

*Muy buen trabajo en general  
Faltó comunicación filantrópica y cambio de nombre*

85



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

## Trabajo Final: Gestión Organizacional del Medio Audiovisual

Integrantes: Byron Gallardo, Stalin Vilatuña y  
Alejandra Vallejo





**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

# MANUAL DE IDENTIDAD





## Misión

Producir audiovisuales transmedia de alto impacto a nivel nacional e internacional, para organizaciones, colectivos, empresas, socialmente responsables, que deseen dar a conocer sus proyectos, posicionar sus productos, registrar sus experiencias o generar cambios sociales.

Generar producciones híbridas y herramientas comunicacionales para incentivar propuestas comunitarias.



Visión

En 2026 nos habremos consolidado como la productora pionera en elaboración de productos transmedia para comunidades, colectivos y proyectos sociales en el Ecuador.



## Relato Histórico

Cuenta la historia de los márgenes, de las periferias, de los históricamente empobrecidos que en el Ecuador, nació el 26 de octubre de 1881, en un latifundio cerca de la ciudad de Cayambe, una mujer que reescribiría la historia para los indígenas, Dolores Cacuango es su nombre, conocida también como mama Dulu. Hija de padres que trabajaban en haciendas sin un sueldo, a cambio de un pequeño pedazo de tierra conocido como huasipungo. En este ambiente creció Dolores, sin recursos y sin acceso a la escuela. A los 15 años se escapó a Quito antes de que la obligaran a casarse, allí encontró trabajo como empleada doméstica en la casa de un militar. En esa época, ningún indígena tenía derecho a estudiar, ningún indígena tenía un sueldo por el trabajo que realizaba en la tierra que le pertenecía al señor feudal. Eran vistos como objetos para el bienestar de los españoles y criollos.



## Relato Histórico

Debido a esto, Dolores emprendió una lucha titánica, con una capacidad en el uso de la palabra que le permitió unir a miles de indígenas y provocar levantamientos contra los terratenientes.

Fue una activista ecuatoriana pionera en el campo de la lucha por los derechos de los indígenas y campesinos en Ecuador. Fundó en 1944 la Federación Ecuatoriana de Indios, (FEI) con la ayuda del Partido Comunista de Ecuador. En 1946 junto a Luisa Gómez de la Torre, fundó la primera escuela bilingüe (quichua-español). Es una de las mujeres más conocidas de la izquierda ecuatoriana y junto a Tránsito Amaguaña, una de las referentes del feminismo ecuatoriano a principios del siglo XX. Ahora, Dulu Producciones, con el mismo espíritu reivindicativo y de apego con los sectores sociales, trabaja en la construcción de propuestas comunicacionales transmedia, junto a esas periferias, que históricamente han sido invisibilizadas hace más de 500 años.



## Valores

Compromiso social: Por nuestra relación cercana con organizaciones sociales, comunidades indígenas y el proceso reflexivo que hemos trabajado nos reconocemos como parte de esos espacios, tejiendo relaciones transparentes.

Originalidad: Nuestra filosofía es hacer de los simples un acto extraordinario, mostrando de forma creativa la cotidianidad de las culturas.

Trabajo en equipo: Apegados a la idea de tejer, entrelazar y de comunidad desde la visión andina, creamos una red colaborativa de trabajo, en donde cada integrante es trascendental en los proyectos propuestos.



**Credo**

Todas las personas que trabajen en Dulu Producciones tienen que tener una actitud empática con los problemas sociales del país, que posibilite la constante reflexión política, social y cultural. El diálogo que se mantendrá entre todas y todos será horizontal, donde todas las opiniones son importantes para el trabajo en equipo, posibilitando un clima de camaradería y de continuo aprendizaje. La ética y con ello el reconocimiento de los aportes individuales en el proceso de construcción colaborativa será parte de la dinámica interna de Dulu.

El apoyo constante económico, social y como seres humanos será parte del espíritu que nos mueva para edificación de relaciones



Lema

Tejiendo historias contigo



## Ritos y Rituales

Uno de los ritos de Dulu Producciones será reunirnos por las mañanas de forma presencial o virtual con la finalidad de saber como estamos en todos los sentidos, personal, familiar, como seres humanos, eso aportará a tejer lazos más fuertes.

Otro de los ritos será salir a acampar, con el objetivo de darnos un respiro de la vida vertiginosa no solo del trabajo sino de la ciudad, espacio necesario para revitalizar energías.

*¿y la periodicidad?*



Mito

El primer discurso que dio Dolores Cacuango, fue el inicio de una historia cargada de lucha, el poder de su discurso y la forma como expresaba las ideas, donde era directa, franca y empática contribuyó a que tuviera la aceptación y respaldo en cada comunidad y organización a la que acudió, con el objetivo de crear organización que sirva para protestar por sus derechos. Decían que su discurso era más fuerte que la violencia y brutalidad con la que eran tratados los indígenas, por ello en distintas ocasiones trataron de apagar su voz sin éxito.



## Justificación de la empresa

Dulu, era la forma cariñosa con la que se referían a Dolores Cacuango, mujer indígena que marcó un antes y un después en el contexto político, histórico, simbólico y cultural, del movimiento indígena en el Ecuador. Nosotros con este proyecto planteamos cambiar la forma de producir no solo desde lo narrativo sino desde el relacionamiento con el otro, que implica un aprendizaje mutuo, donde todos (comunidades, empresas, organizaciones sociales) sean los artífices de sus propios discursos y nosotros seamos el medio para lograrlo.



## Descripción de sus actividades

Realizar talleres sobre: producción visual, sonora, audiovisual, escritura en entornos digitales, creación de guiones, storyboard, storytelling, pos producción, manejo de celulares para producción profesional de narrativas inmersivas. Estos talleres serán dirigidos a colectivos, organizaciones socialmente responsables, en los que haya la necesidad de contar sus historias, emprendimientos, vivencias, experiencias, desde sus formas particulares de ver y concebir el mundo.

Buscaremos financiación, que posibilite el dar vida a cada uno de los proyectos, tanto en la etapa de: preproducción, producción, posproducción y distribución.



