

Cultura del cuidado del medio ambiente en la Sede Administrativa de GANA

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Periodista

Melissa Jaramillo Carvajal

Asesora:

Tatiana Betancur Jaramillo
Doctoranda en Comunicación

Corporación Universitaria Lasallista
Facultad de Ciencias Sociales y Educación
Comunicación y Periodismo
Caldas - Antioquia
2014

Contenido

Resumen	8
Palabras claves	8
Abstract.....	8
Keywords.....	8
Introducción	9
Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
Justificación.....	11
Impacto científico y tecnológico	12
Impacto social y económico.....	12
Marco Teórico	14
Comunicación corporativa	14
Comunicación externa	16
Comunicación interna	16
Campañas ambientales	17
Energía	20
Agua	20
Manejo de residuos	21
La empresa	23
Direccionamiento estratégico.....	23
Públicos Internos.....	25
Responsabilidad social empresarial	26
Encuesta.....	27
Resultados.....	27
Anteriores campañas	44
Estrategias, tácticas y tareas.....	46
Concepto comunicacional.....	52
Copy de la campaña:.....	52
Campaña de expectativa.....	52
Lanzamiento.....	53

Desarrollo.....	54
Momento 1 Campaña del cuidado del agua	54
Momento 2 Campaña Manejo de Residuos:	56
Momento 3 Campaña ahorro de energía:	58
Actividades.....	60
Visita lugares de trabajo Eco retos	60
Botón.....	62
Nombramiento de los pisos	63
Concepto gráfico	64
Presupuesto	73
Cronograma	73
Conclusiones y recomendaciones	75
Referencias.....	76
Apéndices.....	79

Lista de Gráficas

Gráfica 1: Cargos en la empresa	27
Gráfica 2: Edades de los empleados GANA.....	28
Gráfica 3: Género.....	28
Gráfica 4: Pantalla apagada al salir	29
Gráfica 5: Clasificación de desechos	30
Gráfica 6: Importancia de reciclar	30
Gráfica 7: Ahorro de agua	31
Gráfica 8: Importancia del medio ambiente	32
Gráfica 9: Reutilización del papel	32
Gráfica 10: Frecuencia de uso de vasos desechables.....	33
Gráfica 11: Depósito de papel higiénico	34
Gráfica 12: Cargadores conectados	34
Gráfica 13: Agua desperdiciada.....	35
Gráfica 14: Uso de vasos desechables	36
Gráfica 15: Uso de la impresora.....	36
Gráfica 16: Depósito del cristal	37
Gráfica 17: Depósito de pilas.....	38
Gráfica 18: Depósito de papel y cartón	38
Gráfica 19: Depósito de materia orgánica	39
Gráfica 20: Depósito plástico y metal.....	40
Gráfica 21: Depósito de medicamentos.....	40
Gráfica 22: Información por correo	41
Gráfica 23: Falta de prácticas de cuidado ambiental.....	42

Lista de Tablas

Tabla 1: Estrategias comunicacionales	46
Tabla 2: Retos ecológicos	47
Tabla 3: Piezas de apoyo.....	48
Tabla 4: Actividad de nombramiento por piso	49
Tabla 5: Campaña por la Intranet.....	49
Tabla 6: Visitas de capacitación.....	50
Tabla 7: Presupuesto	73

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Capacitación sobre el reciclaje.....	44
Ilustración 2: Capacitación reciclaje electrónico.....	45
Ilustración 3: Ecar-d encuesta	64
Ilustración 4: Banner encuesta	64
Ilustración 5: Copy de la campaña	65
Ilustración 6: Banner 1 Campaña de expectativa.....	65
Ilustración 7: Banner 2 Campaña de expectativa	66
Ilustración 8: Banner 3 Campaña de expectativa	66
Ilustración 9: Banner 4 Campaña de expectativa.....	67
Ilustración 10: Banner 5 Campaña de expectativa	67
Ilustración 11: Fondo de escritorio Campaña de expectativa.....	68
Ilustración 12: Lanzamiento.....	68
Ilustración 13: Momento 1 fondo de escritorio campaña agua	69
Ilustración 14: Momento 1 banner 1 campaña agua.....	69
Ilustración 15: Momento 1 noticia 1 campaña agua	70
Ilustración 16: Momento 2 banner 4 campaña residuos.....	70
Ilustración 17: Momento 2 Noticia 4 campaña residuos.....	71
Ilustración 18: Momento 3 banner 2 campaña energía	72
Ilustración 19: Momento 3 noticia 2 campaña energía	72
Ilustración 20: Cronograma enero.....	74
Ilustración 21: Cronograma febrero.....	74
Ilustración 22: Cronograma indicador.....	75

Lista de Apéndices

Apéndice A. Encuesta medio ambiente.....79

Resumen

Las organizaciones hoy en día deben ser responsables ambientalmente, por ello nace la iniciativa de crear una campaña de cultura del cuidado del medio ambiente empezando en la sede administrativa de Réditos Empresariales S.A. Más conocido como GANA, contribuyendo al planeta con estrategias concretas implementadas a todas las personas para que ellos sean quienes motiven en sus hogares buenas prácticas de cuidado ambiental y generar buenos hábitos ecológicos con los recursos del agua y la energía y un responsable manejo de los desechos.

Palabras claves

Cultura, Medio ambiente, agua, energía, manejo de residuos, campaña, comunicaciones internas.

Abstract

Organizations today must be environmentally responsible, for it is born inactivity create a campaign culture of environment care starting at the administrative headquarters of Réditos Empresariales S.A Better known as GANA, contributing to the planet with concrete strategies implemented to all people so that they are who motivate their homes best practice environmental stewardship and generate good ecological habits water resources and energy and responsible waste management.

Keywords

Culture , Environment , water, energy , waste management , campaign, internal communications.

Introducción

A los profesionales de la comunicación organizacional no les ha sido fácil construir credibilidad de su labor y posicionarse en las empresas como ente fundamental en el funcionamiento de la misma.

En Colombia son muchos los teóricos que han luchado en demostrar la importancia de manejar una comunicación efectiva en un ámbito laboral. Este proceso fundamental para la empresa ha tomado cada vez más fuerza en las compañías.

La importancia de la comunicación organizacional se encuentra inmersa en todas las actividades que se pueden realizar en una empresa, agregando que es la forma más efectiva de mantener conectados e involucrados a todos los empleados con la compañía.

Para los líderes en una empresa debe ser fundamental la comunicación, porque solo con ella, las funciones de planificación y organización pueden cobrar cuerpo, llevando a resultados concretos y a metas cumplidas.

Por ello este es el proceso perfecto para implementar planes de acciones en una compañía. Las comunicaciones pueden crear, mantener y mejorar una cultura organizacional, logrando que la empresa tenga una personalidad, sea reconocida entre sus empleados por sus creencias, experiencias y valores. Haciéndola diferente y única ante las demás, esto ayuda a que las personas quieran a la empresa, se sientan identificadas según su objeto y fin de cultura.

Objetivos

Objetivo General

Generar una cultura organizacional en los empleados de GANA orientada al cuidado del agua, energía y manejo del reciclaje.

Objetivos Específicos

- Identificar el conocimiento que tiene el personal administrativo GANA sobre el medio ambiente y las prácticas para el cuidado de él.
- Educar a todo el personal de la Sede Administrativa GANA en el manejo de residuos sólidos y uso del agua.
- Generar hábitos de ahorro de energía, con los aparatos electrónicos de la Sede Administrativa.
- Mejorar las técnicas de cuidado del medio ambiente que son utilizadas en GANA

Justificación

Réditos Empresariales S.A., más conocido como GANA es una organización privada, que cuenta con alrededor de 500 empleados en la sede administrativa. Hace presencia en los 125 municipios de Antioquia a través de GANA servicios, Sitios de Venta, Colocadores Independientes y Tenderos, que comercializan los productos y servicios que ofrece la empresa.

GANA dejó de ser una empresa de chance y se ha convertido en una gran red transaccional que da soluciones al paso de los antioqueños y a sus 8 años de constitución ya tiene un promedio de 13.000 personas que hacen parte de una de las organizaciones más grandes de Antioquia.

El área de comunicaciones se encuentra dividida en externa que se encarga de todo lo relacionado con el mercadeo y clientes, mientras que la interna se enfoca principalmente en el empleado, es el encargado de implementar campañas de mejoramiento para la organización e impactar los clientes internos que son todos los colaboradores de la empresa.

Desde comunicaciones internas se han desarrollado múltiples campañas con excelente respuesta, aunque hasta el momento no ha habido ninguno que tenga como objetivo el cuidado del medio ambiente, se han celebrado el día de la tierra, el del reciclaje, etc. Pero no se ha realizado una campaña como tal para crear cultura acerca de este tema.

Este tipo de temas se han hablado mucho entre otros procesos para desarrollar un despliegue completo de educación a los empleados, porque la empresa cuenta con los implementos para realizar esta actividad, pero las personas aún no tiene conciencia o se encuentran desinformados acerca de este tema.

Por esto, comunicaciones internas es el área indicada para implementar una cultura de cuidado del medio ambiente, mediante múltiples estrategias que lleven a alcanzar los objetivos propuestos para esta, que comprendan un despliegue de medios, educación y estímulos con concursos para que este tema se implemente en la Organización de manera más creativa.

Impacto científico y tecnológico

Este trabajo se desarrollará con base a las anteriores campañas implementadas en la Sede administrativa, con un despliegue en todos los medios de comunicación existente en la empresa, para la difusión de mensajes.

Se utilizará la intranet como medio de comunicación más utilizado por todos los empleados de GANA donde a través de banners enlazados a noticias, se pueden montar artículos de interés y llamativos que incentiven al cuidado del medio ambiente, que aunque la campaña no estará dirigido a las asesoras comerciales también podrán conocer y aprender los cuidados y manejos que se deben tener con los recursos naturales y desechos.

Los correos, carteleras y una educación dirigida especialmente por procesos ayudara a que los temas tratados se entiendan y aprendan a reciclar, a cuidar el agua y ahorrar energía. Esto hará que se logre respuesta activa por parte de los empleados en las actividades que se realicen durante la campaña.

Impacto social y económico

GANA se caracteriza por ser una empresa socialmente responsable y que este tipo de temas no pueden ser ajenos a la cotidianidad, tener los recursos y que no sean bien

administrados es algo que económicamente a la empresa no le está siendo beneficioso, no solo a nivel de dinero sino de respeto hacia el planeta.

Por otro lado, este tipo de campañas ayudan a que la organización pueda empezar a ganar más de lo que piensa, puede ahorrar agua y energía comercializando el material reciclable, para obtener materia prima de muy buena calidad y con costos muchos más bajos.

Por esto, manejar de manera correcta los recursos naturales y los desechos le trae múltiples beneficios a la empresa, no solo a cuidar el lugar donde se vive, y ahorrar costos a la empresa, sino crear una cultura social que luego los mismos empleados la aplicarán en sus hogares, generar empleos y se puede crear recursos para instituciones de beneficio social.

Marco Teórico

La comunicación hoy en día es el valor agregado para cualquier compañía, ha demostrado que es de gran importancia contar con un buen departamento de comunicaciones que promueva las buenas relaciones e información entre todos los empleados de una organización. “Esforzarse por conocer y unificar la cultura organizacional, ofrecer los recursos necesarios a los empleados para que realicen satisfactoriamente su trabajo, motivarlos hacerlo con ánimo, gusto y responsabilidad son algunos aspectos que deben ser una prioridad para los directivos de una empresa” (Sandoval, 2004)

Las comunicaciones han dejado de ser una tendencia pasajera, caprichos, por el contrario ya se han vuelto necesidades identificadas en las empresas, que solo pueden ser resueltas por expertos comunicólogos. Esto ha hecho que en las organizaciones se creen departamentos de bien establecidos y divididos en funciones específicas.

