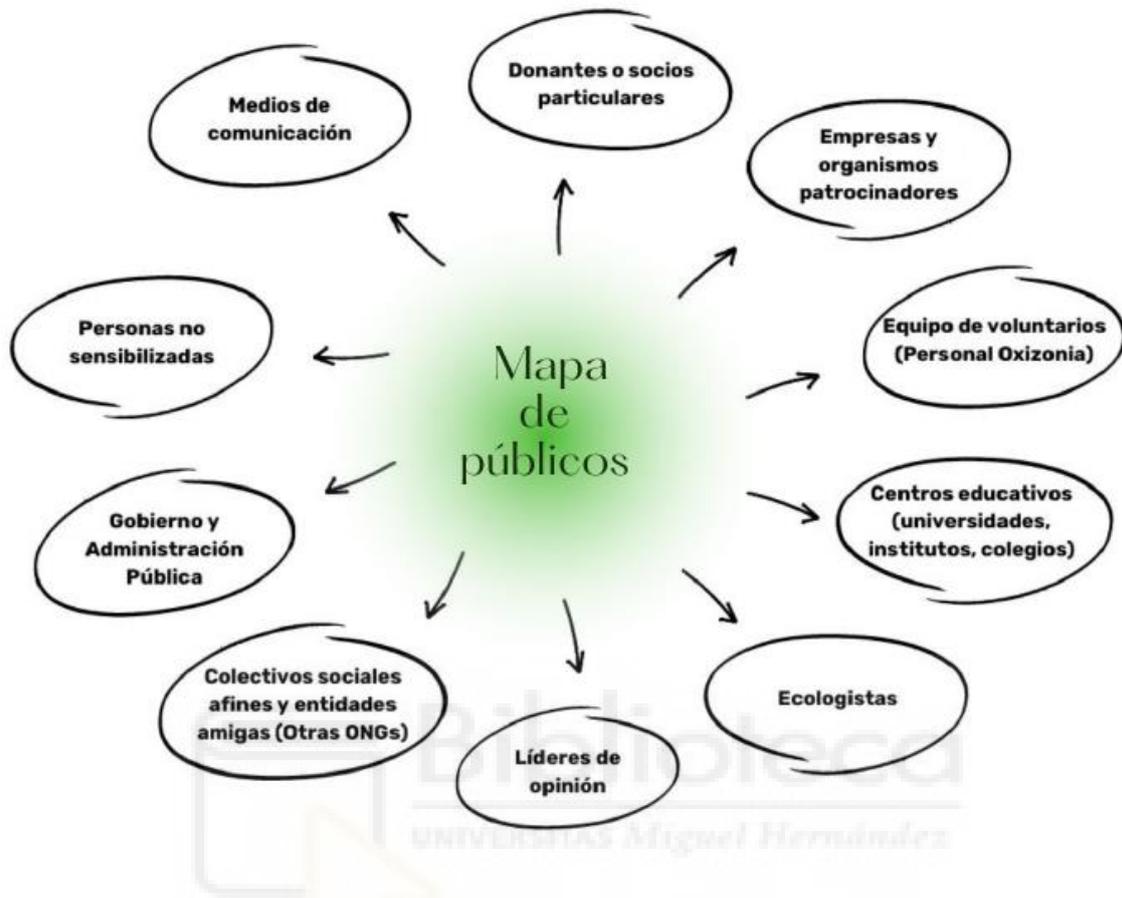


FIGURA 11. Mapa de públicos de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.1.7 Target

Las comunicaciones de Oxizonia están dirigidas a dos grupos claramente definidos de público objetivo.

a) Centros educativos

Oxizonia valora la influencia de la juventud en el futuro del planeta y se compromete a educar en temas ambientales. Su enfoque principal es concienciar a estudiantes de diferentes niveles sobre los desafíos medioambientales actuales. Cubren edades de 5 a 25 años, incluyendo primaria, secundaria y universitarios, tanto hombres como mujeres, en Elche y alrededores.

b) Empresas

Oxizonia busca financiamiento para sus iniciativas ambientales en Alicante y la Amazonía. Para respaldar sus actividades, busca colaboraciones de patrocinio con empresas para enriquecer su Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y cubrir costos asociados.



FIGURA 12. Logotipos empresas colaboradoras. Fuente: Oxizonia

4.2 Análisis externo de la ONG

4.2.1 Análisis del entorno

A) Factores políticos

- **Acuerdos internacionales:** Las políticas ambientales a nivel internacional y los acuerdos entre gobiernos también influyen en las actividades de Oxizonia.
- **Incentivos fiscales:** En ciertas ocasiones, los gobiernos ofrecen incentivos para promover sostenibilidad y proyectos ambientales, como reducciones de impuestos.
- **Regulaciones medioambientales:** Las políticas gubernamentales establecen normativas que afectan las labores de conservación de Oxizonia.

B) Factores económicos

- **Situación económica general:** La economía global y local influye en la disposición de los donantes y patrocinadores para contribuir a Oxizonia.
- **Competencia por recursos financieros:** En el sector medioambiental, la competencia por fondos es intensa, ya que muchas organizaciones buscan financiamiento similar.
- **Oportunidades de financiamiento:** Oxizonia puede aprovechar las tendencias de inversión socialmente responsable y establecer alianzas estratégicas con empresas comprometidas con la sostenibilidad para obtener recursos financieros adicionales.

C) Factores socioculturales

- **Promoción de la educación ambiental:** La ONG puede desarrollar programas educativos que fomenten la conciencia medioambiental en diferentes segmentos de la sociedad, como escuelas, universidades y comunidades locales.
- **Colaboración con líderes comunitarios:** Oxizonia puede establecer alianzas con líderes comunitarios y organizaciones locales para promover conjuntamente la conciencia medioambiental.
- **Uso de las RRSS y medios de comunicación:** La entidad puede aprovechar el auge de las plataformas de redes sociales y los medios de comunicación para difundir mensajes educativos sobre el medio ambiente.

4.2.2 Competencia

1. **Margalló (Ecologistas en Acción):** Colectivo ecologista y cultural de Elche, parte de la federación Ecologistas en Acción del País Valenciano. Enfocado en el ecologismo social y busca transformar el modelo de producción y consumo para prevenir la crisis ecológica.
2. **Asociación para la Recuperación del Bosque Autóctono de Elche (ARBA):** Asociación nacional que se dedica a recuperar espacios degradados por la acción humana. Compuesta por grupos locales, como ARBA ELX, promueve actividades de reforestación y concienciación.
3. **Instituto de Ecología Litoral:** Fundación de la Comunidad Valenciana que contribuye a la conservación de ecosistemas marinos, litorales y terrestres a través de investigación, asesoramiento y promoción del respeto al entorno natural.
4. **Recicla - Alicante:** ONG comprometida con la sostenibilidad y justicia social. Enfocada en la economía circular y solidaria, promueve el reciclaje textil y brinda apoyo a personas en situación vulnerable en Alicante.
5. **Naturalistas del Sureste (ANSE):** Asociación autónoma y sin fines de lucro que divulga, estudia y defiende la naturaleza y el medio ambiente en el sureste español. Protección del medio ambiente y proyectos son sus enfoques principales.
6. **Faunatura:** ONG dedicada a la conservación, estudio y defensa de la fauna, flora y ecosistemas silvestres. Se enfoca en especies "invisibles" pero esenciales para el equilibrio ecológico.