Logo

El sombrero es parte de los elementos que acompañan a los indígenas y campesinos en las jornadas extensas de trabajo en la tierra, en la sierra ecuatoriana, es un símbolo de identidad, que cobra diversas connotaciones dependiendo el lugar geográfico. Es por esto que hemos recuperado dicho elemento, por ese relacionamiento directo que tiene con las actividades agrarias. Las nuevas generaciones de las comunidades y campesinos han dejado de usar este elemento que es parte de una cultura, de una forma de ver el mundo, y de relacionarse con los otros. Si bien con el tiempo, el sombrero a sido tomado por los mestizos como elemento de moda, perdiendo con ello el significado inicial que tiene para una cultura. La reappropriación de un símbolo que identifica a una cultura por objetivos mercantiles es un atentado contra la identidad de un pueblo.



## ELEMENTOS DEL LOGOTIPO



# Trazo del Logo

*Faltan indicaciones, dan por supuesto que las imágenes dicen todo*



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA



# Proporciones mínimas

---

*Sin información*



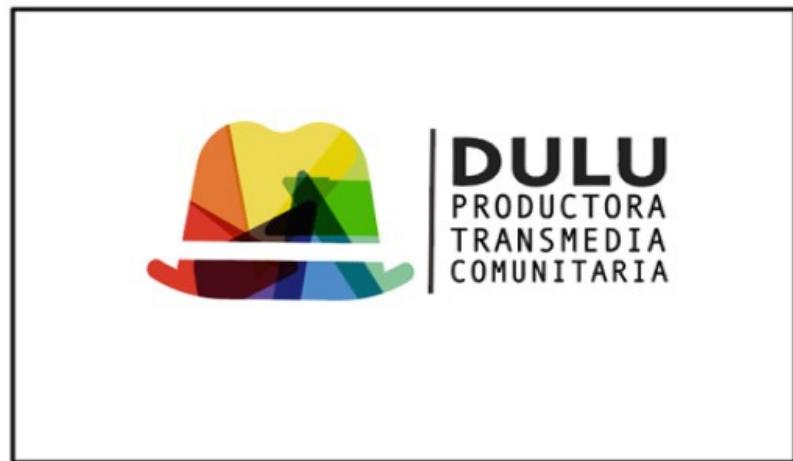
**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

*Faltan indicaciones*



# Proporciones mínimas

---





# Uso Correcto del logotipo

Versión Horizontal

Principal (Priorizable de acuerdo al formato)

ISOLOGOTIPO



30 mm x 25 mm

30 mm x 25 mm

5 mm  
4 mm  
4 mm  
4 mm

Espaciado:  
Dulu- Productora 2mm  
Productora-Transmedia 1 mm  
Transmedia-Comunitaria 1mm



# Uso Correcto del logotipo

## Versión Vertical Secundaria



30 mm x 25 mm

5 mm

4 mm

4 mm

4 mm

Espaciado:  
Dulu- Productora 2mm  
Productora-Transmedia 1 mm  
Transmedia-Comunitaria 1mm



# Uso Incorrecto del logotipo





# Colores Institucionales

---

## Colores básicos



PANTONE P4-14C



PANTONE P78-16C



PANTONE P45-16C



PANTONE P106-6C



PANTONE P30-15C



PANTONE P148-7C

Dada la importancia del color en la identificación y asociación de la marca, es imperativo mantener un estricto control en la reproducción de los artes, para evitar cualquier variación del mismo en los distintos procesos de impresión.



# Tipografía

---

Acumin Variable Concept

91 Integrantes de la familia tipográfica

Default

ExtraCondensed

Esta tipografía ha sido elegida por su modernismo, es simple, funcional, tiene un carácter atemporal y posee una extensa familia lo que nos da flexibilidad en su uso. Su uso obligatorio en todas las piezas de comunicación interna y externa como: cuerpo de texto, titulares, papelería corporativa, folletería, plegables, prensa, eslogan, rotulación y señalización. Para ayudar a construir una identidad visual sólida, distintiva y una imagen unificada usaremos esta familia tipográfica y sus variantes.



# Tarjeta de presentación

---



Dimensiones: 85mm x 55mm



# Sobre tipo carta y oficio

Dimensiones margen de la información de la empresa:  
216mm x 279mm



# Folders

15.9mm

68.5 mm

81.1mm x 12mm

#DULUPRODUCCIONES

Dimensiones: 190mm x 120mm

107.7mm x 50.8 mm

58.5 mm

39.8mm

Dimensiones: 480mm x 300mm

**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

**NUESTRA MISIÓN**

Producir audiovisuales transmedia de alto impacto a nivel nacional e internacional, para organizaciones, colectivos, empresas, socialmente responsables, que deseen dar a conocer sus proyectos, posicionar sus productos, registrar sus experiencias o generar cambios sociales. Generar producciones híbridas y herramientas comunicacionales, para incentivar propuestas comunitarias.

**NUESTRA VISIÓN**

En 2026 nos habremos consolidado como la productora pionera en elaboración de productos transmedia para comunidades, colectivos y proyectos sociales en el Ecuador

**DIRECCIÓN**

Galápagos y García Moreno

duluproducciones@gmail.com

096 129 3462      02 2572 684

[www.duluproducciones.com](http://www.duluproducciones.com)