Comunicación corporativa

"Sin comunicación no hay trabajo en equipo, ni es posible ejercer el liderazgo, tampoco hay atención de clientes o público, ni relaciones humanas hacia dentro o fuera de la empresa. Eso en lo laboral, qué decir de lo individual, sin comunicación no hay autoestima, familia, autocontrol, ni desarrollo personal".
(Ayón, 2006)

Todo lo que las personas hacen a diario va acompañado de la comunicación, y a medida que las acciones se vuelven complejas la comunicación evoluciona de manera positiva para generar nuevas alternativas de transmisión de mensajes, de interacción y respuesta. Por ello, "La

comunicación propicia la coordinación de actividades entre los individuos que participan en las mismas, y posibilita el alcance de metas fijas." (Ayón, 2006)

Antonio Lucas Marín dice que la comunicación permite “discutir experiencias críticas y desarrollar información relevante, la cual desmitifica actividades, facilita los intentos de alcanzar tanto las metas individuales como las de la organización, al posibilitar la interpretación de los cambios y, en último lugar, animándoles a coordinar la satisfacción de sus necesidades personales con el cumplimiento de sus responsabilidades específicas con la organización, siempre cambiantes.”(Aguilar, González y Méndez, 2013)

La capacidad de relacionarnos entre todos los seres humanos es una cualidad que se llama comunicación y es vital para cualquier procedimiento que se quiera llevar a cabo en la vida cotidiana de una persona. Por ello la comunicación corporativa están esencial, teniendo en cuenta que debe “ser dinámica, planificada y concreta, constituyéndose en una herramienta de dirección u orientación sinérgica, basada en una retroalimentación constante.” (Castaño, s.f)

La retroalimentación o feed back es súper importante a la hora de mantener comunicación entre los empleados de una organización, la información no puede ir a un solo sentido, como emisor a receptor, debe tener respuesta, porque esas respuestas hacen que la empresa se nutra y mejore sus procesos comunicativos, fallas que quizá no se perciban y que el principal público tiene identificadas, agregándole que puede servir como medida de impacto de los mensajes en la población.

La comunicación corporativa la podemos dividir en interna y externa, “pero antes es necesario saber quiénes somos y qué hacemos, es decir, definir la *cultura* y la *filosofía de la organización* que engloba sus valores, actitudes, creencias y experiencias.”(Utrilla, Sf)

Todo esto permite que a la hora de realizar las estrategias de comunicación para cada uno de los públicos, la organización sea más efectiva, porque ya se tendrán claros las actitudes, valores y comportamientos que se tienen para cada uno de los campos de la empresa.

Comunicación externa

Esta siempre se ha encontrado dirigida a los públicos externos de cada empresa, incluyendo medios de comunicación para expandir el eco de la información suministrada, teniendo como objetivos tres ejes fundamentales la identidad corporativa, la imagen percibida actualmente y cómo es la imagen ideal de la institución.

Aunque la comunicación externa maneja las relaciones con los públicos, no quiere decir que se limita a ser relaciones públicas, “Es el conjunto de actos de comunicación con los stakeholders (públicos interesados o grupos de interés) externos y, de modo global, con la comunidad en la que está inmersa la organización para que los públicos asocien los rasgos identitarios reales a una reputación positiva” (Granados, 2012)

Comunicación interna

Lidera todos los procesos comunicativos que se establecen y desarrollan en el interior de una organización, mediante mensajes que circulan entre los empleados internos, estableciendo buenas relaciones laborales entre todos los procesos que comprende la empresa, son encargados de generar el ambiente agradable entre todos y mantener los canales de comunicación interna bien identificados y con excelente funcionamiento y actualización.

“El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para crear y mantener buenas relaciones con y entre los miembros; utilizando diferentes medios de comunicación que

los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales.” (Carretón, 2009)

En el libro “La comunicación efectiva” de Carlos Julio Báez (s.f) habla de que la comunicación interna se divide en ascendente y descendente, “La comunicación descendente debe proporcionar a los empleados de la institución un conocimiento de la organización, mientras que la ascendente se propone a que los miembros de la institución participen y colaboren activamente de la institución u organización”

Campañas ambientales

Las campañas sociales no son algo de la actualidad, anteriormente se utilizaba este método para liberar los esclavos, otorgarle el derecho al voto a las mujeres, contra el trabajo infantil, y se podría seguir mencionando momentos en la historia que se ha utilizado el marketing social para cambiar conductas. (Kotler, 1992)

Esto se ha usado para promover en las empresas el cuidado del medio ambiente “La educación ambiental es un proceso permanente en el cual los individuos las comunidades adquieren conciencia de su medio y aprenden los conocimientos, los valores, las destrezas, la experiencia y también la determinación que les capacite para actuar, individual y colectivamente, en la resolución de los problemas ambientales presentes y futuros.(Donoso y Clemente, s.f)

La industria ha traído consecuencias graves al planeta y las empresas no veían necesario crear e implantar cultura del cuidado ambiental en las prácticas de su actividad. “En este sentido se ha pasado progresivamente de una concepción de la empresa en la que la inversión en

prevención del deterioro medioambiental era sinónimo de «pérdidas económicas» a una visión más sensibilizada en la que al abordaje de los temas ecológicos se incluyen ya en los planes de actuación trazados para el diseño y funcionamiento de la actividad empresarial.” (Donoso y Clemente, s.f)

La presión de las personas y los activistas ambientales han hecho que las empresas sientan la obligación de volverse responsables con el medio ambiente “La empresa ha de concienciarse de que no sólo genera bienes y empleo, también consume recursos naturales y genera contaminación y residuos.” (Donoso y Clemente, s.f)

“El interés por la responsabilidad social de las empresas ha crecido de forma extraordinaria durante los últimos años en la mayor parte de los países desarrollados.”(López, 2002) Son los principales sectores que debe llegar esta iniciativa cultural, empresas que por años han logrado reputación, pero también han conseguido destruir los recursos naturales.

Claro está que no es solo por el hecho de darle algo al planeta a cambio de lo que le quitan, es todo por reputación empresarial, “En este contexto, los sistemas de gestión ambiental son herramientas de ventajas competitiva que responden a la creciente presión pública, de los empleados y del resto de los afectados por la actividad de la empresa.”(López, 2002)

Green Marketing & Consulting diseñó campañas especiales para empresas llamada “ponte la camisa verde, desea promover la eco-eficiencia entre sus colaboradores en 4 aspectos: agua, emisiones por transporte, disposición de residuos y energía. El comportamiento ambiental de su personal es clave en la construcción de una imagen corporativa respetuosa con el medio ambiente.”(B- Green, s.f)

Empresas que se han sumado a la gestión de cuidado del medio ambiente es Cine Colombia “Esta iniciativa, que se implementa desde finales de 2009, pretende ayudar al cuidado del planeta por medio de tres acciones concretas: clasificar, reciclar y reutilizar los residuos.

Para ejecutar estas actividades, Cineco Ecológico acudirá a cuatro grupos claves con los que tiene contacto permanente: 13 millones de espectadores anuales, 1.000 empleados, proveedores y centros comerciales.” (Vergara, 2010)

Es un proyecto para transformar hábitos y avanzar a la comprensión de cuan importantes son políticas públicas claras de adaptación al cambio climático para disminuir la vulnerabilidad de las poblaciones. También queremos sensibilizar al sector productivo e industrial urbano y agropecuario sobre su responsabilidad en el cambio climático. Enamórate de tu planeta campaña de Carrefour y Caracol Radios. (PNUD, 2009)

La empresa Ecolombiano es la guía para que las empresas tengan negocios sostenibles pero amigables con el ambiente al mismo tiempo “En un momento en el que el mercado y sus exigencias crecen vertiginosamente, al mismo tiempo que se vive una crisis ambiental, económica y social a nivel mundial, cada vez más empresas han visto la necesidad de cambiar sus estrategias y estructuras para poder sobrellevar la situación actual y la futura” (Ecolombiano, 2011)

HP ha sido una de las ganadoras en los Green Comm Awards México dado que contribuye a través de su tecnología a la reducción del daño al medio ambiente y el calentamiento global. Su mayor mérito radica en la creación del programa “Crea-bosques” que involucra a niños y profesores para reforzar la educación ambiental, imponiendo valores de respeto y cuidado por el ecosistema. (Green Peace, s.f)

No yendo muy lejos, la empresa ISAGEN tiene una sede empresarial que demuestra el compromiso ambiental y un sistema de gestión del cuidado del medio ambiente bien establecido “Cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) con el cual se identifica, evalúa, previene,

controla, mitiga y compensa los impactos ambientales de las actividades, productos y servicios asociados a la generación de energía y permite el cumplimiento de los requisitos legales aplicables y otros compromisos que la Compañía suscriba.” (ISAGEN, s.f)

Energía

“La utilización, cada vez mayor de aparatos electrónicos supone un aumento importante de gases de efecto invernadero” (Deloitte, 2013)

Las empresas han tenido que implementar estrategias para contrarrestar los efectos tanto económicos como ambientales que trae el uso indiscriminado de energía. Según el Manual de buenas prácticas ambientales, el implantar buenas prácticas a la hora de consumir energía, la empresa se puede estar ahorrando el 50% del consumo que tienen normalmente.

Hay lugares específicos en las empresas los cuales pueden ahorrar altamente el consumo de energía, aplicando buenas prácticas y una cultura de cuidado en las empresas “Equipos Ofimáticos, la climatización y la iluminación” (FUNDESA, 2010)

Agua

Es el recurso natural que necesitan todas las personas para sobrevivir, y es el más desperdiciado de todos, “el agua es un recurso que es considerado como renovable, pero debido a su desigual reparto, en muchas partes del país (y del planeta) es un recurso muy escaso” (Línea verde, s.f)

En las empresas se produce un gran consumo del agua, principalmente por parte de los servicios sanitarios, “Instalar en la medida de lo posible, elementos ahorradores de agua. En

todas las actividades, evitar el derroche y la mala utilización del agua” (Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza, s.f)

La dirección del Senado de la República en su Manual de Buenas Prácticas Ambientales Versión 2 aconseja “Capacitar y comprometer al personal a manipular de buena manera estos recursos en las empresas” (Senado de la República de Colombia, 2011), así las empresas se vuelven responsables con el ambiente y un ejemplo para visitantes y otras empresas.

Manejo de residuos

Si se sigue mirando en que más aspectos las empresas pueden ser responsables con el ambiente son con los residuos que se generan en el qué hacer diario de las organizaciones. “Un residuo sólido se define como cualquier objeto o material de desecho que se produce tras la fabricación, transformación o utilización de bienes de consumo y que se abandona después de ser utilizado. Estos residuos sólidos son susceptibles o no de aprovechamiento o transformación para darle otra utilidad o uso directo” (Corantioquia, s.f)

“Si las posibilidades lo permiten se deben separar los residuos en su lugar de origen, esto es, en el momento en que se generen, depositándolos en los diferentes contenedores habilitados al efecto y separándolos correctamente, según tipos o características de los residuos producidos.”(Senado de Colombia, 2011)

Todos los residuos producidos a diario por las personas tienen diferentes características que deben ser separados en sitios diferentes para poder aprovechar elementos para futuro y que no sean dañados por otros elementos, donde al final todo simplemente se vuelva basura.

Por ellos una buena gestión ambiental consta de “Es el conjunto de operaciones y disposiciones encaminadas a dar a los residuos producidos el destino más adecuado desde el

punto de vista ambiental, de acuerdo con sus características, volumen, procedencia, costos, tratamiento, posibilidades de recuperación, aprovechamiento, comercialización y disposición final.”(Corantioquia, s.f)

La empresa

GANA nació legalmente el 19 de abril de 2006, integrando a todos los empresarios de apuestas del departamento de Antioquia en una sola organización, con el objetivo de competir con el mercado actual, donde la globalización se toma el mundo y la tecnología hacia más activa la operación del negocio.

Actualmente cuenta con un amplio portafolio de productos y servicios que se comercializan en línea y en tiempo real, entre los cuales se encuentra la operación única de juegos de suerte y azar en el departamento, entre otros servicios.

Está presente en los 125 municipios de Antioquia y la principal ventaja competitiva se encuentra en el soporte tecnológico que da gran capilaridad y les permite llegar a los rincones más apartados.

Con una amplia red de GANA Servicios, sitios de venta y un equipo humano conformado por más de 9000 colocadores independientes, está con las comunidades en las diferentes subregiones para brindarles comodidad y acercarlas a sus deseos.

Como parte de la responsabilidad social, GANA fomenta el juego legal en el departamento, es decir, aquel que se realiza de manera sistematizada.