4.3 DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">✓ Limitaciones económicas:✓ Dependencia de voluntarios✓ Difusión limitada✓ Falta de involucramiento de la comunidad	<ul style="list-style-type: none">✓ Cambios políticos y regulaciones✓ Competencia con otras organizaciones✓ Falta de conciencia y apoyo público✓ Crisis de reputación
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Experiencia y conocimiento✓ Red de colaboradores✓ Reconocimiento de marca✓ Programas de educación y sensibilización	<ul style="list-style-type: none">✓ Mayor conciencia ambiental✓ Tecnología y soluciones innovadoras✓ Colaboración con el sector privado✓ Influencia y activismo en las redes sociales

FIGURA 13. Análisis DAFO de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.4. Elaboración del plan de comunicación

4.4.1 Objetivos

- **Organizacionales:**
 - Consolidar la imagen de Oxizonia como una ONG comprometida con la conservación ambiental y la sensibilización de la sociedad.
 - Promover la participación y el compromiso de la comunidad universitaria en acciones de sostenibilidad.
 - Ampliar el alcance y la notoriedad de Oxizonia a nivel local, nacional e internacional, destacando su labor en la protección ambiental y la participación activa de la comunidad.

- Diferenciarse de la competencia y establecer a Oxizonia como una entidad única y destacada dentro del panorama de ONGs,
- Establecer colaboraciones con otras organizaciones interesadas en la conservación del medio ambiente, es este caso con la UMH.

- **Comunicativos**

- Informar a la comunidad universitaria sobre la labor de Oxizonia y sus proyectos.
- Generar conciencia sobre la importancia de la conservación de la Amazonía y la sostenibilidad.
- Motivar a los participantes a comprometerse con acciones individuales y colectivas en beneficio del medio ambiente.

4.4.2 Mapa de públicos

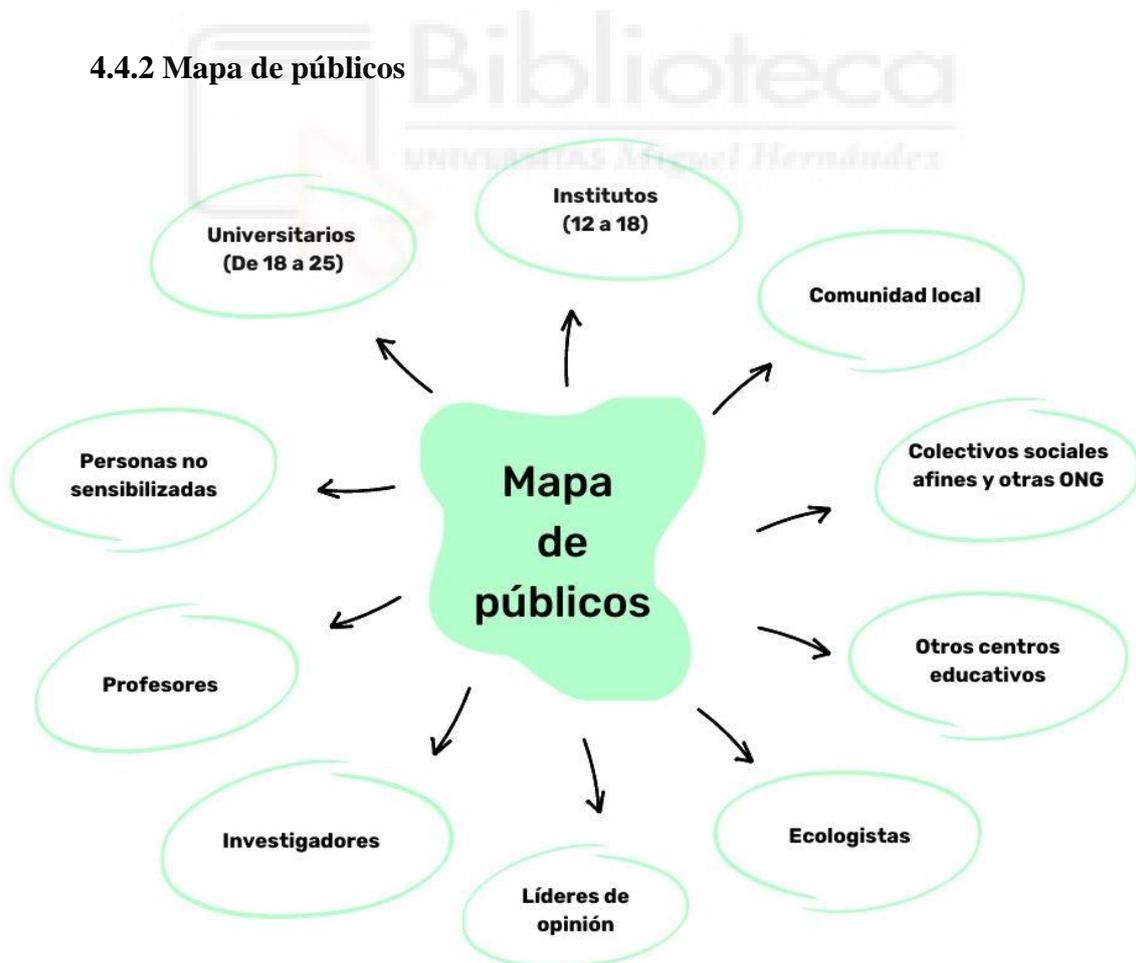


FIGURA 14. Mapa de públicos de la campaña de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.4.3 Estrategia comunicativa (Propuesta de valor)

A) Objetivo:

La propuesta de valor del evento se basa en ofrecer a los participantes una experiencia inmersiva, completa, educativa y participativa que les permita comprender la importancia de la conservación del Amazonas y los motive a tomar medidas concretas para proteger el medio ambiente. Al combinar elementos interactivos, información inspiradora y oportunidades de acción, se busca generar un impacto duradero en la conciencia ambiental de los asistentes.

B) Público objetivo:

El público universitario objetivo para esta campaña abarca un rango de edades que va desde los 18 años hasta aproximadamente los 30 años. Este grupo incluye principalmente a estudiantes universitarios y jóvenes adultos que asisten a la Universidad Miguel Hernández (UMH) y que están interesados en la conciencia ambiental, la educación sostenible y las actividades educativas y lúdicas relacionadas con estas temáticas. Como consecuencia, también se incluirán sus respectivos docentes.

C) Mensaje clave:

El mensaje central de la campaña es comunicar la vital importancia de preservar el medio ambiente para asegurar un futuro sostenible. Se resaltarán la urgencia de emprender acciones tanto a nivel individual como colectivo para afrontar los retos ambientales, poniendo especial énfasis en la protección del Amazonas, reconocido como uno de los principales pulmones del planeta.