TEJIENDO  
HISTORIAS  
CONTIGO



# Sellos

---



Dimensiones: 50mm x 50mm

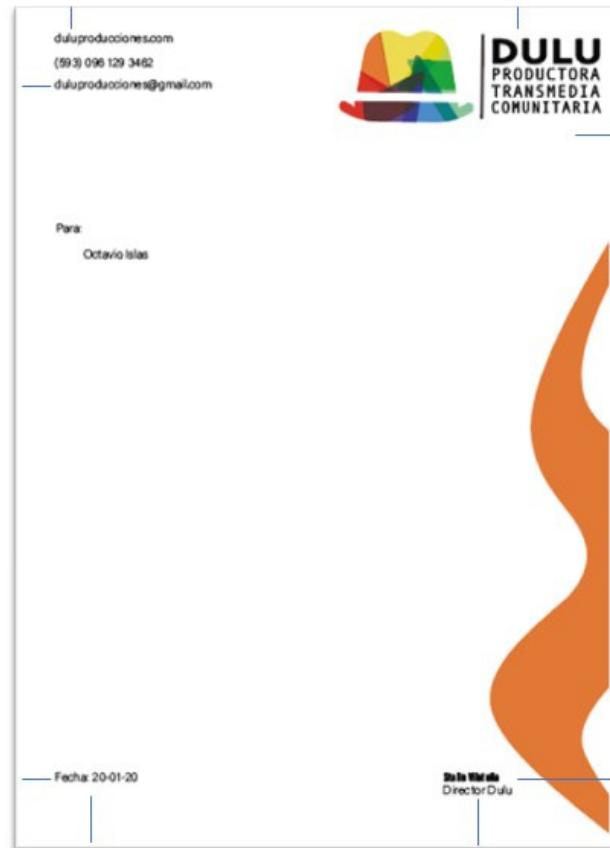
---



# Hojas membretadas cartas y oficio

---

Dimensiones margen de la información de la empresa:  
30mm x 30mm



Dimensiones margen del logo de la empresa:  
30mm x 30mm

Dimensiones margen de la fecha:  
30mm x 30mm

Dimensiones margen del nombre:  
30mm x 50mm



**FAX**



**DULU**  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

**Para:** Octavio Islas **De:** Stalin Vilatuña

**Fax:** 889 **Fecha:** 20-01-20

**Telefono:** 098 334 6791 **Páginas:** 1

**Asunto:** Tutoria **CC:** Mi pc

Urgente responder

---

Comentarios: Urgente



## FACTURA ELECTRÓNICA



**DULU PRODUCCIONES**  
Dirección: Galápagos y García Moreno  
Tel: (593) 0960129 3462  
Quito - Ecuador

Factura para: # De Factura  
Dirección: Fecha: 20-01-20  
Teléfono:  
RUC/C.I:

Subtotal:  
Na:  
Total:

Recibi Conforme

Firma Autorizada



# Portada y etiqueta CD-DVD

---





**Agencia DULU**  
Tejiendo historias contigo

**01** Title 01  
You can customize anything you see in this text-box.

**04** Title 04  
You can customize anything you see in this text-box.

**02** Title 02  
You can customize anything you see in this text-box.

**05** Title 05  
You can customize anything you see in this text-box.

**03** Title 03  
You can customize anything you see in this text-box.

**06** Title 06  
You can customize anything you see in this text-box.

DULU  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

**Agencia DULU**  
Tejiendo historias contigo

**01** Title 01  
You can customize anything you see in this text-box.

**02** Title 02  
You can customize anything you see in this text-box.

**03** Title 03  
You can customize anything you see in this text-box.

**04** Title 04  
You can customize anything you see in this text-box.

DULU  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

Tejiendo historias contigo

DULU  
PRODUCTORA  
TRANSMEDIA  
COMUNITARIA

Tejiendo historias contigo

MATRIZ PARA PRESENTACIONES DE POWER POINT: AGENCIA DULU





## Matriz empresas nacionales e internacionales

Pais	Nombre de la empresa	Sitio Web	Descripción de los servicios
Chile	CVA - Agencia Audiovisual	<a href="https://cva.cl/">https://cva.cl/</a>	Audiovisual - Eventos- Diseño - Digital
España	ROIncrease	<a href="https://roincrease.net/">https://roincrease.net/</a>	SEO - Social Media - Publicidad Online -
España	LowMedia	<a href="https://www.lowmedia.es/">https://www.lowmedia.es/</a>	Producción audiovisual para: Corporativos - Promocionales
Chile	Holy Monkey	<a href="https://holymonkey.cl/">https://holymonkey.cl/</a>	Diseño Web - Producción Audiovisual - Diseño Gráfico
Chile	Huemul	<a href="https://www.somoshuemul.cl/">https://www.somoshuemul.cl/</a>	Producción audiovisual de: Eventos - Música - Documental



Link matriz de empresas audiovisuales a nivel internacional:

<https://cutt.ly/TkQ8bDu>



# Matriz empresas audiovisuales Ecuador

## 31.10 Producción audiovisual.

\* Nombre de la agencia: Quna

\* Dirección Calle del Tejar 3-74 y Los Cedros. Cuenca - Azuay - Ecuador

\* Teléfono 593-984 006 340

\* Sitio web <http://quna.ec/>

## \* Principales servicios Post producción y producción audiovisual

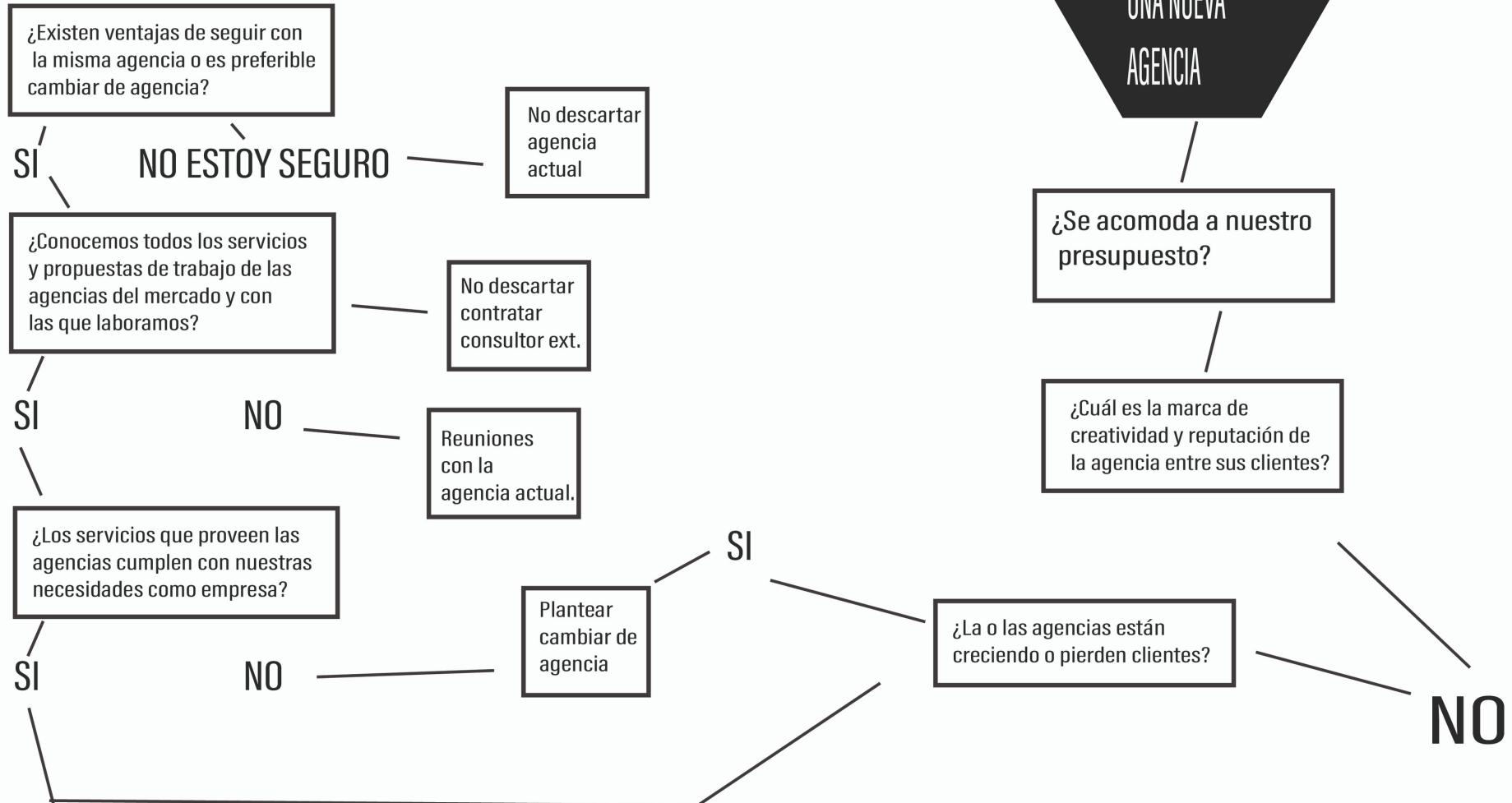
\* Contacto. freddy@quna.ec

## Link matriz de empresas prestadoras de servicios en comunicación:

<https://cutt.ly/xkQ8Tbv>



# Flujograma elección empresa





## Elección del problema

---

Antecedentes: Apegados a la idea de crecer junto con las organizaciones sociales y/o comunidades, nuestra filosofía de empresa plantea la necesidad de desarrollar formación a través de la educación. Nuestra experiencia desde la academia nos permite ser formadores de comunicadores comunitarios dentro de las comunidades y organizaciones, para que estos puedan manejar a su vez, a partir de una serie de talleres, las herramientas que el trabajo en conjunto planteemos. Es decir, a la par que solventamos soluciones comunicacionales, proveemos teoría y práctica para manejar y pensar las soluciones planteadas a mediano y largo plazo.





## Relevancia del problema

---

La relación unilateral que el intercambio entre bienes y servicios plantea, indicaría que luego de provisto un servicio la responsabilidad social de la empresa proveedora, desaparece.

DULU al ser una agencia que nace de la necesidad de establecer lazos con las comunidades y organizaciones, fiel a su filosofía institucional requiere continuar con el trabajo a mediano y largo plazo para asegurar que las herramientas planteadas, frente a un reto comunicacional, puedan ser usadas y desarrolladas por los mismos miembros de la organización a partir de talleres de capacitación los mecanismos propuestos, para que estos miembros a partir de la experticia en el desarrollo de dicha metodología puedan proyectar a futuro soluciones sostenibles a estos otros problemas.





## Mapa de actores críticos

---

**ALIADOS:** Miembros de la comunidad (Comunicadores comunitarios)

Personas interesadas en desarrollar el grupo de comunicación de las comunidades y organizaciones para aprender las herramientas teóricas y prácticas y plantear soluciones comunicacionales a otros problemas a futuro.

**Gobiernos locales:**

Que puedan proveer también de capacitación en herramientas tecnológicas o infraestructura para el desarrollo de talleres. Así mismo de fondos concursables para el desarrollo de proyectos





# Mapa de actores críticos

## OPOSITORES: Actores políticos

Actores políticos que busquen la desintegración de la organización o comunidad con la que se desarrolle el trabajo.

## Tiempo y dedicación:

Para todo proceso de capacitación, el interés y predisposición de los miembros que reciben los conocimientos es primordial, el factor tiempo y otras actividades que por lo general tienen estos miembros dentro de la organización inciden a favor o en contra de los procesos.





## Mapa de actores críticos

---

**INDIFERENTES:** Otras comunidades aledañas

Miembros de la sociedad que no pertenecen a esa comunidad, pero que podrían sumarse.

Gobierno Nacional que cumple con el desarrollo de políticas públicas a las que la comunidad podría acoplarse buscando el beneficio comunitario, a través de planes de gobierno.

Otros clientes

Comunidades u organizaciones diferentes que desarrollen trabajo con DULU.





# Objetivos de la Campaña 'Raíces'

---

## OBJETIVOS:

Fortalecer las organizaciones indígenas regionales.

Promover la inserción laboral de jóvenes pertenecientes a comunidades o nacionalidades del Ecuador que no han podido acceder a carreras universitarias.

Fidelizar a nuestros públicos mediante una participación permanente e inclusión en nuestros proyectos de trabajo colectivo.

Capacitar de las comunidades internas de comunicación en el manejo de herramientas y nuevas tecnologías para que aporten al desarrollo de proyectos en sus comunidades.

Organizar procesos de formación política que fortalezca a la integración de la comunidad.