Direccionamiento estratégico

La empresa tiene un norte que seguir, el cual está representado en el direccionamiento estratégico. La siguiente información está consolidada en el sitio web oficial de GANA, siendo este la referencia teórica.

Misión

Facilitamos a nuestros clientes el acceso a una oferta integrada de productos generando bienestar e inclusión social.

Visión 2017

Consolidarnos como un grupo empresarial rentable y competitivo con presencia nacional e internacional.

Valores institucionales

Actitud de servicio: Es resolver una necesidad, solicitud o expectativa del cliente. La actitud de servicio enmarca la colaboración permanente hacia los demás, buscando contribuir en hacer más placentera la vida del otro.

Honestidad: Comportamientos que denotan respeto por la verdad, confianza, coherencia y sinceridad en el pensar y el actuar, donde es clara la diferencia entre lo mío y lo del otro.

Cooperación: Consiste en sumar fuerzas y capacidades para alcanzar el éxito propio u Organizacional, dando de si lo mejor para el bien de todos.

Innovación: Es proponer ideas mediante la disciplina estratégica de la organización, que facilite o mejore las actividades que realizamos logrando alcanzar un proceso o sistema mejorado.

Públicos Internos

Asesoras comerciales

Son quienes están en interacción constante con el cliente, se encargan de dar soluciones a las necesidades los clientes, ofreciendo los productos y servicios que tiene GANA S.A, resaltando uno de los valores corporativos que es la actitud de servicio frente al usuario.

Colocadores independientes

Son comisionistas, vendedores móviles que se encuentran en todo el departamento de Antioquia, vendiendo los productos y servicios de GANA, hacen parte de la fuerza de ventas de la organización, aunque no trabajen en SV (sitios de venta) específico ni en GANA servicios.

Personal administrativo

Están divididos por procesos que le apuntan a metas diferentes, todas en pro del crecimiento de la organización, creando proyectos que ayuden al crecimiento de la marca y el posicionamiento, en creación de nuevos servicios y productos. Aunque ellos no le dan la cara al cliente, son los que facilitan buenos puntos de ventas, comunicaciones, capacitaciones del personal y fortaleciendo la calidad para cada uno de los usuarios.

Accionistas

Todos los proyectos para su aprobación son enviados a la junta de accionistas, la cual está compuesta por solo por algunos representantes, pero son ellos quienes dan la aprobación para continuar con la gestión y la estrategia presentada.

Responsabilidad social empresarial

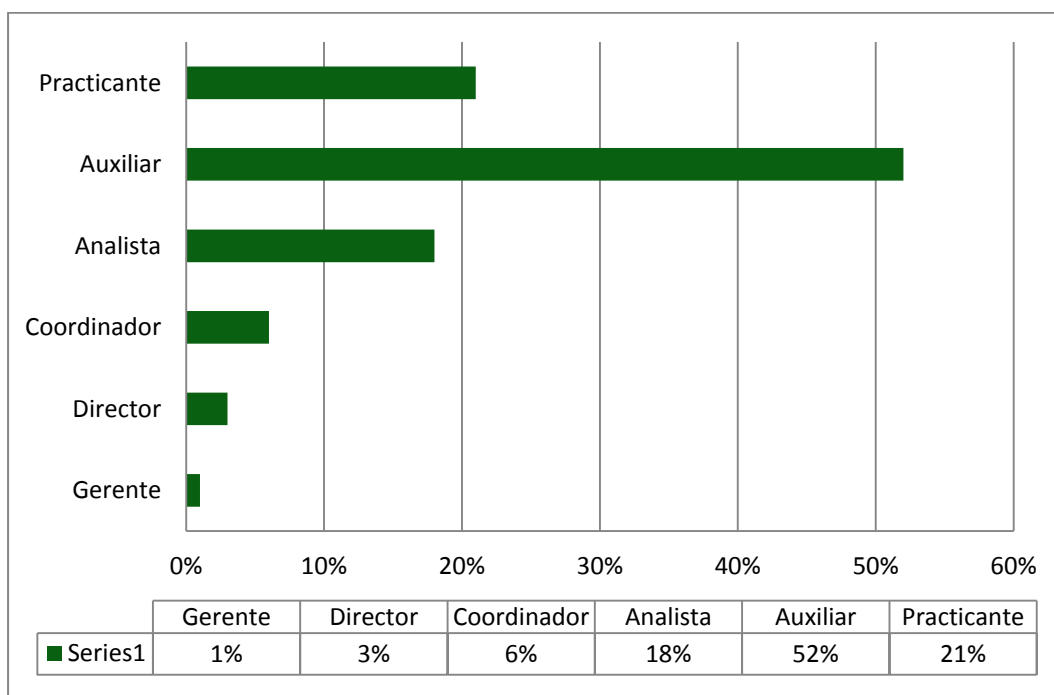
GANA contribuye de manera activa y voluntaria al mejoramiento social y económico en búsqueda de aportar al Desarrollo Sostenible, es decir, en favor del equilibrio entre el crecimiento económico, bienestar social y el aprovechamiento de los recursos. Este equilibrio es vital para la operación de los negocios. Las empresas deben pasar a formar parte activa de la solución de los retos que tenemos como sociedad, por su propio interés de tener un entorno más estable y próspero. (GANA. SF)

Encuesta

Se Realizó una encuesta a todo el personal de la sede principal de GANA, incluyendo practicantes, se hizo mediante Google doc, porque se era más rápido y efectiva la realización de tablas y se envió por correo electrónico a todos los empleados de la sede.

Resultados

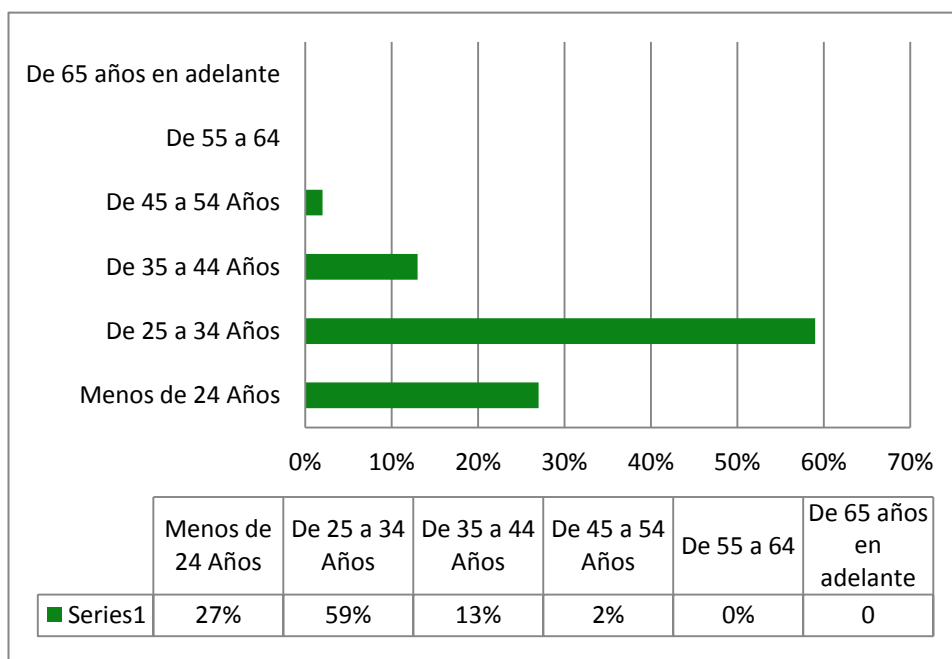
Gráfica 1: Cargos en la empresa



Análisis

Se tuvo una gran participación por parte de los auxiliares de los procesos de la organización y seguido por los practicantes. Cargos que son los más números en la empresa.

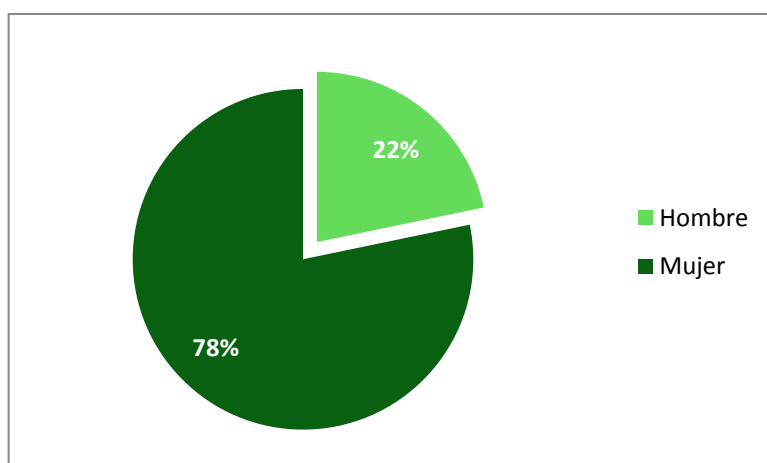
Gráfica 2: Edades de los empleados GANA



Análisis

Las personas entre los 25 y 34 años fueron las que más participaron de la encuesta, mostrando que GANA tiene un personal muy joven realizando los procesos de la compañía.

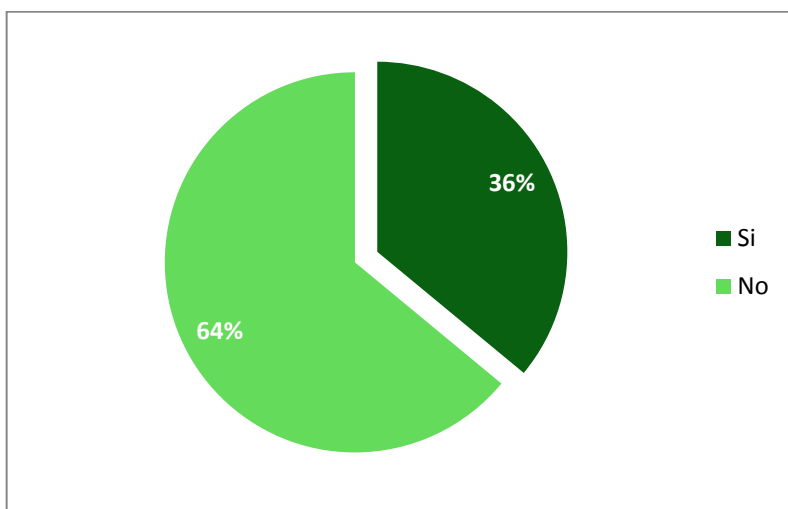
Gráfica 3: Género



Análisis

La población de GANA está conformada por mas hombre que mujeres, con una participación de un 78%.

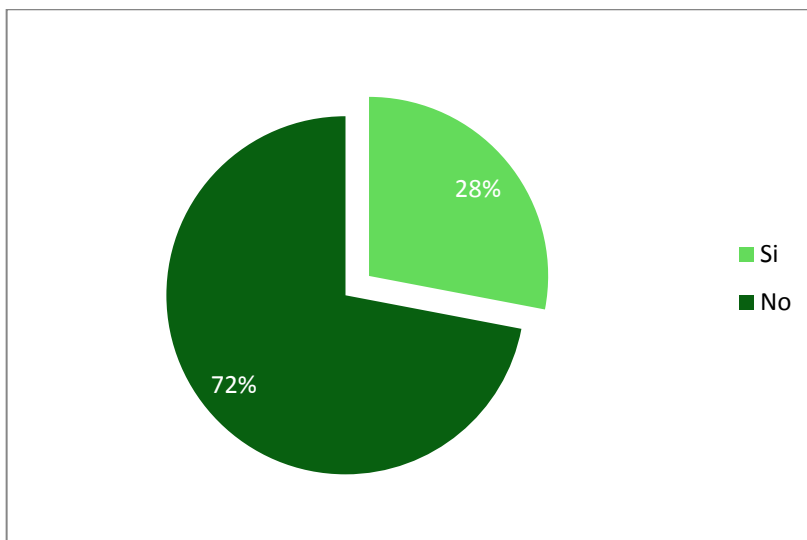
Gráfica 4: Pantalla apagada al salir



Análisis

El 64% de las personas no ponen a hibernar sus computadores cuando salen de la oficina, haciendo que se genere un consumo más alto e innecesario de energía.