D) Plataformas y canales de comunicación:

Para la promoción del evento de inauguración, se emplearán diversas plataformas y canales de comunicación. Estos incluyen las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), la web de Oxizonia y la de UMH, mailing, carteles, folletos impresos y medios de comunicación.

4.4.4 Plan de acciones: Evento Inauguración Escape Room

La acción central del plan de comunicación es el evento de inauguración de la nueva actividad de Oxizonia, el escape room ‘El Templo de la Salvación’. Este evento combina la presentación de la ONG a los universitarios, la apertura del escape room y ponencias de divulgadores ambientales. Esta acción ofrece una experiencia inmersiva y participativa que conecta con el público joven, inspira acciones ambientales y refuerza los mensajes de conservación. La combinación de estas estrategias en un solo evento potente convierte esta acción en la mejor opción para alcanzar múltiples objetivos y posicionar a la entidad como un referente en la protección ambiental.

4.4.4.1 Antes del evento

4.4.4.1.1 Elaboración briefing

Evento: Inauguración del Escape Room de Oxizonia

Fecha: 5 de junio (Día Internacional del Medio Ambiente)

Lugar: Edificio Altabix, UMH - Jornadas UMH Sostenible

Hora: 9:00h

Descripción:

Oxizonia realizará, durante las Jornadas UMH Sostenible, un evento en el que la entidad presentará su nueva iniciativa educativa y medioambiental: el Escape Room “El Templo de la Salvación” en las aulas del centro. De este modo, se dará a conocer la labor de la ONG en el público universitario, se creará conciencia ambiental entre los estudiantes y se les invitará a colaborar en el resto de actividades organizadas.

Actividades:

- **Presentación de Oxizonia:**

Durante el evento, se realizará una presentación en la que representantes de Oxizonia compartirán la misión, visión y proyectos de la organización. Se destacará la labor realizada hasta el momento, los logros obtenidos y los desafíos futuros. También se brindarán oportunidades para que los asistentes se involucren en actividades y proyectos de Oxizonia, como voluntariado, donaciones o participación en campañas de concienciación.

- **Proyección del documental "La Selva de Cristal":**

La proyección de este documental permitirá a los asistentes sumergirse en la belleza y la importancia de la Amazonía. A través de imágenes impactantes y relatos cautivadores, se destacarán los desafíos ambientales a los que se enfrenta la región y la necesidad de tomar medidas para protegerla. Además, se presentarán historias inspiradoras de personas y comunidades que trabajan en la conservación del Amazonas.

- **Charla divulgadora:**

María Negro, una microinfluencer, ofrecerá una charla sobre el valor de Oxizonia en la conservación ambiental. Destacará la urgencia de los problemas ambientales globales y se centrará en los desafíos que enfrenta la Amazonía debido a la actividad humana. Su mensaje inspirará a la audiencia a tomar medidas concretas para proteger el medio ambiente y a apoyar causas como la reforestación y la sostenibilidad.

- **Escape room ambientado en el Amazonas:**

El escape room se diseñará de manera que sumerja a los participantes en la selva amazónica, presentándoles desafíos relacionados con la conservación y sostenibilidad. A través de enigmas, pistas y desafíos, los participantes vivirán la emoción de trabajar en equipo para resolver problemas y lograr un objetivo común: salvar el Amazonas.

- **Stands interactivos y recursos educativos:**

Se instalarán stands interactivos proporcionados por las empresas patrocinadoras que financian el evento. Estos stands ofrecerán información detallada sobre la Amazonía, la conservación ambiental y prácticas sostenibles. Además, las empresas patrocinadoras regalarán su propio merchandising a los estudiantes al finalizar el Escape Room. Se entregará un kit de explorador, compuesto por una tote-bag, una carpeta, un bolígrafo, una gorra, un cuaderno y una cantimplora, que promoverá prácticas sostenibles.



FIGURA 15. Stands de las empresas patrocinadoras de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia



FIGURA 16. Tote-bag de Oxizonia (Merchandising). Fuente: Elaboración propia



FIGURA 17. Libreta y boli de Oxizonia (Merchandising). Fuente: Elaboración propia



FIGURA 18. Cantimplora de Oxizonia (Merchandising). Fuente: Elaboración propia

4.4.4.1.2 Calendario de tareas y coordinación equipo

1. Etapa de planificación y organización (2 meses antes del evento):

- Definir objetivos y temáticas del evento
- Establecer fechas y horarios para el evento
- Formar el equipo organizador y asignar responsabilidades
- Establecer el presupuesto
- Realizar la investigación y selección de proveedores (alquiler de equipos, catering, etc.)

○ **Logística:**

- Espacio: Se necesitará un espacio lo suficientemente amplio para albergar a los asistentes, incluyendo el aula magna para la presentación y proyección, y aulas adicionales para el escape room y los stands interactivos en el exterior.



FIGURA 19. Instalaciones de la UMH en las que se desarrollará el evento. Fuente: UMH

- Equipamiento audiovisual: Se requerirá equipo de proyección de alta calidad, un proyector grande y sistemas de sonido adecuados

para garantizar una experiencia audiovisual inmersiva durante la presentación y proyección del documental.

- Mobiliario y decoración: Será necesario contar con sillas, mesas y tarimas para la mesa presidencial y los stands interactivos. Para la ambientación de las aulas y la creación del Escape Room se necesitará instalar el decorado necesario.
- Acreditaciones: Se deberá contar con un sistema de registro y entrega de acreditaciones virtuales previas al evento, para agilizar el proceso de recepción y registro de los asistentes.
- Personal: Se necesitará personal de apoyo, como voluntarios de Oxizonia, técnicos de audio y video, y guías para el Escape Room, que estén debidamente capacitados y puedan brindar asistencia durante el desarrollo del evento.
- Catering: Se proporcionará un servicio de catering para ofrecer comida y bebidas a los asistentes durante el evento.
- Seguridad: Se deberán tomar las medidas de seguridad necesarias para garantizar el bienestar de los asistentes, incluyendo la contratación de personal de seguridad y la implementación de protocolos de emergencia.