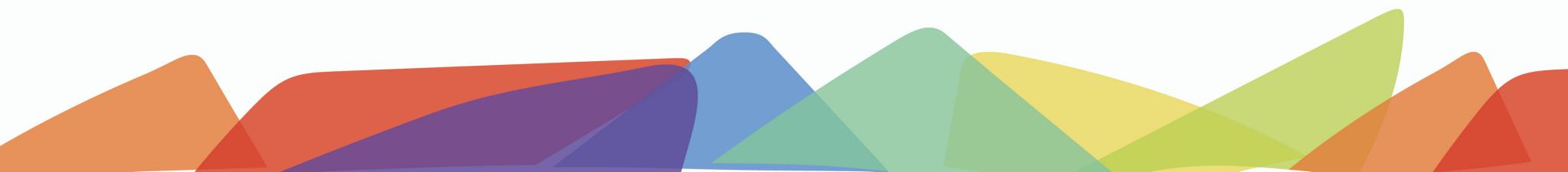


## Objetivos de la Campaña 'Raíces'

---

La propuesta "Raíces" para atención a las comunidades, organizaciones y grupos indígenas de la región, tiene como fin, el mejoramiento de su calidad de vida, fortaleciendo sus posibilidades de autogestión, apoyando sus propias formas productivas y respetando sus valores culturales mediante la formación y educación.

La dispersión de las comunidades, su reducido número de pobladores, su constante contacto con los colonos y empresas, la falta de consolidación de sus organizaciones y la poca atención de los gobiernos nacionales y regionales están forzando una aculturación y asimilación a la sociedad dominante en la región, sin considerar los deseos de las comunidades y sin la adecuada preparación y adaptación a las nuevas condiciones que les han sido impuestas, sin tampoco brindarles las herramientas educativas, sociales y técnicas.





## Comunicación Filantrópica

---

DULU busca por medio de su filosofía comunitaria establecer relaciones no solo comerciales con quienes buscan asesoría en comunicación, si no desarrollar trabajo con los miembros de las comunidades u organizaciones que confían en nosotros, por ello planteamos la necesidad de hacer un seguimiento al trabajo realizado, entendiendo las problemáticas de los sujetos sociales con quienes colaboramos y partiendo de la necesidad de resolver el problema a largo plazo, esto a través de la formación y capacitación en el manejo de las herramientas planteadas.

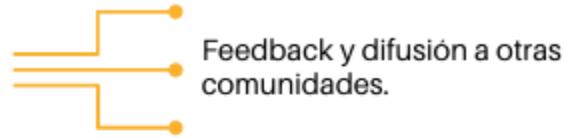




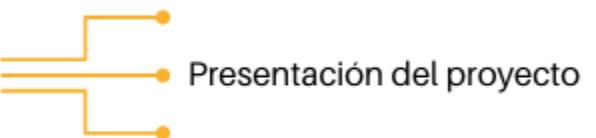
# Públicos Aliados

Miembros de la  
comunidad  
Gobiernos Locales  
Asociaciones amigas  
ONG'S

A. Informar sobre proyecto  
Raíces y pasantías



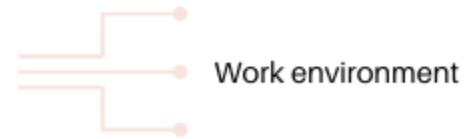
B. Evento presentación



C. Actividades de convivencia



E. Presentación en medios locales





# Públicos Opositores

Actores políticos

Tiempo y dedicación

Recursos humanos

A. Informar sobre proyecto  
DULU y Raíces

- Mostrar los compromisos sociales de DULU a la sociedad.

B. Legitimidad

- Buscar un reconocimiento de al menos 30% en actores políticos e influyentes que avalen la labor de DULU

C. Compromiso y respaldo

- Aporte y apoyo de actores, recursos y fortalecimiento a proyectos

E. Participación Pública

- Incidencia en medios locales y nacionales



# Públicos Indiferentes

Otras comunidades

Gobierno Nacional

Otros clientes

A. Informar a las comunidades aledañas



Incidir en comunidades aledañas acerca de los beneficios de DULU

B. Inclusión a proyectos



Lograr la participación de miembros de la comunidad a la elaboración de proyectos y capacitaciones.