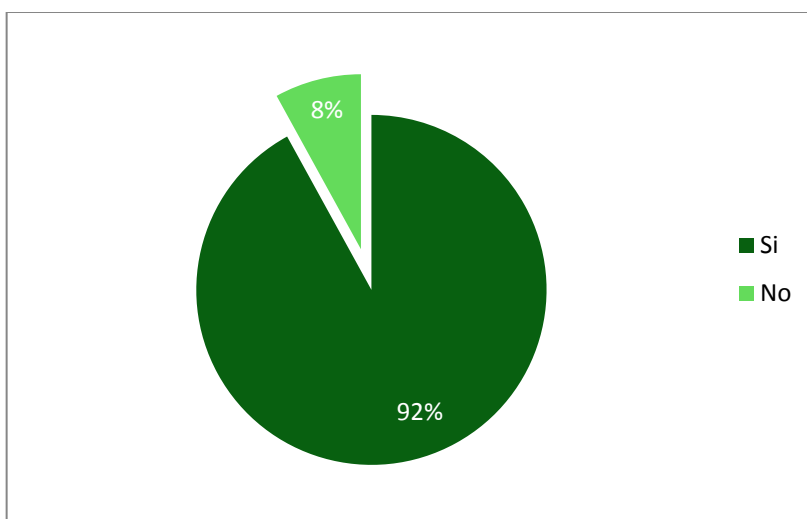
Gráfica 5: *Clasificación de desechos*



Análisis

Se evidencia que la mayoría de personas no saben clasificar los materiales que se generan en las canecas correspondientes, lo que lleva a que se realice una mala separación y todo se vuelva basura irrecuperable.

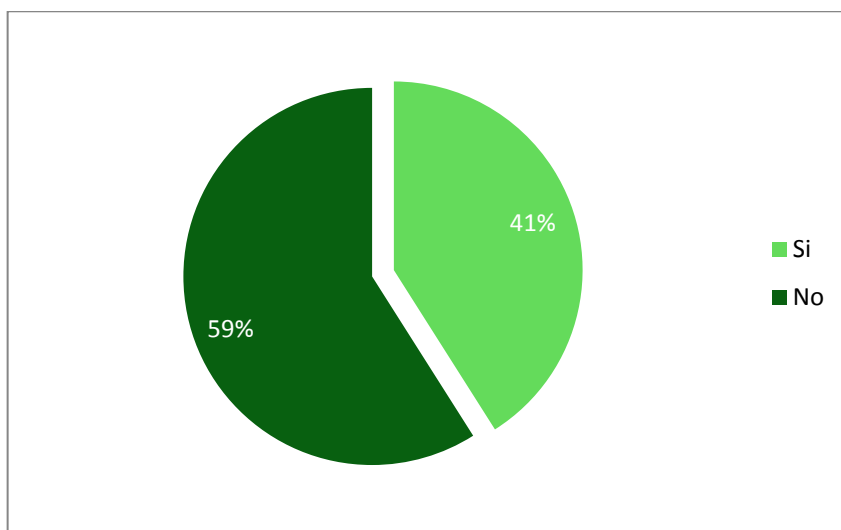
Gráfica 6: *Importancia de reciclar*



Análisis

Al 92% del personal GANA ven de gran importancia reciclar en la organización, siendo un factor a favor porque aunque no se tenga el conocimiento, se tiene como importante de realizar en una organización.

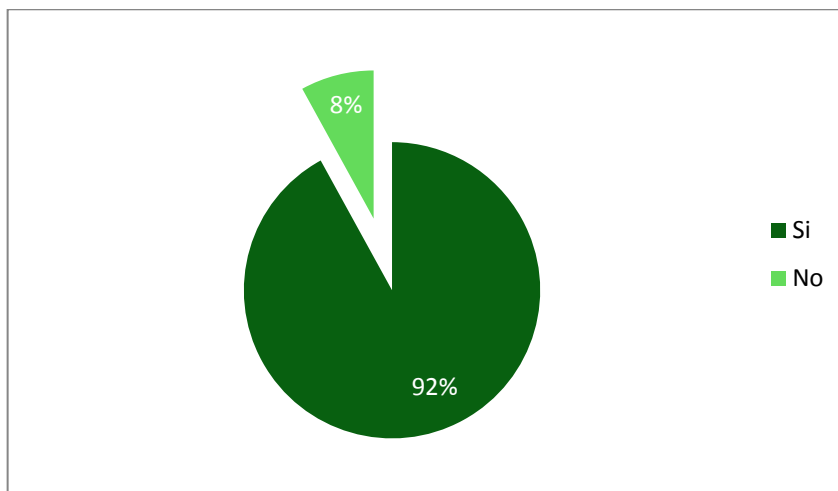
Gráfica 7: *Ahorro de agua*



Análisis

Falta que más personas tomen la cultura de cerrar el grifo de agua cuando no se utiliza para no desperdiciar tanta agua mientras se lavan las manos.

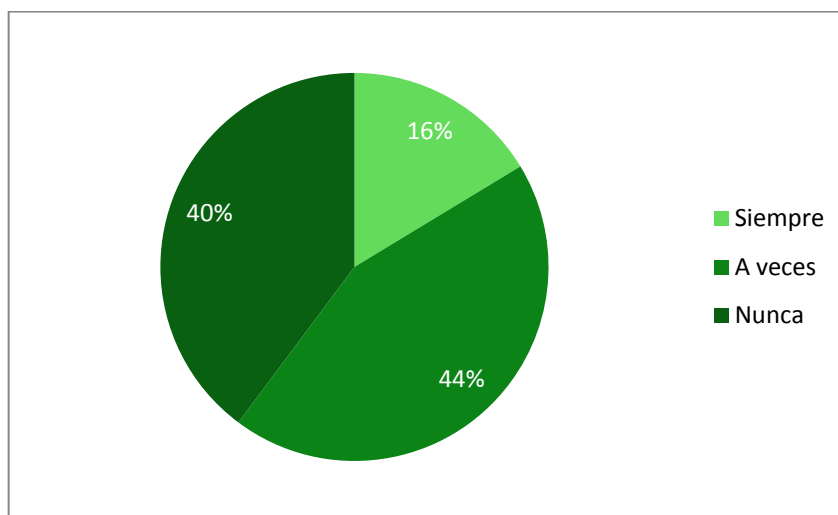
Gráfica 8: *Importancia del medio ambiente*



Análisis

La gran mayoría de los colaboradores de GANA consideran que es importante implementar una cultura de cuidado del medio ambiente, factor importante para implementar políticas de preservación del planeta.

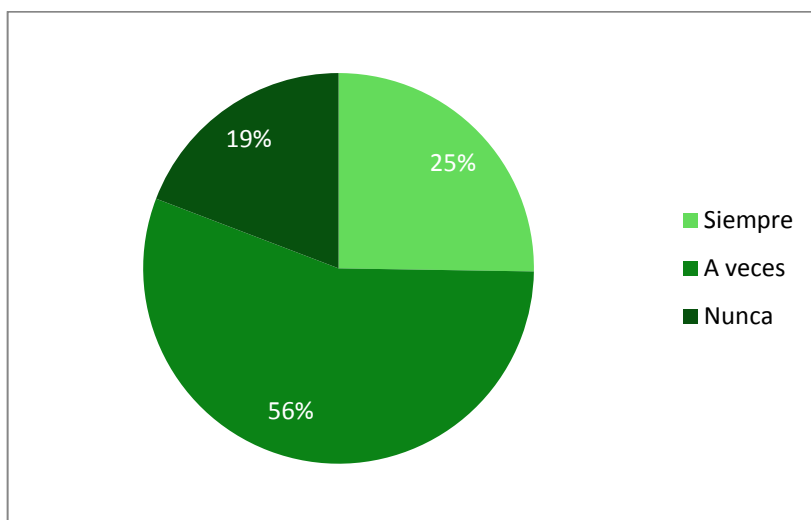
Gráfica 9: *Reutilización del papel*



Análisis

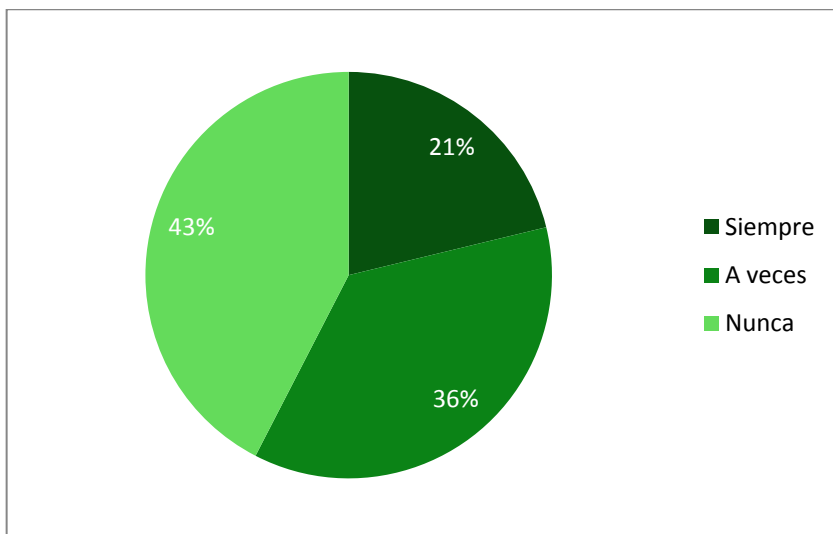
Se evidencia que las personas tienen el hábito de reutilizar el papel, lo que indica que es un factor importante de conciencia ambiental en la sede administrativa.

Gráfica 10: *Frecuencia de uso de vasos desechables*

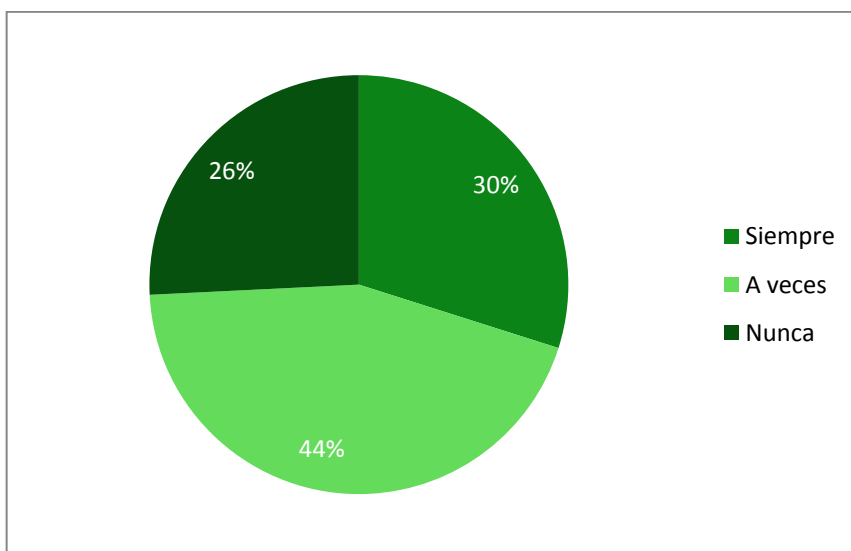


Análisis

Este gráfico evidencia que la mayoría de personas de la organización con alguna frecuencia utilizan vasos desechables, siendo la más baja la población la que nunca hace uso de estos.

Gráfica 11: *Depósito de papel higiénico***Análisis**

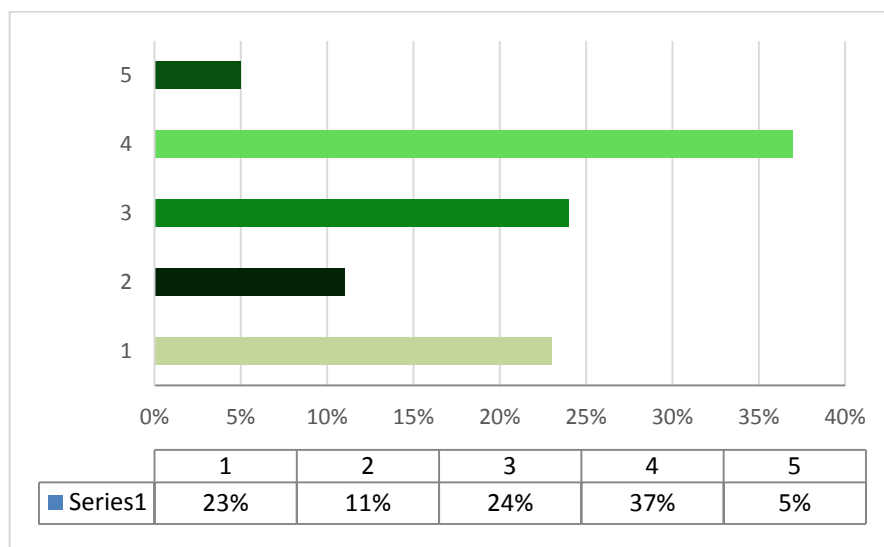
La mayoría de personas depositan bien el papel higiénico pero hay una cantidad muy representativa del 36% que a veces la tiran al inodoro.