2. Etapa de promoción y difusión (un mes antes del evento):

- Crear el plan de comunicación y marketing
- Diseñar y enviar el *save the date* a través de canales de comunicación internos y externos
- Crear el dossier y la nota de prensa y enviarlo a medios de comunicación
- Iniciar la promoción en redes sociales y otros canales de comunicación
- Diseñar y distribuir materiales promocionales, como carteles y folletos

4.4.4.1.3 Planificación del programa (Estructura general)

09:00h - 09:30h: Recepción y registro de los asistentes

09:30h - 09:45h: Discurso de apertura

09:45h - 10:15h: Presentación de Oxizonia

10:15h - 10:25h: Pausa para preguntas y respuestas

10:25h - 10:50h: Proyección del documental "La Selva de Cristal"

10:50h - 11:30h: Almuerzo y descanso (Catering)

11:30h - 12:00h: Charla divulgadora

12:00h - 12:30h: Introducción al escape room y formación de equipos

12:30h - 13:30h: Inicio del escape room ambientado en el Amazonas

13:30h- 14:00h: Clausura del evento, reconocimientos y agradecimientos

4.4.4.1.4 Acciones comunicativas (Promoción del evento)

- **Campaña en redes sociales:** Oxizonia y la UMH lanzarán una campaña en redes sociales para generar expectativas sobre un próximo evento. Compartirán publicaciones informativas, imágenes y videos destacando a los ponentes y actividades interactivas. Se incluirá publicidad en redes sociales para ampliar el alcance.
- **Formulario de inscripción:** Los estudiantes de la UMH recibirán un correo electrónico y otros canales internos con detalles del evento, como fecha, hora, ubicación y temas. Se les animará a confirmar asistencia y obtener su acreditación (QR).
- **Nota de prensa y dossier de prensa:** Se difundirá una nota de prensa a medios locales, regionales y ambientales, enfocada en la relevancia, objetivos, ponentes y actividades del evento. Incluirá contactos para consultas y se motivará la cobertura. Además, el dossier de prensa expandirá información sobre Oxizonia.

- **Colaboraciones con microinfluencers y divulgadores medioambientales:** Se colaborará con influencers y divulgadores ambientales en redes sociales, compartiendo detalles exclusivos del evento y alentándolos a generar anticipación con publicaciones, historias o videos. Algunos podrían participar en el escape room.
- **Promoción en el campus universitario:** Se distribuirán carteles, pósters y folletos en lugares estratégicos del campus universitario para informar sobre el evento.



FIGURA 20. Cartelería exterior promoción evento. Fuente: Elaboración propia

- **Comunicación directa con estudiantes de la UMH:** Los canales internos de la universidad, como boletines, tablones de anuncios y grupos estudiantiles, se aprovecharán para informar, recordar y actualizar a los estudiantes sobre el evento.
- **Email marketing:** Se enviarán correos electrónicos informativos a todos los estudiantes de la UMH que puedan estar interesados en asistir.

4.4.5.2 Durante el evento

3. Recepción y registro de los asistentes (9:00h-9:30h):

En la recepción, voluntarios de Oxizonia recibirán a los asistentes en un área específica, brindándoles información sobre el evento y el programa. El registro se realizará escaneando los códigos QR de las acreditaciones virtuales y verificando datos en la lista de asistentes.

4. Discurso de apertura (9:30h-9:45h):

El rector de la UMH, Juan José Ruiz, dará la bienvenida resaltando la colaboración con Oxizonia para impulsar la conciencia ambiental. El representante de Voluntariado y Desarrollo Sostenible de la UMH también hablará. Se presentarán a José Ramón Mena, presidente de Oxizonia, y a la divulgadora invitada.

5. Presentación de Oxizonia (9:45h-10:15h):

José Ramón Mena, Fundador de la ONG compartirá su experiencia, los proyectos realizados y el impacto de la organización en la protección del medio ambiente. Destacará la importancia del trabajo voluntario y cómo los estudiantes de la UMH pueden involucrarse en las iniciativas de conservación de Oxizonia.

Mesa presidencial discurso de apertura Aula Magna Edificio Altabix UMH

Representante Área de Cooperación al Desarrollo y Voluntariado UMH	Juan José Ruiz RECTOR UMH	José Ramón Mena PRESIDENTE DE OXIZONIA	María Negro DIVULGADORA
---	--------------------------------------	---	------------------------------------

4. Pausa para preguntas y respuestas (9:15h-10:25h).

5. Proyección del documental "La Selva de Cristal" (10:25h-10:50h):

Se exhibirá el documental protagonizado por Arturo Valls, "La Selva de Cristal", que destaca la importancia de la Amazonía y los desafíos ambientales que enfrenta. Se presentarán historias inspiradoras de conservación y sostenibilidad en la región.

6. Almuerzo y descanso - Catering (10:50h-11:30h)

7. Charla divulgadora (11:30h-12:00h):

La microinfluencer ofrecerá su visión sobre la relevancia de Oxizonia y su labor en la conservación ambiental. Dará una charla inspiradora sobre los desafíos de la Amazonía debido a la actividad humana, compartiendo datos impactantes y ejemplos de éxitos en la conservación.

8. Introducción al escape room y formación de grupos (12:00h-12:30h) :

En este apartado, se explicará detenidamente en qué consiste este escape room, cómo surgió la idea, cómo se ha elaborado y en qué ha sido inspirado. Así pues, cuando los asistentes sepan de qué trata el juego, deberán agruparse en distintos equipos para poder participar.

9. Inicio del escape room (12:30h-13:30h)



FIGURAS 21, 22, 23, 24. Diseño en 3D del Escape Room en un aula.

Fuente: Elaboración propia

10. Clausura del evento, reconocimientos y agradecimientos (13:30h-14:00h)

El rector dará las gracias a los participantes y a los colaboradores y les invitará a pasarse a visitar los stands exteriores.



FIGURA 25. Diseño de stand, photocal y roll-ups del evento. Fuente: Elaboración propia

4.4.5.2.1 Acciones comunicativas durante el evento

- **Cobertura en redes sociales:** Publicaciones en tiempo real con fotos, videos y hashtags relevantes para mantener informados a los seguidores y generar interés.
- **Fotografía y video profesional:** Contratación de fotógrafos y videógrafos para capturar momentos clave del evento, creando material de alta calidad para promoción y marketing.
- **Activación de medios:** Invitación a periodistas para cubrir el evento y acceder a contenido exclusivo, generando cobertura periodística de calidad.

- **Transmisión en Twitch:** Streaming en vivo del evento para llegar a una audiencia amplia y transmitir presentaciones y actividades en tiempo real.
- **Photocall y stands de Oxizonia:** Espacio para tomar fotos con elementos de la selva amazónica, fomentando el contenido compartible en redes sociales.
- **Hashtag:** Creación de un hashtag (#SalvemosLaAmazonía) para unificar el contenido y promover la participación en redes sociales.

4.4.5.3 Después del evento

4.4.5.3.1 Acciones comunicativas post evento

- Después del evento, se aprovechará el contenido generado para crear publicaciones de seguimiento en redes sociales, blogs y web. Además, también se compartirán testimonios de los participantes y resúmenes de las actividades realizadas.
- Se aprovecharán también los contactos de los usuarios registrados para mandarles información sobre las próximas actividades de Oxizonia.
- Cuando el evento finalice, se mandará otra nota de prensa con los resultados del evento.

4.4.5.3.1 Medición y corrección

- **Alcance en redes sociales:** Medición de alcance, impresiones, seguidores y participación (me gusta, comentarios, compartidos) en publicaciones relacionadas con el evento.
- **Cobertura en medios:** Evaluación de menciones y calidad de la cobertura en medios de comunicación, incluyendo prensa, radio y televisión.
- **Asistencia al evento:** Registro de número de asistentes confirmados y presentes en el evento.