C. Convocatorias



Convocatorias a autoridades para participar en el proyecto

E. Incidencia

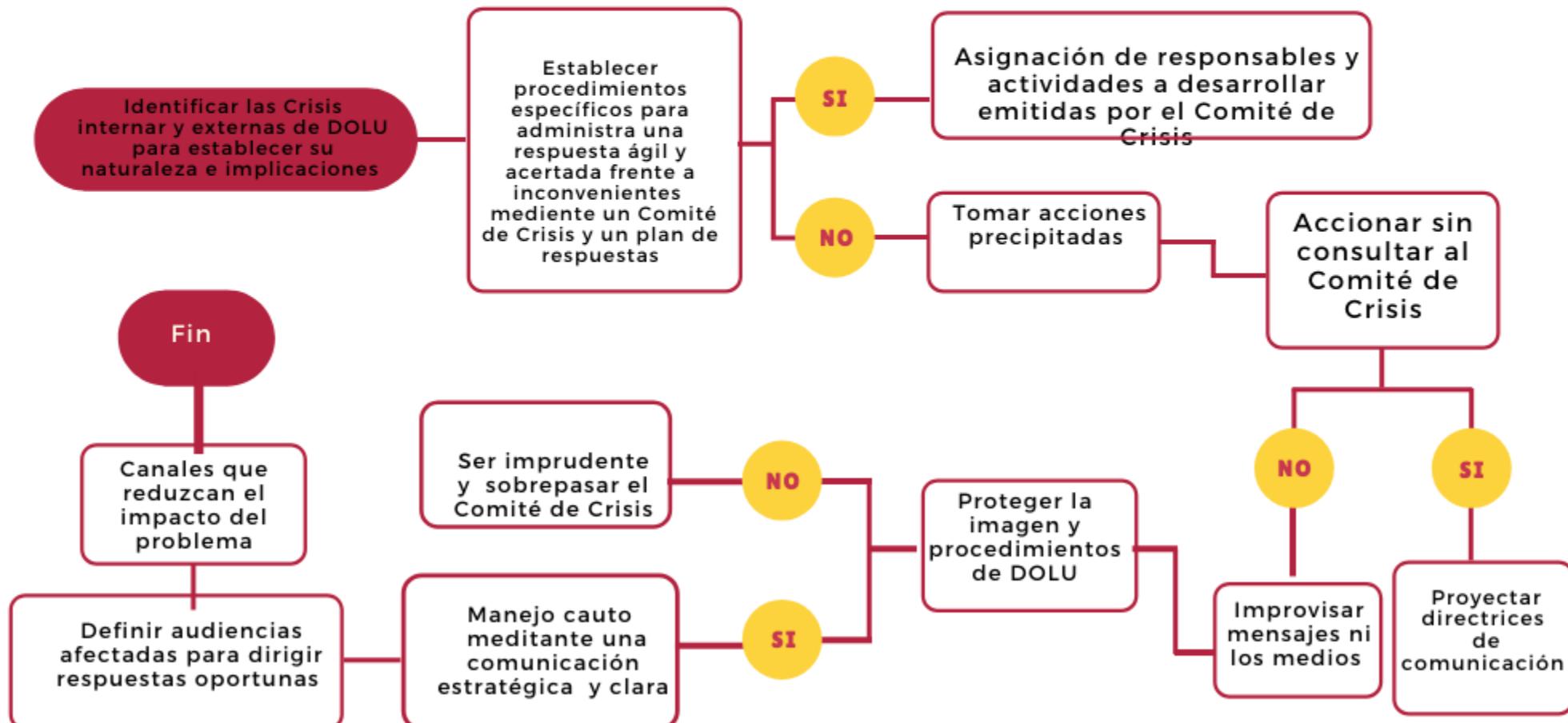


Búsqueda de contacto entre asociaciones



# FLUJOGRAMA ANTE UNA CRISIS

## ACCIONES





# ANÁLISIS FODA

## FORTALEZAS

Genera fuertes lazos con la comunidad.

Vínculo emocional mediante el seguimiento de procesos.

Capacitación y enganche de miembros de la comunidad al equipo.

## OPORTUNIDADES

Desarrollo en proyectos sociales y organizativos en los que se mueve nuestra empresa.

Ser considerados como una consultora líder a nivel País.

Programas de estímulos.

## DEBILIDADES

Enfoque comunitario limita la relación con otros públicos.

Su tendencia a lo social, podría disminuir su relación comercial

Que la comunidad capacitada prescinda de nuestros servicios.

## AMENAZAS

Organizaciones o empresas con mayor trayectoria.

Aumento de la competencia.

Cambio en las leyes estatales de impuestos y rubros a servicios comunicacionales.



## PROBLEMA ÉTICO

### **FILTRACIÓN DE INFORMACIÓN A MEDIOS NACIONALES**

**Archivos exclusivos para denuncia de compras de tierras en una comunidad fueron vendidas por una persona a medios nacionales debido a un hacker que se infiltró a los documentos audiovisuales**