Gráfica 12: *Cargadores conectados*

Análisis

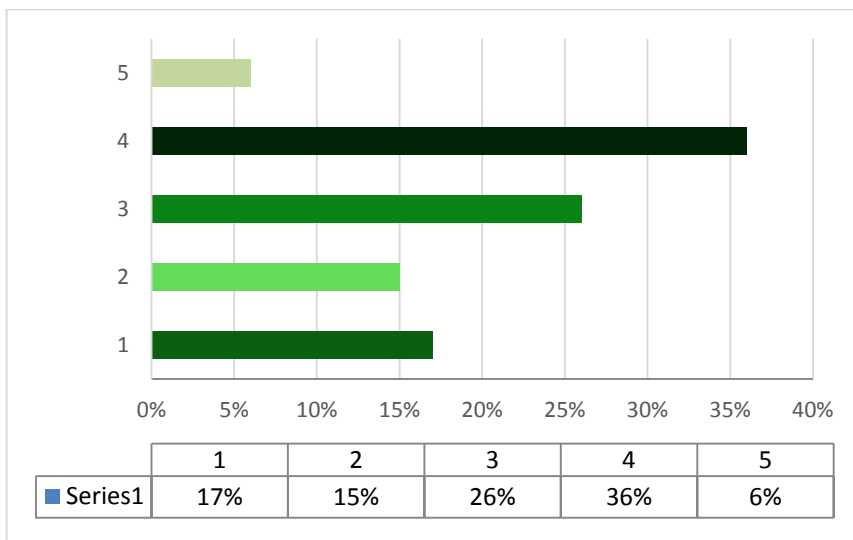
Se puede deducir que la mayoría de personas dejan aparatos electrónicos conectados a la luz cuando no están siendo utilizados.

Gráfica 13: *Agua desperdiciada*

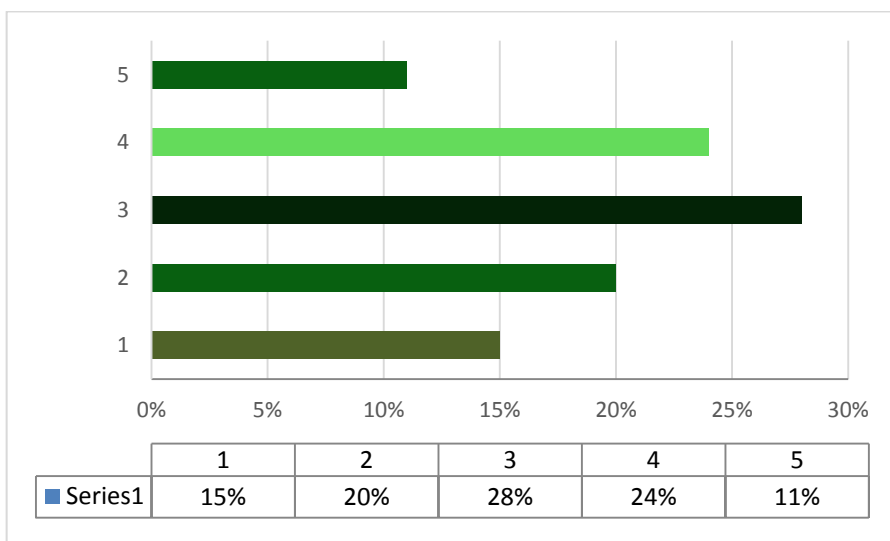


Análisis

Se tiene que las personas desperdician una considerable cantidad de agua durante la jornada laboral

Gráfica 14: *Uso de vasos desechables***Análisis**

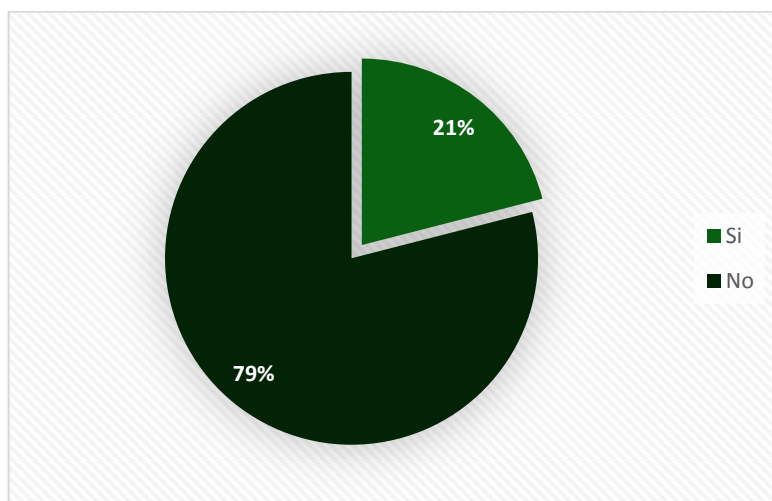
Las personas en el día consumen gran cantidad de vasos desechables, aunque por lo general las personas de la organización se les da el vaso GANA.

Gráfica 15: *Uso de la impresora*

Análisis

El uso de la impresora no tiene un valor representativo dentro de la muestra, puesto que la mayoría de personas utilizan el correo electrónico.

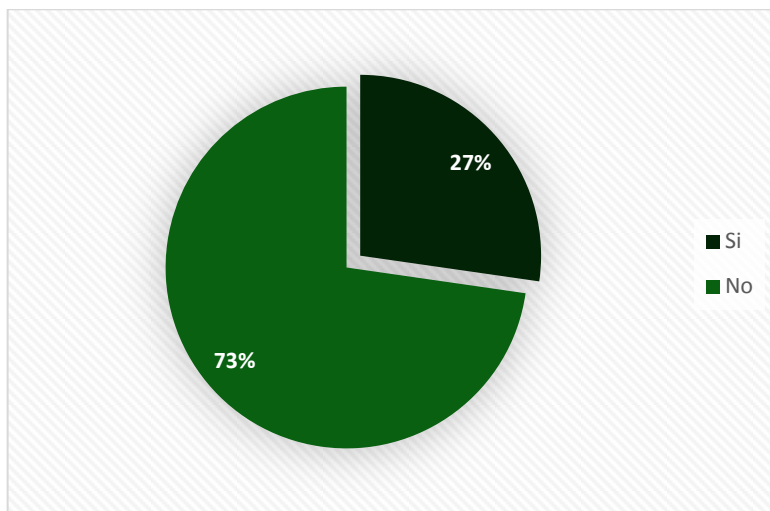
Gráfica 16: *Depósito del cristal*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar el cristal en las canecas

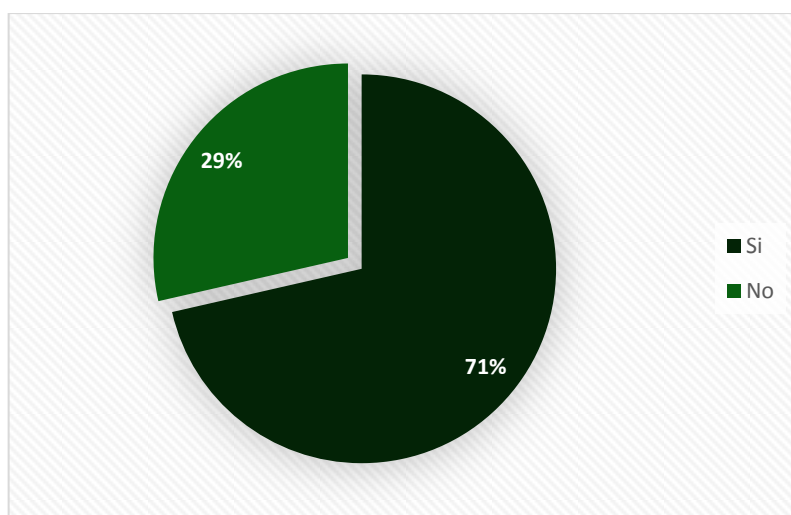
Gráfica 17: *Depósito de pilas*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar las pilas y es por falta de lugares donde depositar estos elementos.

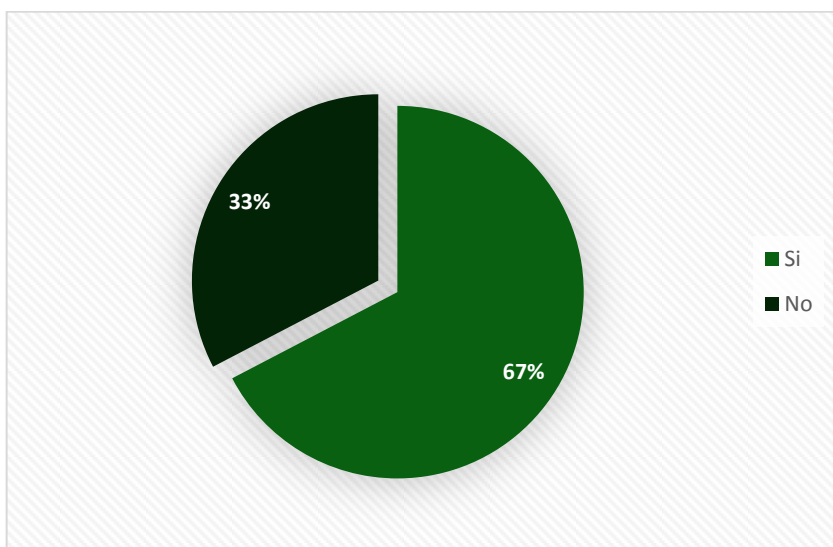
Gráfica 18: *Depósito de papel y cartón*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar el papel y el cartón, aunque hay cestos separados para realizarlo.

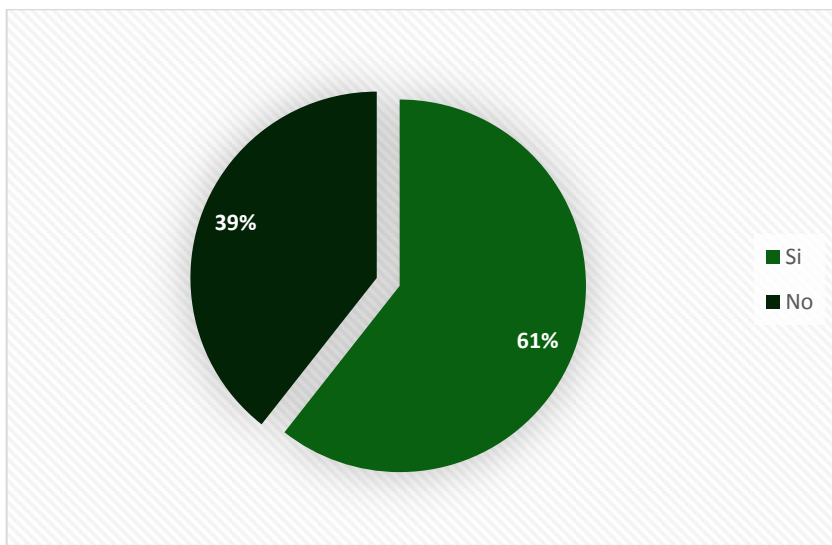
Gráfica 19: *Depósito de materia orgánica*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar la materia orgánica que son todos los desperdicios de comida.