- **Participación en escape room:** Medición de participantes que completaron el escape room y evaluación de su experiencia (tiempo, satisfacción).
- **Retroalimentación de asistentes:** Recopilación de opiniones a través de encuestas de satisfacción sobre la experiencia del evento y sugerencias de mejora.

5. Conclusiones

Organizar un evento de inauguración para el Escape Room Ambiental de Oxizonia en la UMH tiene varias conclusiones significativas:

- **Enfoque estratégico:** El plan de comunicación está diseñado de manera estratégica para promover la conciencia sobre la importancia de la Amazonía y la conservación ambiental. Se han identificado los públicos objetivos clave (jóvenes) y se han desarrollado acciones específicas para llegar a ellos.
- **Diversidad de canales:** Se han utilizado diversos canales de comunicación, como redes sociales, sitio web, herramientas transmedia, medios de comunicación y colaboración con microinfluencers, para difundir el mensaje de Oxizonia. Esto garantiza una amplia cobertura y una mayor posibilidad de llegar a diferentes audiencias.
- **Experiencia inmersiva:** Busca brindar una experiencia inmersiva y educativa a los asistentes a través de actividades interactivas, como el escape room, la proyección del documental y los stands interactivos. Esto crea un ambiente participativo y memorable, lo que aumenta la posibilidad de que los participantes se involucren activamente y tomen acciones concretas en favor del medio ambiente.
- **Colaboración institucional:** La colaboración entre Oxizonia y la UMH para organizar este evento muestra cómo las empresas y las instituciones educativas pueden unirse para promover la educación ambiental y la conciencia social. Esto crea relaciones valiosas y fortalece los esfuerzos conjuntos para un futuro sostenible.

6. Cronograma

ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO						
	FASE 1		FASE 2		FASE 3	
TAREA	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
Elección del tema, justificación, objetivos e hipótesis						
Búsqueda bibliográfica y estado de la cuestión						
Metodología e investigación						
Realización del proyecto						
Análisis interno de Oxizonia						
Presentación, historia y organización						
Misión, visión y valores						
Auditoría de comunicación: Canales, herramientas y mensajes						
Mapa de públicos y target						
Análisis externo de la ONG						
DAFO						
Elaboración del plan de comunicación						
Objetivos empresariales y comunicativos						
Mapa de públicos y estrategia comunicativa						
Plan de acciones:						

Inauguración Escape Room en la UMH						
Antes del evento						
Durante el evento						
Después del evento						
Medición y corrección						
Conclusiones						

7. Bibliografía

Allen, J. (2018). *The ultimate guide to event planning: Long-term and short-term planning, venue selection, marketing, budgeting, and logistics*. Atlantic Publishing Company.

Bell, M. L., Fiese, B. H., & Healey, C. V. (2019). Active learning escape room for teaching research design. *Teaching of Psychology*, 46(2), 154-159.

Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México: McGraw-Hill.

Gloor, M., Brienens, R., Galbraith, D., Feldpausch, T. R., Schöngart, J., Guyot, J. L., & Phillips, O. L. (2013). Intensification of the Amazon hydrological cycle over the last two decades. *Geophysical Research Letters*, 42(21), 8696-8703.

Kaldor, M., Moore, H. L., & Selchow, S. (2012). *Global civil society 2012* (pp. 124-141). Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Ribeiro, J., Haddad, E., Lopes, P. F., & Ferreira, C. (2020). The role of environmental education in raising awareness about the Amazon rainforest. *Environmental Education Research*, 26(5-6), 725-734.

Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Grupo Planeta (GBS).

8. Anexo

8.1 Estadísticas redes sociales Meta Business

- FACEBOOK:

Alcance

Alcance de Facebook ⓘ

123.986 ↑ 278,3%



Alcance

Alcance de Facebook ⓘ

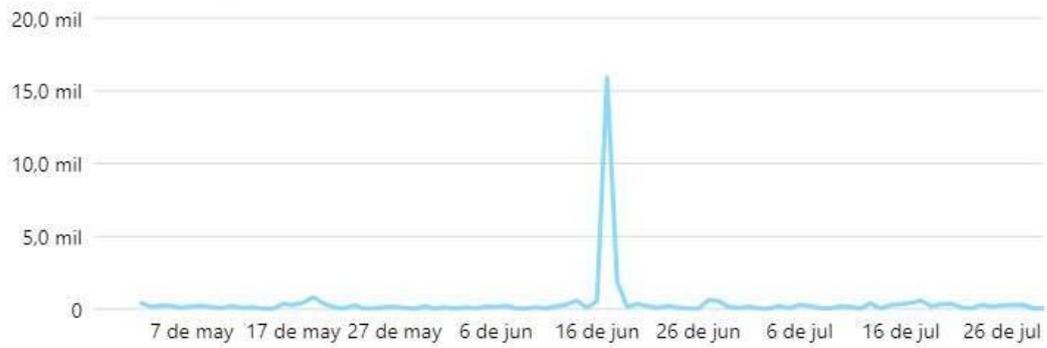
123.986 ↑ 278,3%



- INSTAGRAM:

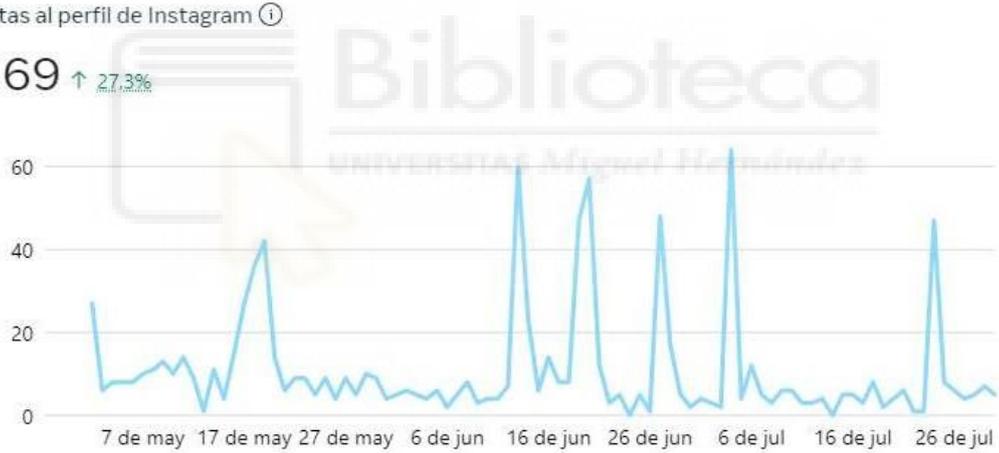
Alcance de Instagram ⓘ

20.897 ↑ 818,1%



Visitas al perfil de Instagram ⓘ

969 ↑ 27,3%

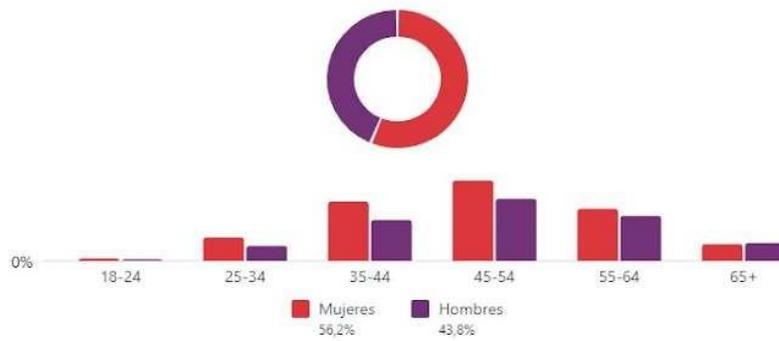


- PÚBLICO

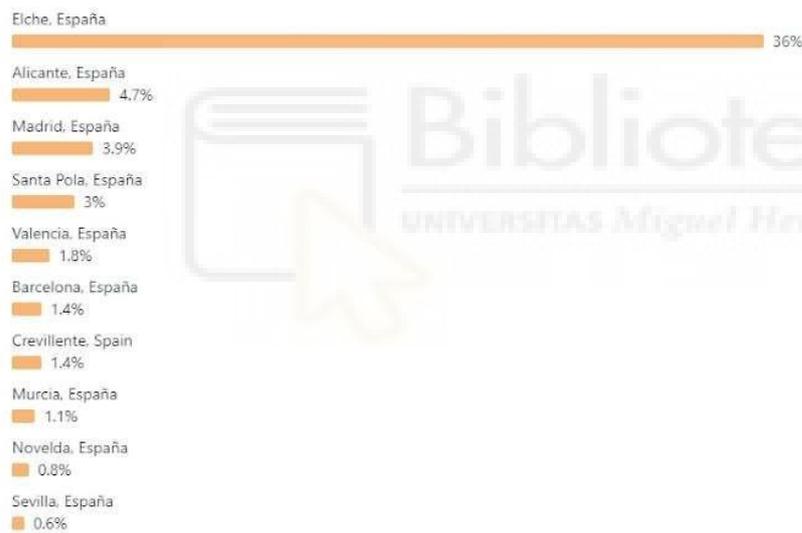
Seguidores de Facebook ⓘ

4.639

Edad y sexo ⓘ



Principales ciudades



Principales países

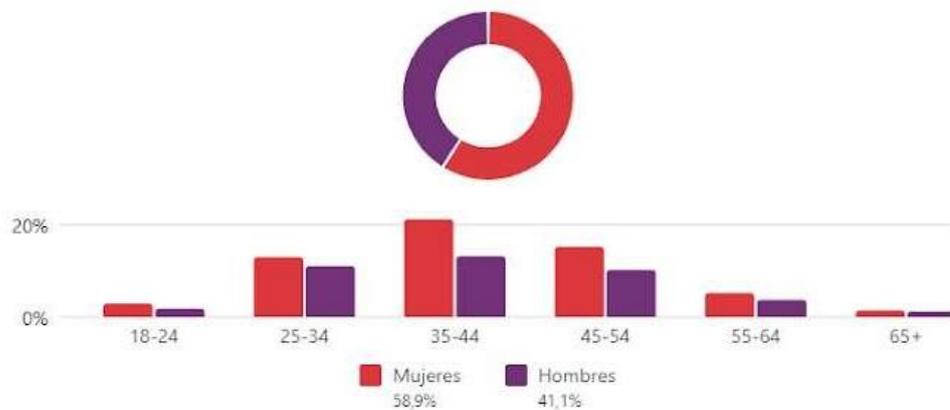
- España
- Perú
- México
- Argentina
- Colombia
- Estados Unidos
- Francia
- Italia
- Reino Unido
- Alemania



Seguidores de Instagram ⓘ

2.170

Edad y sexo ⓘ



Principales ciudades



Principales países

- España
- México
- Argentina
- Perú
- Colombia

Público actual **Público potencial**

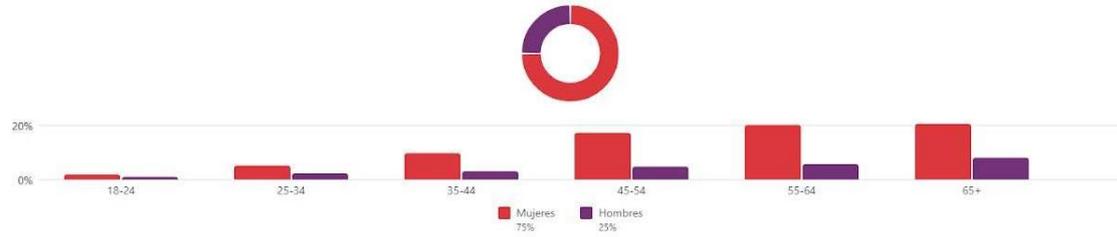
Tamaño de público estimado ⓘ

29.700.000 - 34.900.000

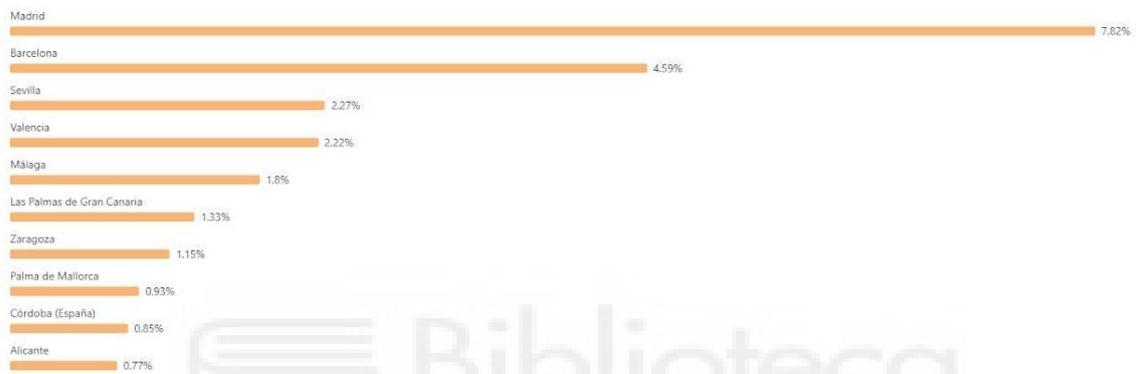
Personas en Facebook e Instagram de España y 2 filtros más seleccionados

Anunciar

Edad y sexo ⓘ



Principales ciudades



Principales países

Spain



8.2 Formulario entrevistas ONGs

Estas son todas las preguntas que se formularon durante las entrevistas realizadas a las ONGs y, concretamente, a Oxizonia.

HISTORIA Y TRAYECTORIA DE LA ONG
¿Qué es Oxizonia?
¿Desde cuándo está en funcionamiento vuestra organización?
¿Cuál fue el motivo que os llevó a empezar este gran proyecto?
¿A qué sector o a quiénes queréis ayudar?
¿Qué acciones encaminasteis para dar inicio?
¿Cómo habéis crecido con el paso de los años?
¿El tipo de acciones que realiza la ONG van dirigidas a los países más afectados o se centran en solucionar problemas ambientales de la provincia de Alicante?
¿Se creó con iniciativa privada o pública?
¿Dónde debe inscribirse una asociación sin ánimo de lucro?
¿Qué iniciativas os han permitido la consecución de financiación?
¿Qué objetivos os quedan por cumplir? ¿Cómo imagináis la organización a largo plazo?