FEBRERO DE 2021 | NÚMERO 3

# ESPECTADOR

El boletín de las Nacionalidades Indígenas



## NOTICIAS

### Acciones legales

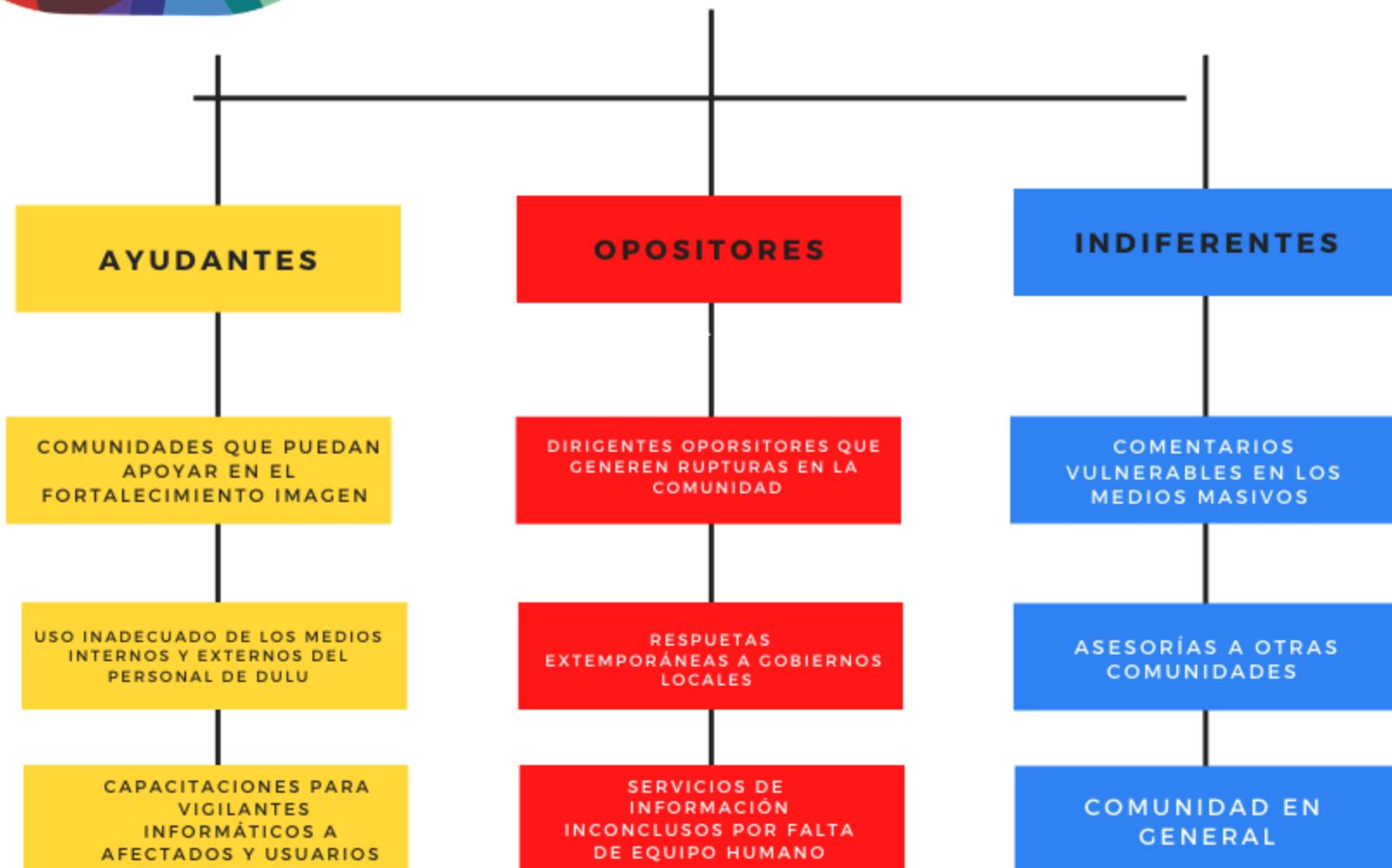
#### PERSONAL INFILTRADO ROBA PRUEBAS A FAVOR DE TEXACO

Recientemente "Dulu", una de las empresas líderes en comunicación audiovisual y quienes son pioneros por su trabajo en comunidades indígenas del Ecuador, fue acusada de vender material exclusivo que servía para acusar a invasores de territorio y que traerían ganancia absoluta a la comunidad de Base Unión en la Amazonía.

Los abogados de la firma respondieron que la demanda de la comunidad no podría proceder, debido a que una de las personas implicadas fue un espía de Texaco, quien se hizo pasar por empleado de la empresa y sustrajo el material. Sin embargo, especialistas argumentan que, precisamente por ese hecho, habrá repercusiones tanto para la empresa como para la persona acusada de la sustracción del material.



# MAPA DE ACTORES CRÍTICOS





## Evaluación de la Crisis

V

- Evaluar los precedentes de las fuentes y su credibilidad.
- Registro de casos y verificación de las fuentes.
- Precedentes de las fuentes de información.

S

- Mediante la activación de un centro de monitoreo y seguimiento de la situación se pudo conocer la incidencia a nivel nacional.
- Los niveles de afectación en la imagen de DULU son bajos y existe solidaridad con la empresa.

A

- Si bien existe desconfianza en públicos indiferentes , la incidencia de la noticia dio a conocer a DULU.
- Impacto en los medios de comunicación y difusión

R

- El Grado de Impacto si bien fue de incidencia pública beneficio a los lazos de la comunidad por el perjuicio externo.
- El apoyo de ONG´s amigas disminuyó el impacto.





## REPERCUSIONES EN EL MERCADO

La empresa deberá estar cada vez más preparada para hacer frente a los ciberataques e infiltrados a su empresa debido al valor y confidencialidad de los archivos que reposan en su poder.

La Credibilidad, reputación y participación en el mercado de la empresa tuvo una incidencia considerable, sin embargo, la fortaleza y relaciones con la comunidad fue un pilar fundamental.



## Recomendaciones a audiencias clave

Frente a un momento crítico en DULU, el Comité de Gestión de la Comunicación en Situación de Crisis debe actuar con prontitud, seriedad y firmeza transmitiendo mensajes controlados frente a cualquier adversidad.

Conocimiento y primera evaluación de los hechos

Transmitir mensajes que detonen preocupación por afectados

### AYUDANTES

## CONTENIDO DE MENSAJES

#### DULU HA SIDO SABOTEADO

Emitimos disculpas públicas por la terrible experiencia que la comunidad de Archidona está pasando por el robo de material audiovisual de nuestra base de datos.

DULU ha sido perjudicado por el robo de archivos confidenciales que un grupo de infiltrados sustrajo de nuestras instalaciones.

### OPOSITORES

Difusión  
Investigaciones con sustento y aclaraciones

Actuar con  
Transparencia y apertura

### INDIFERENTES

#### Control

Impacto de los hechos y difusión de mensajes

#### Evitar

Especulaciones y opiniones personales



# Procedimientos de las unidades

## Acciones por realizar

---

### Plan de respuesta

Documento que contenga con claridad la situación y las posiciones a adoptar públicamente

### Descripción de la situación

Una vez desarrollada la idea concreta de la crisis, determinar el Comité de Crisis

### GUÍA

### Elección de Medios

Elección del portavoz o portavoces específicos e influyentes para aminorar el impacto

### Mensajes

Creación de mensajes oportunos, empáticos y sencillos



# ORGANIGRAMA COMITÉ DE CRISIS

Conocer de primera mano los detalles del inconveniente organizacional.

Convocar al Comité de Crisis

**BYRON GALLARDO**  
PRESIDENTE

Direcciona la crisis

Responsable de la política de la organización y Presidente del comité

**STALIN VILATUÑA**  
VICEPRESIDENTE

Contribuir en la toma de decisiones que corresponda en beneficio general de la empresa.

Toma de decisiones operativas

**ALEJANDRA VALLEJO**  
ASESORA DE COMUNICACIÓN

Planear los mensajes, las estrategias comunicativas y medios respectivos para administrar la crisis.

Implementar y monitorear las estrategias comunicativas propuestas en el Comité.

Anuncios de comunicación

**APAWKI CASTRO**  
RELATOR DE CRISIS

Preparación de declaraciones, mensajes y documento

Coordinar la logística necesaria para el funcionamiento del Comité.

DULU debe estructurar un Comité de Gestión de la Comunicación en Situación de Crisis conformado por Directivos de la empresa que sean piezas claves en el proceso de afrontar momentos de adversidad y que conozcan ampliamente el funcionamiento interno y externo de la organización.



## Objetivos Crisis

### Estrategia de solución

Disminuir la percepción de riesgo en nuestro público aliado

Informar con claridad acerca de la afectación de lo sucedido

Brindar soluciones y apoyo a los afectados mediante estrategias y medios aliados.

Detectar inconvenientes que afecten a la empresa

Reducir hasta desaparecer la crisis con sus grados de influencia

El objetivo principal será reducir posibles implicaciones y daño a la imagen de la empresa.