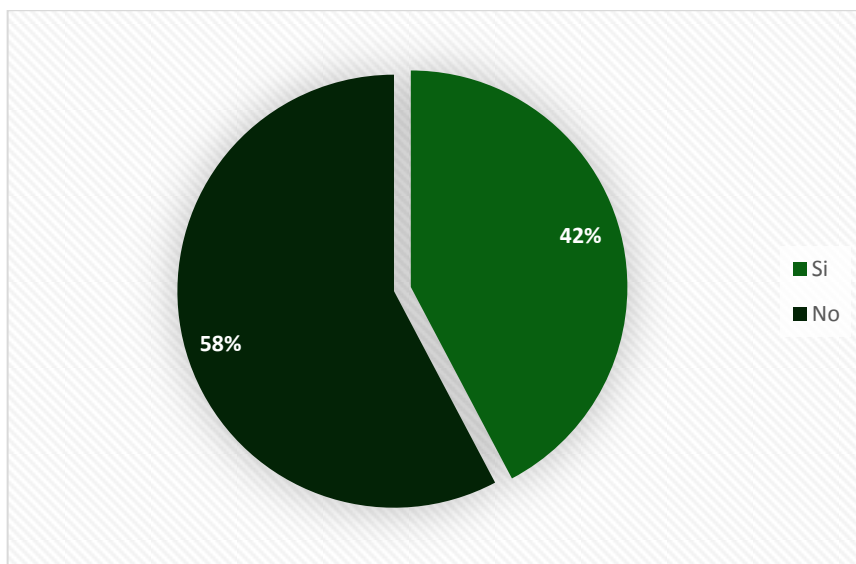
Gráfica 20: *Depósito plástico y metal*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar plástico y metal en las canecas.

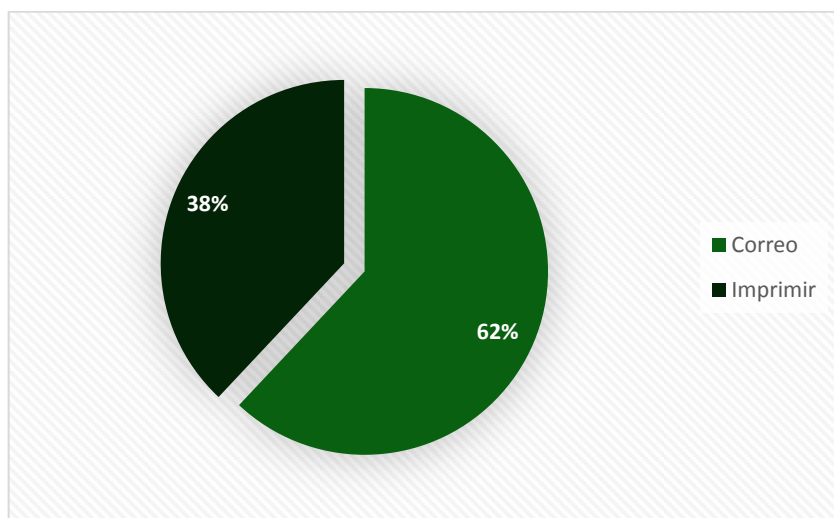
Gráfica 21: *Depósito de medicamentos*



Análisis

La mayoría de personas no saben dónde depositar medicamentos, desconocen que en las farmacias se pueden llevar los medicamentos vencidos.

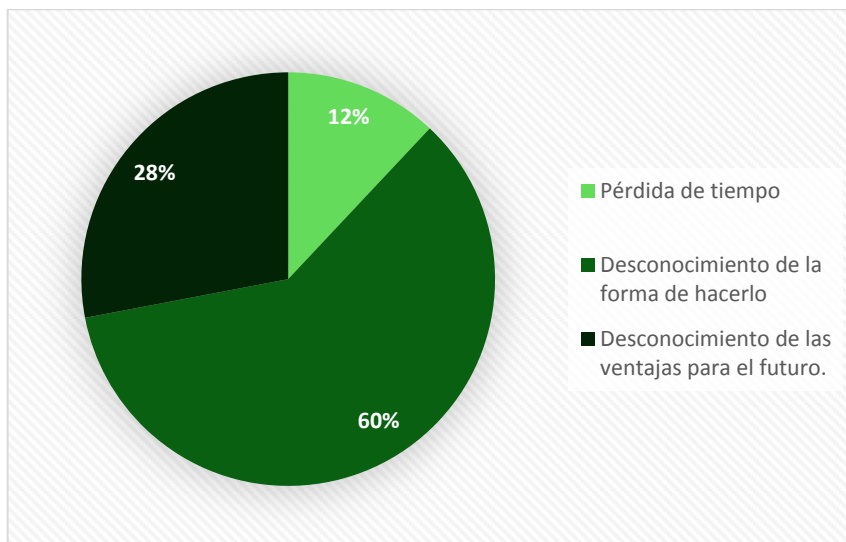
Gráfica 22: *Información por correo*



Análisis

La mayoría de los colaboradores de la organización prefieren utilizar el correo electrónico que imprimir.

Gráfica 23: *Falta de prácticas de cuidado ambiental*



Análisis

La mayoría no tiene buenas prácticas de cuidado ambiental porque desconocen cómo pueden ayudar a cuidar el planeta.

Recomendaciones para el cuidado del medio ambiente

- Información y educación
- Jornadas institucionales sobre el uso del reciclaje
- Campañas que eduquen los trabajadores
- Crear cultura del medio ambiente
- Prácticas adecuadas del cuidado ambiental
- Implementar lugares dentro de la empresa que sean un espacio de conocimiento sobre esta problemática mundial

- Comunicarnos entre compañeros las acciones que podemos emplear a diario que contribuyen con el cuidado de la naturaleza
- Destacar las personas que se esmeran por preservar el ambiente
- Estimular a las personas a la conservación del medio ambiente
- Dar ejemplo y enseñar sobre las pequeñas cosas q se pueden hacer para cuidar el ambiente
- Incentivar a las personas a tener practicas del cuidado del medio ambiente

Anteriores campañas

En el 2013 se realizaron talleres para el manejo de residuos y aparatos electrónicos, por parte del programa Creciendo de Desarrollo Organizacional. Desde ese momento no se han hecho más actividades referentes al tema ambiental

Ilustración 1: *Capacitación sobre el reciclaje*



Aprendiendo a Reciclar

En casa, en el trabajo y en todas partes, es importante separar correctamente los envases de los productos que utilizamos para hacer posible su reciclaje.

En este taller se responderán todas tus dudas en materia de separación para que, con tu colaboración y entre todos, podamos seguir dando nueva vida al reciclaje.

GANAR
Crecer No esperar y hacer cosas

FECHA: 8 de Abril de 2013
HORA: 2:30 p.m. - 3:30 p.m.
LUGAR: 4to Piso, Salón Crecer.

Creciendo

The poster features a background of green leaves. At the bottom, there are four recycling bins: red, green, white, and blue. The text is centered and uses a mix of bold and regular fonts. The 'GANAR' logo is a green square with white text. The 'Creciendo' logo is a green star with a person icon inside.

Ilustración 2: Capacitación reciclaje electrónico



**¿Conoces la forma adecuada de
desmontar, clasificar y organizar
los elementos electrónicos para su
posterior reciclaje?**

El Plan de Desarrollo Organizacional, CRECIENDO, te invita a participar
de la sensibilización en el tema:

RECICLAJE DE ELECTRÓNICOS

Porque para salvar el planeta, necesitamos de pequeñas acciones.

FECHA: 25 de Abril
HORARIO: 2:30 p.m. a 3:30 p.m.
LUGAR: 4 Piso, Sede Principal



Estrategias, tácticas y tareas

Tabla 1: *Estrategias comunicacionales*

Estrategia	
Implementar cultura del cuidado del medio ambiente en la sede administrativa	
Tácticas	Tareas
A través de retos que se pondrán cada semana.	Establecer el reto semanal y el incentivo, pensar en el nombre del programa y la metodología del juego. Presentarlo cada semana durante los dos meses que dure la campaña.
Piezas de apoyo para implementar un buen uso del agua, la energía y manejo de residuos.	Diseñar los stiker que irán puestos en el baño para el cuidado del agua, el instructivo para el correcto manejo de residuos y el botón que se les dará a todos los empleados de la sede administrativa de comprometidos por el medio ambiente
Fondos de pantallas con frases de sensibilización	Diseñar los wallpaper de los computadores que se pondrán al inicio de la campaña de expectativa, y durante el cambio de los recursos a tratar, esto será cada dos semanas.
Se nombrarán los pisos según su compromiso con el medio ambiente.	Pensar en los nombres que se ganarán los pisos por el buen manejo de los recursos naturales, diseñarlo y ubicarlos en lugares visibles.

Estrategia	
Lograr que los colaboradores de la organización implementen buenas prácticas ambientales por fuera de la empresa	
Tácticas	Tareas
Durante dos meses se estará publicando constantemente a través de la intranet GANA, tips, formas de economizar recursos y ayudar al medio ambiente.	Se diseñarán 5 banner para cada una de las partes de la campaña, expectativa, agua, residuos y energía. Cada una de las partes de la campaña durará dos semanas en la intranet, de los cuales un día a la semana se enlazará una noticia de interés, que será redactada de acuerdo a las necesidad tanto laborales como familiares.
Realizar visitas a los procesos dando cortas charlas con tips y formas de cuidar los recursos del medio ambiente.	Se crearán dos personajes que durante las semanas de las campañas del cuidado del medio ambiente, van a ir por cada piso haciendo de manera divertida un recuento de cómo cuidar este recurso natural.

Tabla 2: Retos ecológicos

Eco retos	
Objetivo	Involucrar activamente en la campaña a los empleados de la Organización
Lenguaje de Comunicación	En la Organización siempre se ha utilizado un lenguaje ameno, cercano y motivador, este se utilizará para estos retos, los cuales los motive a cambiar hábitos y acciones que perjudican los recursos naturales.
Medio de comunicación	La intranet es un medio de comunicación que le llega a todos los empleados de GANA a nivel de Antioquia, por ello, los retos se enviarán por correo electrónico para sede administrativa.

Público	La sede administrativa ubicada en Parque Berrio que comprende los empleados administrativos de GANA y los de las filiales que hacen parte de la sede, como lo son (Credintegral, FundaGANA, Femfuturo, Vivexequal)
Cómo queremos que nos vean	Como una empresa incluyente, que toma en cuenta a todos los empleados para hacer de la empresa mejor.

Tabla 3: *Piezas de apoyo*

Apoyo	
Cuidado del agua (Baños)	
Objetivo	Cambiar hábitos que se tienen a la hora de utilizar el agua.
Lenguaje de Comunicación	Será directo a la hora de dar los consejos para el cuidado del medio ambiente.
Medio de comunicación	Será mediante un Sticker que se pegará en todos los baños de la organización
Apoyo	
Instructivo en las canecas	
Objetivo	Lograr que las personas de la Organización separen los residuos correctamente.
Lenguaje de Comunicación	Cercano pero con puntos muy puntuales, que no sea extenso y con ilustración llamativa
Medio de comunicación	Escrito y pegado encima de todas las canecas de separado.
Apoyo	
Botón	
Objetivo	Motivar a los empleados de la Organización como Protectores y activistas ambientales.

Lenguaje de Comunicación	Un lenguaje de motivación y orgullo de GANA hacia los empleados
Medio de comunicación	Se entregará de manera personal a cada uno.
Público	Para todos serán para las instalaciones y personal de la sede administrativa y filiales.
Cómo queremos que nos vean	Que estamos en el proceso de mejoramiento y que en cada momento estaremos ahí para mejor mediante la educación y sensibilización.

Tabla 4: *Actividad de nombramiento por piso*

Nombramiento de pisos	
Objetivo	Calificar con un nombre ambiental a los pisos según su compromiso con ciertos recursos ambientales.
Lenguaje de Comunicación	Nombres alusivos a los recursos del medio ambiente
Medio de comunicación	Habladores en las entradas de los pisos
Público	Para todos serán para las instalaciones y personal de la sede administrativa y filiales.
Cómo queremos que nos vean	Que de manera creativa daremos nombre a los pisos según su desempeño en un elemento del medio ambiente según el manejo que le den, motivando e incentivando la adquisición de la cultura ambiental

Tabla 5: *Campaña por la Intranet*

Intranet	
Objetivo	Impactar de manera indirecta al resto de público interno de la organización que no hacen parte de la sede administrativa,

	como asesoras, auxiliares de servicio y Coordinadores.
Lenguaje de Comunicación	De reflexión, motivación y cercano, que ayude a influir en los comportamiento no muy aptos para cuidar el medio ambiente.
Medio de comunicación	Se difundirán por medio de la intranet, el medio que se utiliza para la comunicación con el público interno, no solo de la sede administrativa sino especialmente con las asesoras, auxiliares y coordinadores de todo el departamento de Antioquia.
Público	Para todos serán para las instalaciones y personal de la sede administrativa y filiales. Pero este también le llegará a otro público interno de la empresa, la fuerza de ventas, que de manera indirecta también queremos que empiecen a formar parte de esta cultura y la adopten en todo Antioquia.
Cómo queremos que nos vean	Que nos vean como unos motivadores y protectores del medio ambiente, donde queremos que todos se incluyan y se vuelvan participantes activos.