BASE ORGANIZATIVA Y ORGANIGRAMA (Departamentos)
¿Cuál es la estructura de vuestra ONG? ¿Qué departamentos se distinguen? ¿Por cuántos miembros está formado cada uno?
¿Qué función realiza cada uno de los departamentos?
¿Qué grupos u empresas se han adherido a la asociación? ¿Son todos de la provincia?
¿Se han unido alguna vez con otras ONG para llevar a cabo cualquier tipo de actividad o campaña publicitaria? ¿Con qué asociación? ¿Cuál fue el resultado? ¿Lo volverían a repetir?
¿Cuántas personas colaboran directamente en este proyecto?

RELACIÓN CON EL PÚBLICO
¿A qué grupos sociales deberían dirigirse nuestros mensajes de manera prioritaria?
¿Cuál es para ti nuestro público objetivo?
¿Qué se quiere ofrecer al público desde la ONG? ¿Qué imagen quieren transmitir al mundo?
¿Cuáles son los principios éticos de la ONG?
¿Cómo se aseguran de que su organización y su trabajo sean transparentes y responsables?

COMUNICACIÓN
¿Cómo os comunicáis entre vosotros internamente? Organizadores, voluntarios, etc
¿Cuáles son los canales de comunicación que utiliza la ONG para llegar a su público objetivo?
¿Qué estrategias utilizan para mantenerse en contacto con ellos?
¿Qué medios utilizasteis al principio de la creación de la organización para llegar a las personas?
¿Siguen siendo los mismos a día de hoy? ¿Funcionaron/funcionan?
¿Consideráis que son los mejores medios?
¿Os gustaría añadir algún otro medio de comunicación?
¿Cómo se financia la comunicación de tu ONG? ¿Contáis con un presupuesto específico para actividades de comunicación y relaciones públicas?
¿Cuáles son las principales estrategias de comunicación que utiliza su organización para llegar a la sociedad?
¿Cómo se seleccionan y diseñan estas estrategias?
¿En vuestra ONG habéis definido los mensajes clave o relacionados con los objetivos a conseguir y que debéis hacer llegar a los voluntarios o a la sociedad en general?

REDES SOCIALES

¿Cómo de importante veis el hecho de mantener una buena comunicación en RRSS con la sociedad?

¿Disponéis de un especialista/voluntario en comunicación que ya está asignado a su tarea de promoción de la ONG? ¿O son los propios voluntarios quienes llevan las redes?

¿Generáis en la ONG información periódica y novedosa para publicar, de interés para los medios de comunicación social o para los voluntarios?

¿Consideras que transmitís esos mensajes de manera llamativa, interesante y de fácil comprensión? ¿O son mensajes muy concretos sobre el medio ambiente que si no tienes un mínimo conocimiento no los entiendes?

¿Qué planificación hay detrás de cada publicación?

¿Utilizáis una red social u otra teniendo en cuenta el mensaje que queréis transmitir y a qué público va dirigido o no lo tenéis en cuenta?

¿Cada cuánto publicáis? ¿Estáis activos? ¿Haceis por generar interacción con los usuarios?

¿Qué tipo de contenido publicáis en vuestros canales de comunicación? ¿Cómo definís qué contenido es relevante para vuestra audiencia?

¿Consideráis que es contenido de calidad? ¿Cuál es el que más triunfa?

¿Recurre la ONG a la creación y promoción de contenidos multimedia, como videos, infografías y podcasts, para difundir su mensaje?

¿Hacéis campañas en redes? ¿Cuál es el presupuesto disponible para la estrategia de comunicación de la ONG?

¿Cómo piensa la ONG mejorar su estrategia de comunicación en el futuro? ¿Tiene algún proyecto o iniciativa en mente?

¿Cómo mide su organización el impacto de sus estrategias de comunicación en la sociedad?
¿Utiliza algún tipo de herramienta o indicador para evaluar su efectividad?

¿Cómo ha crecido el número de seguidores de vuestros perfiles desde vuestros inicios en el mundo digital?

MEDIOS TRADICIONALES
¿A qué situación os enfrentasteis durante la pandemia? ¿Cómo seguisteis comunicados? ¿Realizasteis alguna campaña especial?
¿Cómo trabajáis con los medios de comunicación y los periodistas para difundir información y sensibilizar a la población? ¿Cuál es vuestra relación con ellos?
¿Qué estáis haciendo para que la organización salga en la televisión, en los periódicos o en la radio? (medios tradicionales) ¿Subís vuestras apariciones en los medios a la web?
¿Habéis probado la publicidad exterior, o en marquesinas y mobiliario urbano?
¿Qué dificultades o barreras enfrenta la organización en su comunicación con la sociedad?
¿Difundís tarjetas de visita, cartelería, folletos informativos, etc sobre la ONG?
¿Qué acciones comunicativas realizáis para estar en contacto de manera presencial con los públicos? ¿Realizáis eventos, congresos, jornadas, comidas...?
¿Cómo informáis al público de estas acciones?

COMUNICACIÓN Y MEDIO AMBIENTE
¿Podría hablarnos sobre los proyectos de educación ambiental que lleva a cabo Oxizonia? ¿Cómo se promocionan estos proyectos y cómo se miden sus resultados?
¿Han trabajado con influencers o líderes de opinión para aumentar la conciencia sobre sus proyectos y el medio ambiente? ¿Cuál ha sido el impacto de estas colaboraciones?
¿Cómo surgió la idea de hacer un documental en el Amazonas con Arturo Valls? ¿Cuál fue su objetivo principal con el documental?
¿Cómo se ha promocionado el documental y cuál ha sido su recepción por parte de la audiencia? ¿Tienen alguna métrica o indicador de éxito para medir el impacto del documental?
¿Cómo han utilizado el contenido del documental en su estrategia de comunicación y marketing?
¿Han trabajado con otros influencers o celebridades en el pasado? ¿Cómo ha sido su experiencia en colaborar con ellos y cuál ha sido el impacto de estas colaboraciones en su mensaje y proyectos?
¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta la ONG al tratar de concienciar a la sociedad sobre los problemas ambientales y cómo los aborda?

¿Cómo usáis los medios de comunicación para inspirar y motivar a la sociedad a tomar medidas concretas para proteger el medio ambiente?
¿Cómo os adaptáis a los cambios en los medios de comunicación y tecnologías emergentes para que se mantenga relevante y efectiva en la concienciación sobre el medio ambiente?
¿Crees que con una comunicación más efectiva por parte de las ONG se podría llegar a un público mayor? ¿Tenéis esto presente en vuestra ONG o las RRSS son algo adicional a vuestra labor?
¿Sentís que cada vez son más los jóvenes que os ven en rrss y deciden dar el paso y colaborar?