# Inventario Sala de Crisis

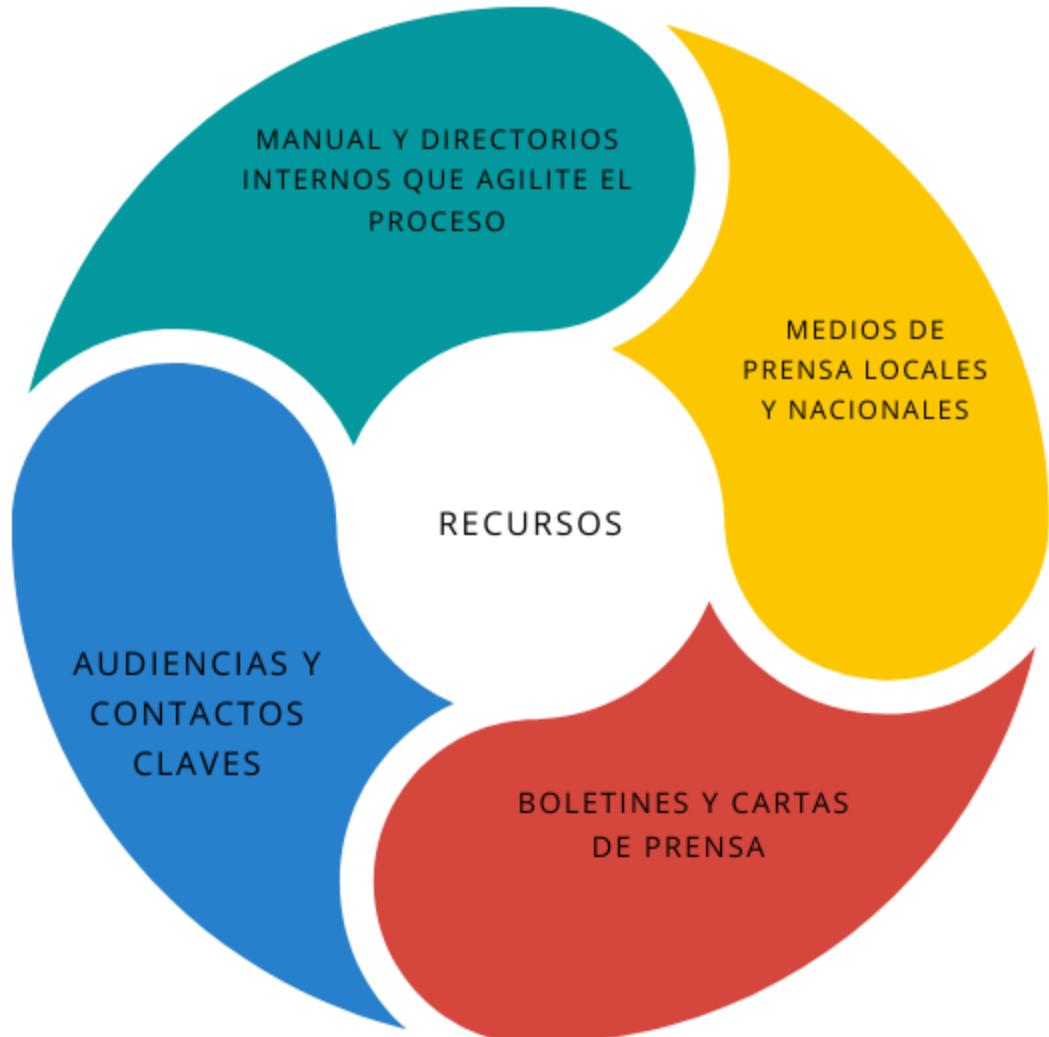
Infraestructura y equipamiento necesarios  
así como del recurso humano para accionar  
a tiempo.





# Inventario Maleta de Crisis

Es fundamental contar con un Manual de Manejo de Crisis que permita resolver con prontitud un problema que se presente.





# Manual de Crisis

**01**

Identificación del problema:  
Análisis y monitorización para  
conocer el alcance de la crisis

**02**

Reducción: Respuestas rápidas  
mediante un manejo adecuado de  
información y mensajes

**03**

Evaluación: Establecer rangos en  
función del carácter potencial y  
gravedad de la misma.

**04**

Actuación: Indicadores para  
neutralizar y reducir la  
gravedad de la crisis.

**05**

Aprendizaje ,  
seguimiento y  
replanteamiento: Ver  
fallas, analizar procesos,  
estudiar factores y  
corregir procesos.

**06**

Equipo Social Media: Control de flujos de información,  
influencers, herramientas digitales. Portavoz oficial



## **MENSAJE CLAVE**

Es fácil saber que los principales beneficiarios de DULU son las comunidades y pueblos que luchan activamente por condiciones de vida dignas. Por eso creemos que es admirable su capacidad de organización, acción que permitió capturar a los cómplices de la infamia que pretendían obstaculizar los esfuerzos por cuidar del territorio amazónico.

Los usurpadores del material visual , así como equipos, admitieron que habían recibido una gran cantidad de dinero.

Gracias al apoyo de toda la comunidad, organizaciones y poblaciones cercanas, DULU seguirá fortaleciendo con su trabajo a la lucha de los derechos y una vida digna mediante la denuncia social.



PRIMERA SEMANA

---

# MEDIOS INFORMATIVOS



El medio principal a utilizar sería la **RADIO DE LANCEROS DIGITALES**, medio digital que transmiten la información de los pueblos y nacionalidades, organizaciones y movimientos sociales. Además de la Radio frecuencia AM Y FM de la localidad y provincias de la sierra.

Televisión Nacional y redes sociales.





## **CAMBIOS MEDIANO LARGO PLAZO**

Después de la crisis ocurrida que repercutió en el funcionamiento habitual de DULU, se determina una evaluación a profundidad de lo sucedido para sentar precedentes que permitan detectar y accionar en futuros casos, así como mantener un comité activo que detecte síntomas de problemas; y reformular de ser necesario las medidas adoptadas para que estas tengan vigencia y permitan solucionar de manera ágil cualquier inconveniente o suceso.



## Logotipo del nombre sustitutivo

---

Nombre sustitutivo: IMAYKUNA

Que significa elementos en Kichwa.

Representa a los cuatro elementos de la naturaleza  
de donde provenimos y por los cuales nos  
fortalecemos también.





**MICROSITIO**

<https://sociostalin.wixsite.com/dulupro>