Tabla 6: *Visitas de capacitación*

Visitas	
Objetivo	Educar en el manejo de recursos de manera directa.
Lenguaje de Comunicación	Muy cercano, con diálogos que permitan entender cuáles son los momentos en que no se está haciendo un uso óptimo de los recursos.
Medio de comunicación	La intranet es un medio de comunicación que le llega a todos los empleados de GANA a nivel de Antioquia, por ello, la difusión de los retos se enviarán por correo electrónico para sede administrativa.
Público	Para todos serán para las instalaciones y personal de la

	sede administrativa y filiales.
Cómo queremos que nos vean	Como educadores ambientales que estamos pendientes de lo que pasa en nuestra organización y con respecto a todo el cuidado ambiental desde los puestos de trabajo.

Concepto comunicacional

Qué tal si Construimos un mundo mejor

El concepto de la campaña se centra en implantar una cultura del cuidado y uso consciente de los recursos en la sede administrativa, para que desde acciones cotidianas los colaboradores de la organización se sientan identificados con muchas de las situaciones en las que podemos perjudicar al medio ambiente.

Copy de la campaña:

Qué tal si.

La finalidad es mostrarles a los Colaboradores de la organización que si cambiamos ciertas acciones que hacemos en lo cotidiano, podemos ayudar al cuidado del medio ambiente, que tanto lo necesita. Sin necesidad de poner reglas o normas sino implantar en ellos el cuidado hacia estos recursos.

La premisa está basada en la siguiente frase *Qué tal si... le devolvemos algo a la naturaleza.*

Campaña de expectativa

Realizar una serie de frases que inciten a la reflexión sobre las acciones que hacemos a diario y no le hace bien a nuestro ecosistema.

Fondo de escritorio

Trabajando todos juntos construiremos un mundo mejor (Logo GANA)

Banner 1

Para producir 100 resmas de papel, se tienen que cortar 17 árboles grandes (Logo GANA)

Banner 2

Cada persona produce casi 1,5 Kg. diario de basura. (Logo GANA)

Banner 3

Se calcula que 1,000,000 de aves y 100,000 tortugas mueren cada año debido a la ingestión de plástico. (Logo GANA)

Banner 4

Con solo una pila puede contaminar 600,000 litros de agua (3,000 personas consumen esta cantidad en un año) (Logo GANA)

Banner 5

Un grifo de agua goteando una gota por segundo, desperdicia 30 litros de agua por día. (Logo GANA)

Lanzamiento

Una vez haya terminado la campaña de expectativa con las frases reflexivas, se plantearán soluciones a este caos ambiental con el copy: *Qué tal si.*

Banner 1

Qué tal si le devolvemos algo a la naturaleza

Logo GANA

Desarrollo

Estará dividido en tres momentos agua, energía y manejo de los residuos, los cuales durarán en la intranet dos semanas con publicaciones, y una vez a la semana se harán la visita por parte de los dos colaboradores para reforzar el tema que se esté tratando en ese momento.

Momento 1 Campaña del cuidado del agua:

- *Fondo de escritorio.*

Qué tal si

Ahorramos el agua, cada gota cuenta

Logo GANA

- *Banner1.*

Si unos cuantos días sin agua son un verdadero problema, ¡Imagínate si se acabara para siempre! (Logo GANA) [Clic aquí](#)

- *Noticia 1*

Recomendaciones para un uso inteligente del agua,

Qué tal si...

1. Evitamos las fugas cerrando bien el grifo cuando no lo estés utilizando.

Avísale al servicio de mantenimiento si identificas una avería, pues una corriente de agua de 5mm malgasta 528.000 litros al año.

2. No dejas correr el agua inútilmente cuando te laves las manos. No malgaste el agua: cierra el grifo.

3. No tiramos papeles al inodoro, este ensucia las aguas residuales, contamina ríos y a disminuye el consumo de agua.

Se parte de la solución Cuida al agua

- *Banner2.*

Qué tal si, no le damos más vueltas y empezamos a cuidar el agua. (Logo GANA)

- *Banner 3*

Qué tal si hacemos parte de la solución ¡Ahorremos agua! (Logo GANA)

- *Banner4*

Hagamos de nuestros hogares, lugares partícipes del cuidado ambiental (Logo GANA)

Clic aquí

- *Noticia 4*

Qué tal si

Llevamos las buenas prácticas a cada uno de nuestros hogares y así aportamos más al cuidado del agua, que es un recurso fundamental para cada uno.

1. Tomas duchas cortas
2. Usa un vaso para lavarte los dientes
3. Arreglemos las llaves que estén goteando.

Es un compromiso de todos, la tierra lo necesita

- *Banner5*

Ahorremos agua para beneficio de todos (Logo GANA)

- *Sticker para espejo de los baños*

Qué tal si...

1. Cerramos la llave
2. Mientras nos cepillamos
3. Nos enjabonamos las manos

4. Lavamos los platos
5. Ahorra el agua, cada gota cuenta

Tú haces parte de la solución

- *Sticker para el botellón de agua*

Qué tal si... nos volvemos unos constructores ambientales. Empieza a usar tu vaso

GANNA (Logo GANA)

Momento 2 Campaña Manejo de Residuos:

- *Fondo de escritorio*

Qué tal si... Juegas tu papel y empezamos a reciclar bien. (Logo GANA)

- *Banner1*

Cada residuo a su contenedor. (Logo GANA)

- *Banner2*

Todo no es basura, Qué tal si... los desechos los volvemos útiles de nuevo (Logo GANA) [Clic aquí](#)

- *Noticia2*

Qué tal si... en nuestros hogares implementamos la cultura de separar los desechos.

Tú puedes ser hacer a tu familia o a tu hogar un lugar consciente del aprovechamiento de los desechos.

No te quedes atrás muchos ya hemos empezado a realizar buenas prácticas de cuidado ambiental.

- *Banner3*

Ya estas ayudando a construir un mundo mejor. ¿Qué tal si... hacemos parte de esto a más personas? (Logo GANA)

- *Banner4*

Sácale el jugo al papel (Logo GANA) Clic aquí

- *Noticia4*

Qué tal si

Ponemos la basura en su lugar

Tú haces parte de la naturaleza

Orgánica

- Cáscara de frutas y verduras.
- Residuos de comida.

Papel y cartón

- Revistas y periódicos
- Cartón

Reciclaje

- Metales, latas, vidrios
- Papel, cartón, tela
- aluminio
- Botellas de plástico

No basta con tirarla, ¡Hay que separarla!

- *Banner5*

Qué tal si Te tomas unos minutos para separar tus desechos, el mundo nos da todo de él,
devolvámosle de la misma manera

- *Instructivo de manejo de residuos para canecas*

Orgánica

- Cáscara de frutas y verduras.
- Residuos de comida.

Papel y cartón

- Revistas y periódicos
- Cartón

Reciclaje

- Metales, latas, vidrios
- Papel, cartón, tela
- aluminio
- Botellas de plástico
-

Momento 3 Campaña ahorro de energía:

- *Fondo de escritorio*

Qué tal si

Me apagas mientras no estas

Ahorremos energía, el planeta nos necesita

Logo GANA

- *Banner1*

Qué tal si dejas tu computador hibernando, Apagarlo y prenderlo es malo para él. Logo GANA

- *Banner2*

Pilas con el ambiente Logo GANA

- *Noticia2*

Qué tal si

Desde nuestros lugares de trabajos ahorramos energía

1. Usemos más el transporte público para ir al trabajo
2. Elijamos productos con envases que pesen poco
3. Pongamos en reposo los computadores cuando no se utilicen.
4. Reutilicemos las bolsas de plásticas
5. Usemos pilas recargables en lugar de desechables
6. No dejemos cargadores conectados a la luz

Es una tarea de todos, Ponte pilas con el ambiente

- *Banner3*

La energía para crear también necesita mucho de los recursos del planeta, Qué tal si le damos un uso adecuado

- *Banner4*

Qué tal si apagamos los suiches para encender luz por mas tiempo (logo GANA) Clic Aquí

- *Noticia5*

Cada uno podemos hacer que la energía llegue a muchas mas generaciones,

Qué tal si,

1. apagamos las bombillas que no estemos utilizando
2. Compramos ahorradores de energía

Pero nada de esto servirá sino cuidamos también el agua y aprovechamos de manera correcta los residuos todo es una cadena

No dejes que se rompa

- *Banner6*

Te sorprenderás con lo útil que puedes ser si por un día reduces un poco tu consumo de energía

Actividades

Visita lugares de trabajo Ecoretos

Las personas necesitan capacitación sobre cómo hacer manejo correcto de los recursos como el agua y la energía y el aprovechamiento de los residuos, por ello para no realizar charlas en salones que anteriormente se realizaron y no tuvieron mucha acogida, ahora se harán visitas por cada piso tratando la temática que se tenga esa semana ya agua, energía o manejo de residuos.

Visitarán dos personas del área de desarrollo humanos con unos personajes que depende al tema será la representación, GANA tiene 8 colaboradores con audición reducida por consecuente para estas isitas se contará con una persona de la misma organización que se comunicará en señas, para así transmitirles correctamente el mensaje .

Agua:

Harán una puesta en escena de 5 minutos donde muestren que sencillo es ahorrar agua, con cerrar bien la cisterna, reportar goteras y hasta dejar de consumir agua en vaso plástico.

El reto que se les impondrá será el primero que llegue con su vaso GANA sirva su agua en él y en el proceso de eso habrán goteras y canillas abiertas, él se tendrá que percatar y cerrar y avisar al de mantenimiento sobre el daño.

Así concluye la actividad, el tiempo estimado por piso serán de 15 minutos tiempo que se puede utilizar como pausa activa en la organización.

Presupuesto

\$0

Energía:

Esta vez serán dos personajes vestidos de técnicos y supervisores ambientales que entraran revisando quienes tienen cargadores conectados, pantallas no en modo de hibernación y pilas en basureros que no deben de estar.

A la persona que encuentren con una falla en cualquiera de estas cosas será quien hará el reto, que será después de la explicación de quienes son y de porqué esas prácticas son perjudiciales para el planeta.

Después seguirá el reto, la persona escogida deberá decorar el recipiente donde se depositarán las pilas, de manera rápida y con un mensaje de cuidado ambiental. Para esta actividad se pretende 20 minutos por piso.

Presupuesto

Marcadores \$ 10.000

Papel para forrar (8 pliegos) \$ 16.000

Cajas (8) \$ 20.000

Total: \$ 46.000

Manejo de residuos:

Entrarán dos personas reciclando y revisando los cestos de basura a ver que les puede servir, cuando revisen y vean que hay muy poco empezarán a discutir de cómo la gente no se preocupa por el planeta y si vieran como ellos los recicladores les pueden ayudar con tan solo entregarles los materiales correctos.

Después de esto, escogerán dos personas un hombre y una mujer que tendrán que separar ciertos elementos en las canecas correspondientes, para después concluir con una explicación de cómo se deben separar los residuos que generamos a diario, tanto en la casa como en el trabajo.

Presupuesto

\$ 0

Botón

Se entregarán cuando estemos en la mitad de toda la campaña para así motivar a las personas a seguir involucrándose y adaptando la cultura del medio ambiente.

Mensaje:

Ahora eres un constructor ambiental,

Qué tal si...