EDUCACIÓN AMBIENTAL
¿Cómo utiliza Oxizonia la comunicación para educar y concienciar a la gente sobre los problemas ambientales y la importancia de la conservación del medio ambiente?
¿Crees que la ONG mantiene una narrativa positiva en su comunicación sobre el medio ambiente, en lugar de centrarse solo en los problemas y desafíos?
¿Crees que la sociedad está lo suficientemente concienciada con la situación medioambiental del planeta?
¿Por qué es importante que los niños aprendan sobre el medio ambiente y la conservación desde temprana edad?
¿Cómo puede esta educación impactar en el comportamiento y las decisiones de los niños en el futuro?
¿Cómo se involucra a los niños en la comunicación sobre la educación ambiental y la conservación del medio ambiente?
¿Cómo se les anima a participar en la difusión de estos mensajes y a ser activistas ambientales?

SELVA AMAZÓNICA
¿Cómo describiría Oxizonia la situación ambiental de la selva amazónica actualmente?
¿Cuáles son los principales desafíos y amenazas que enfrenta la selva y su biodiversidad?
¿Por qué decidió Oxizonia colaborar en la ayuda de la selva amazónica?
¿Cuáles son los objetivos específicos de la organización en este ámbito?

¿Cuál es la experiencia de Oxizonia en la ayuda a la selva amazónica?
¿Cuáles han sido los logros y desafíos de la organización en este ámbito?
¿Qué estrategias y acciones está implementando Oxizonia para ayudar a la selva amazónica?
¿Cómo se aseguran de que estas acciones sean efectivas y sostenibles?
¿Cómo se relaciona la ayuda a la selva amazónica con la educación ambiental? ¿Cómo utilizan estas iniciativas para educar a las personas sobre la importancia de la conservación del medio ambiente y la biodiversidad?
¿Cuál es el papel de la comunicación en la ayuda a la selva amazónica? ¿Cómo utiliza Oxizonia la comunicación para difundir información sobre la situación ambiental de la selva y la importancia de su conservación?
¿Qué es el bosque cojebro?
¿Cuál es la visión a largo plazo de Oxizonia para la conservación del medio ambiente y la educación ambiental?
¿Cómo espera que la organización contribuya a la protección del planeta y cómo se está trabajando para lograr esta visión? ¿Cómo os gustaría veros en un futuro?

Enlace entrevistas:

https://drive.google.com/drive/folders/13T1NHvETdv905--es6Y6fMHsgCUrv_Mh?usp=sharing

8.3 Formulario concienciación ambiental jóvenes (Medición)

ENCUESTA ESTUDIANTES

Nivel de concienciación con la problemática medioambiental de los estudiantes de los institutos que vayan a realizar la actividad del Escape Room.

DATOS PERSONALES:

- Nombre
- Edad
- Sexo
- Instituto
- Curso

MEDIO AMBIENTE
¿Te consideras una persona concienciada con el medio ambiente?
¿Crees que la acción individual es importante para proteger el medio ambiente? ¿Y la colectiva?
¿Estás al tanto de las últimas noticias de las principales problemáticas medioambientales a nivel mundial?
¿Cuál es el impacto ambiental más importante que más te preocupa actualmente?
¿Has participado en alguna iniciativa medioambiental (ejemplo: reforestación, limpieza de playas, etc.) en el último mes? ¿Y en el último año?
¿Estás informado sobre la gestión de residuos en Alicante?
¿Crees que la contaminación atmosférica y el ruido que produce el tráfico es el problema medioambiental más importante en la provincia de Alicante?
¿Qué piensas sobre la importancia de las energías renovables como alternativa a los combustibles fósiles?
¿Estás al tanto de las leyes y regulaciones ambientales que se aplican en España?

HÁBITOS
¿Alguna vez te has parado a pensar en el impacto ambiental de tus hábitos diarios?
¿Tomas medidas personales para reducir tu impacto en el medio ambiente? Si es así. ¿Cuáles?
¿Reciclas regularmente?
¿Sueles utilizar bolsas de plástico en tus compras?
¿Has reducido tu consumo de plástico en los últimos años?
¿Eres consciente de la cantidad de agua que utilizas a diario?
¿Sueles dejar el grifo abierto mientras te cepillas los dientes o te lavas las manos?
¿Sueles dejar los aparatos electrónicos enchufados cuando no los estás utilizando? (Ej: Cargador del móvil...)

¿Estás al tanto de la cantidad de energía que se consume en el hogar y su impacto en el medio ambiente?
¿Utilizas productos de limpieza ecológicos en tu hogar?
¿Utilizas ropa de segunda mano en vez de comprarla en una gran tienda?
¿Estás familiarizado con las prácticas de agricultura sostenible?
¿Estarías dispuesto/a a pagar más por productos amigables con el medio ambiente?
¿Sueles utilizar el coche como medio de transporte para desplazarte a lugares cercanos?
¿Qué medios de transporte sostenibles utilizas en tu día a día? (respuesta múltiple: bicicleta, transporte público, caminar, compartir vehículos, otros)
Cuando compras un billete de avión, ¿te paras a pensar en la cantidad de emisiones de carbono que produce el vuelo y en su impacto en el medio ambiente?
¿Estarías dispuesto/a a cambiar tus hábitos alimenticios para reducir tu impacto ambiental?

ACTIVIDAD
¿Cuáles son las acciones que estás llevando a cabo para reducir tu impacto ambiental?
¿Crees que la mayoría de las personas están concienciadas sobre cómo sus acciones pueden afectar el medio ambiente y la salud humana?
¿Has oído hablar del término "huella de carbono" y sabes cómo calcular la tuya propia?
¿Te gustaría participar en actividades de voluntariado para ayudar a proteger el medio ambiente?
¿Te gustaría tener más información sobre cómo puedes colaborar en la protección del medio ambiente?
¿Conoces algún proyecto o iniciativa que esté haciendo un impacto positivo en el medio ambiente en la provincia de Alicante?
¿Crees que tu instituto debería implementar más medidas para reducir su impacto ambiental?
¿Estás dispuesto a cambiar algunos de tus hábitos para proteger el medio ambiente?

MEDIOS DE COMUNICACIÓN
¿Crees que la mayoría de las personas están suficientemente informadas sobre los problemas ambientales actuales?

¿Crees que la falta de información clara y precisa sobre los problemas ambientales afecta negativamente la conciencia de la sociedad en cuanto a la protección del medio ambiente?
¿Crees que los mensajes sobre el medio ambiente son demasiado complejos o técnicos para el público en general?
¿Crees que los mensajes sobre el medio ambiente no se transmiten de manera efectiva y clara?
¿Crees que las campañas de comunicación ambiental no son lo suficientemente visibles o accesibles para llegar a la mayoría de la población?
¿Te gustaría aprender más sobre cómo proteger el medio ambiente y reducir tu impacto ambiental?
¿Crees que los medios de comunicación y las redes sociales desempeñan un papel importante en la conciencia ambiental?
¿Cómo obtienes información sobre temas ambientales?