Seguimos trabajando

Presupuesto

\$ 350.000

Nombramiento de los pisos

Como cierre de la campaña a cada piso se le nombrará según su desempeño en los

Ecoretos, ejemplo de los nombres:

- Punto Limpio
- Ambiente verde
- Energía pura

Concepto gráfico

Se diseñarán piezas con colores e ilustraciones que sensibilicen y sean de apoyo para el texto.

Ilustración 3: *Ecar-d encuesta*



Ilustración 4: *Banner encuesta*



Ilustración 5: *Copy de la campaña*



Ilustración 6: *Banner 1 Campaña de expectativa*



Ilustración 7: Banner 2 Campaña de expectativa



Ilustración 8: Banner 3 Campaña de expectativa



Ilustración 9: Banner 4 Campaña de expectativa



Ilustración 10: Banner 5 Campaña de expectativa



Ilustración 11: Fondo de escritorio Campaña de expectativa



Ilustración 12: Lanzamiento



Ilustración 13: Momento 1 fondo de escritorio campaña agua



Ilustración 14: Momento 1 banner 1 campaña agua



Ilustración 15: Momento 1 noticia 1 campaña agua



Ilustración 16: Momento 2 banner 4 campaña residuos



Ilustración 17: Momento 2 Noticia 4 campaña residuos



Ilustración 18: Momento 3 banner 2 campaña energía



Ilustración 19: Momento 3 noticia 2 campaña energía



Presupuesto

Tabla 7: Presupuesto

Descripción	Valor
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto botón (700) Botón 500 	\$ 350.000
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto Ecoretos energía <p style="margin-left: 20px;">Marcadores \$ 10.000</p> <p style="margin-left: 20px;">Papel para forrar (8 pliegos) \$ 16.000</p> <p style="margin-left: 20px;">Cajas (8) \$ 20.000</p>	\$ 46.000
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto Stickers Agua <p style="margin-left: 20px;">Stickers (18) \$ 5.277</p>	\$ 95.000
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto Instructivo manejo de residuos <p style="margin-left: 20px;">Instructivos (27) \$ 10.000</p>	\$ 270.000
<ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto nombramiento de pisos <p style="margin-left: 20px;">Pisos (7) \$ 10.000</p>	\$ 70.000
<ul style="list-style-type: none"> • Sticker botellón <p style="margin-left: 20px;">Botellón (8) \$ 5.000</p>	\$ 40.000
Total	\$ 871.000

Cronograma















Ilustración 20: *Cronograma enero*

Enero						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Ilustración 21: *Cronograma febrero*

Febrero						
Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

Ilustración 22: Cronograma indicador

Publicación en la intranet expectativa		Distribución sticker baños		Publicación en la intranet noticia energía	
Cambio fondo de escritorio		Distribución sticker botellón		Nombramiento de pisos	
Publicación en la intranet lanzamiento		Publicación en la intranet residuos			
Publicación en la intranet agua		Publicación en la intranet noticia residuos			
Publicación en la intranet noticia agua		Instructivo residuos			
Visita y Ecoreto		Publicación en la intranet energía			

Conclusiones y recomendaciones

- Se realizó una encuesta que arrojó datos que aportaron al desarrollo de estrategias comunicacionales, pero se recomienda que posteriormente se realice una encuesta sobre logística que ayude a identificar problemas estructurales, como ubicación de cestos de basura en la empresa, interruptores o el tratamiento que se le da a los residuos a la hora de depositarlos.

- Se necesitará el apoyo de otra área como desarrollo humano para realizar actividades que puedan integrar a los aprendices sordos que hacen parte de la organización.
- Para capacitación se debe realizar un plan para informar a los nuevos empleados de las prácticas que se manejan en la sede principal de GANA.
- Se recomienda que aunque se impactó indirectamente por la intranet a las asesoras y auxiliares de la parte de fuerza de ventas, se debe reforzar la campaña con ellos posteriormente.

Referencias

Acero León, Claudia Catalina., Contreras Correa, Claudia Constanza., Díaz Arguello, Alfredo., Ramírez Forero, Néstor Armando., Rey Arenas, Stevana y Rojas Mejía María P. (2010). *Evolución, inclusión e implementación de la comunicación en las organizaciones colombianas* (Tesis postgrado) Universidad de la Sabana Bogotá, Colombia.

Ayón Pimienta, Rosa María. (2006). *Importancia de la comunicación en las organizaciones, un sistema de comunicación eficiente y un experto en comunicación que lo administre*. Universidad Autónoma de Guadalajara A.C División de Apoyo para el Aprendizaje. Recuperado de <http://genesis.uag.mx/revistas/escholarum/articulos/negocios/organizacional.cfm>

Arrocha Blog. (2013) *Datos curiosos sobre la contaminación y el reciclaje*. Recuperado de www.arrocha.com/blog/datos-curiosos-sobre-la-contaminacion-y-el-reciclaje/

B-green. (s.f). Recuperado de <http://b-green.pe/servicios/servicios-especiales/>

Castaño Duque, Germán Albeiro. (s.f). Universidad Nacional de Colombia. Recuperado de http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulo1/Pages/1.5/152Estilos_planeacion.htm

Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza. (s.f). *Guía de buenas prácticas ambientales: oficinas y despachos*. Recuperado de <http://www.camarazaragoza.com/medioambiente/docs/buenaspracticass/buenaspracticass3.pdf>

Carretón Ballester, María del Carmen. (2009). *Las Relaciones Públicas en la Gestión de la Comunicación Interna*. Alicante España, AIRP. Recuperado de <http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15719/1/LIBRO%20Las%20relaciones%20p%C3%BAblicas%20en%20la%20gesti%C3%B3n%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20interna.pdf>

Congreso Internacional de Educación y Formación sobre Medio Ambiente de Moscú. (1987). Recuperado de <http://es.slideshare.net/ritacf20/congreso-de-mosc-1987>

Corantioquia. (s.f) *Gestión de residuos sólidos en la jurisdicción de Corantioquia*. Recuperado de <http://www.corantioquia.gov.co/docs/LOGROS/GIRS.htm>

DELOITTE. (2013). *Comunicación, Imagen Corporativa y Business Support*. Recuperado de https://memoria2012.deloitte.es/wp-content/uploads/2013/04/Deloitte_MRC_manual_de_buenas_practicass_medioambientales.pdf

Díaz, Ernesto., Villanueva, Felipe., Ojeda, Malena y Sandoval, Patricia. (2010) *Cultura Organizacional*.

Dumont, Santos. (s.f). *Comunicación Interna*. Recuperado de <http://www.cglobal.com.ar/servicios/20comunicacion-institucional/comunicacion-interna/>

Donoso Vargas, José Manuel. y Clemente Palacios, María Victoria. (s.f). *Ecología Y Empresa: El Medio Ambiente En La Empresa*.

Ecolombiano. (2011). *Ministerio Ambiente y Desarrollo Sostenible y WWF*. Recuperado de <http://www.soyecolombiano.com/site/Portals/0/Empresa-ECOLombiana.pdf>

Escobar, Jorge. (2001) *La comunicación corporativa*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/comucorp.htm>

FUNDESA. (2010). *Guía de buenas prácticas medio ambientales*. Recuperado de http://www.fundesa.org/wp-content/uploads/2013/01/04_03_201111156GUIA-DE-BUENAS-PRACTICAS-AMBIENTALES.pdf

Futuro Energía. (s.f). *La energía de nuestro futuro*. Recuperado de http://www.futureenergia.org/ww/es/pub/futureenergia/activity/save_energy.htm

GANANA. (s.f). *Quiénes somos*. Recuperado de www.gana.com.co

Gómez, José. (2013). *La importancia de una buena comunicación en una organización*. Recuperado de <http://pedernal.org/cm3sector/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/>

Gómez Utrilla, José. (s.f). Blog. *La importancia de una buena comunicación en una organización*. Recuperado de <http://cm3sector.org/2013/05/03/la-importancia-de-una-buena-comunicacion-en-una-organizacion/?replytocom=80>

Granados Ignacio, Martín. (2011). *Comunicación Externa*. Recuperado de <http://es.slideshare.net/Ignacio/comunicacin-externa-12999856>

ISAGEN. (s.f). *Gestión Ambiental*. Recuperado de <http://www.isagen.com.co/comunidades/gestion-ambiental/>

Kotler Philip, Robert Eduardo L. (1992). *Marketing social: estrategias para cambiar la conducta pública*, Madrid, España: Díaz de Santos.

Línea verde. (s.f). *Buenas prácticas ambientales en la oficina*. Recuperado de <http://www.lineaverdemunicipal.com/Guias-buenas-practicas-ambientales/es/e-buenas-practicas-en-oficina.pdf>

López de Medina, Luis. (2002). La empresa, el medio ambiente y la responsabilidad social. *Revista Galega de Economía*, 11(2) Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39111223>

PNUD. (2009) *Comienza enamorarte de tu planeta campaña de medios por la defensa del medio ambiente*. Recuperado de <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=kk--3-cambio&x=57579#.VIDSNX-bVbg>

Sandoval Téllez, María José. (2004). *Web 2.0 Capítulo 2 Comunicación Organizacional*. (Tesis). Universidad de las Américas Puebla. Rescatado de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/sandoval_t_mj/capitulo2.pdf

Senado de la República de Colombia. (2011). *Manual de buenas prácticas ambientales*. Recuperado de <http://www.senado.gov.co/transparencia/politicas-y-planes/item/download/35>

Vergara Vargas, Cristian Camilo. (2010). *Cineco ecológico, una campaña para cuidar el medio ambiente*. Recuperado de http://www.revistapym.com.co/noticias/publicidad/cineco-ecologico-campa-cuidar-medio-ambiente_art_642

Apéndices

Apéndice A. Encuesta medio ambiente

Se quiere conocer el manejo que le dan los empleados de la sede administrativa de GANA S.A a los recursos como el agua, la energía y desechos.

Información general:

Menos de 24 Años <input type="checkbox"/>	De 25 a 34 Años <input type="checkbox"/>	De 35 a 44 Años <input type="checkbox"/>	De 45 a 54 Años <input type="checkbox"/>	De 55 a 65 Años <input type="checkbox"/>	De 65 años en adelante <input type="checkbox"/>
--	---	---	---	---	--

Hombre <input type="checkbox"/>	Mujer <input type="checkbox"/>
---------------------------------	--------------------------------

Personal Administrativo	Gerente <input type="checkbox"/>	Director <input type="checkbox"/>	Coordinador <input type="checkbox"/>	Analista <input type="checkbox"/>	Auxiliar <input type="checkbox"/>	practicante <input type="checkbox"/>
----------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------------

Responda Si o No	SI	NO
¿Apaga la pantalla del computador cuando sale de la oficina?		
¿Sabe clasificar los desechos en las papeleras correspondientes?		
¿Considera importante reciclar en la empresa?		
¿Cierra el grifo cuando se lava las manos?		
¿Considera importante hacer parte de una cultura del cuidado del medio ambiente en la organización?		

	Siempre	A veces	Nunca
¿Reutiliza el papel que usa?			
¿Con qué frecuencia utiliza vasos desechables?			
¿Tira papeles al inodoro?			
¿Deja cargadores conectados cuando no están siendo usados?			

Siendo 1 poco y 5 mucho, seleccione una alternativa	1	2	3	4	5
¿Cuánta agua desperdicia al día durante la jornada laboral?					

¿Cuántos vasos desechables utiliza en el día?					
¿Cuántas veces imprime en la oficina?					

¿Sabe dónde clasificar los siguientes residuos?

- | | | | | |
|---------------------|----|--------------------------|----|--------------------------|
| A. Cristal | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| B. Pilas | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| C. Papel y cartón | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| D. Materia orgánica | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| E. Plástico y metal | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |
| F. Medicamentos | Si | <input type="checkbox"/> | No | <input type="checkbox"/> |

¿Prefieres imprimir o enviar la información por correo electrónico?

Imprimir _____ Correo _____

¿Por qué cree que no se tienen buenas prácticas de cuidado del medio ambiente?

- | | |
|--|--------------------------|
| A. Pérdida de tiempo. | <input type="checkbox"/> |
| B. Desconocimiento de la forma de hacerlo. | <input type="checkbox"/> |
| C. Desconocimiento de las ventajas para el futuro. | <input type="checkbox"/> |

¿Qué recomendación tienes que ayuden a preservar el medio ambiente desde el puesto de trabajo?