



Estrategia de Comunicación Fundación Charles Darwin 2016



Contenido

I. OBJETIVOS DEL GRUPO DE TRABAJO	1
II. INTRODUCCIÓN Y MARCO GENERAL.....	1
MANDATO DE LA FCD (ESTATUTOS ACTUALES DE LA FCD):.....	2
PRINCIPALES OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:.....	2
PAUTAS GENERALES DE LA COMUNICACIÓN :.....	2
III. NUESTRO PRINCIPAL PÚBLICO OBJETIVO Y NECESIDADES.....	2
NECESIDAD DE DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES ADECUADA Y EFECTIVA:.....	3
IV. PRINCIPALES HERRAMIENTAS PARA UNAS COMUNICACIONES MEJORADAS Y EFECTIVAS.....	4
V. IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES BRECHAS Y DE LOS OBJETIVOS INMEDIATOS.....	5
VI. ACCIONES PRELIMINARES PROPUESTAS PARA ALGUNOS OBJETIVOS-PÚBLICO ESPECÍFICOS.....	6
VII. ANEXOS.....	8
TABLA DE ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA LA COMUNICACIÓN	11



ESTRATEGIA DE LA FCD PARA LA COMUNICACION

19 de abril, 2016 (Actualizado a finales de mayo, 2016)

Fundación Charles Darwin (FCD)

Grupo de trabajo para la comunicación*: *Por resolución de la Asamblea General de la FCD, reunida en Quito el 16 de noviembre de 2015, se creó un grupo de trabajo institucional temporal para la comunicación. Primeros miembros designados por la AG: Arturo Izurieta, Paola Díaz Freire, Luis Maldonado y John Loudon

I. OBJETIVOS DEL GRUPO DE TRABAJO

Desarrollar una estrategia integral de comunicación para la Fundación Charles Darwin y su unidad operativa en el archipiélago, la Estación Científica Charles Darwin. El primer paso será desarrollar un esquema de acciones inmediatas y una línea base de pautas con el fin de crear una estrategia de comunicación sistematizada e integral para la organización.

La **estrategia de comunicación debería formar parte del Plan Estratégico de la organización** para los tres próximos años, con la finalidad principal de compartir nuestro trabajo y nuestras experiencias con Galápagos, Ecuador y el mundo. La estrategia debe incluir **objetivos específicos, metas y etapas a corto, medio y largo plazo.**

II. INTRODUCCIÓN Y MARCO GENERAL

Los diferentes niveles de la Fundación Charles Darwin, así como otros agentes y grupos interesados, directa o indirectamente relacionados, **han identificado importantes brechas en la comunicación institucional que exigen la toma de acciones.** La propuesta más aceptada es la de **desarrollar una Estrategia General de Comunicación actualizada.**

Teniendo en cuenta la importancia de compartir los principales logros, la excelencia del trabajo científico y las actividades complementarias que dirige la Fundación Charles Darwin, y la necesidad de mantener a los actuales y futuros públicos objetivo/meta oportuna y correctamente informados acerca de acciones, planes, eventos y logros de la FCD y de la ECCD, se considera la estrategia de comunicación como una herramienta



clave para mantener apropiada y permanentemente al corriente al público interesado específico, así como al público en general, local, nacional e internacional.

Esta estrategia abordará la comunicación con grupos interesados específicos (por favor ver abajo el listado concreto de “público-objetivo”) como son: el Gobierno de Ecuador y sus oficinas y agencias ligadas a Galápagos; donantes actuales y potenciales; la comunidad local de Galápagos; los medios nacionales de Ecuador; líderes de opinión nacionales e internacionales; el público en general de Ecuador que sabe poco o mal acerca de lo que hace la FCD y un objetivo global de llegar al público en general, esto último especialmente a través de redes sociales.

MANDATO DE LA FCD (ESTATUTOS ACTUALES DE LA FCD):

- Realizar investigación científica.
- Divulgar los resultados de la investigación.
- Asesorar al Gobierno de Ecuador para la conservación del medio ambiente
- Contribuir al proceso de formación de políticas con información técnica, precisa y oportuna.
- Desarrollar acciones para incrementar la capacidad local y nacional para la conservación del medio ambiente.

PRINCIPALES OBJETIVOS GENERALES DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

1. **Ampliar, aumentar y mejorar** el mantener debidamente informado de nuestro trabajo en Galápagos al público en general y al público objetivo específico.
2. **Fortalecer la calidad y los cronogramas** de comunicación con los miembros de la Asamblea General, el Gobierno, donantes (actuales y futuros) y con todo el público objetivo.
3. **Mejorar** la divulgación de información sobre nuestra investigación científica.

DIRECTRICES GENERALES DE LA COMUNICACIÓN:

Para todos: No olvidar la necesidad de mantener regularidad, precisión y formatos y contenidos interesantes en todos los medios y herramientas de comunicación.

Para donantes: Recordar los diferentes intereses y niveles de importancia financiera, la condición de socios estratégicos, de donantes permanentes y habituales, de donantes ocasionales y potenciales, etc. de acuerdo y en coordinación con el área de recaudación de fondos de la FCD.



Para el Gobierno de Ecuador, autoridades, comunidad académica y científica:
Tener en cuenta los diferentes niveles de influencia: política, científica, colaborativa, etc.

III NUESTRO PRINCIPAL PÚBLICO OBJETIVO Y NECESIDADES

- Gobierno de Ecuador en todos los niveles y agencias relacionadas.
- Donantes actuales y potenciales (Recaudación de fondos).
- Interno-institucional: Miembros de la FCD en todos los niveles: Asamblea General, Junta Directiva, ejecutivos, administradores, empleados, voluntarios, otros.
- Comunidad local.
- Comunidad científica nacional e internacional.
- Medios nacionales e internacionales.
- Público en general, nacional e internacional.

NECESIDAD DE DESARROLLAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ADECUADA Y EFECTIVA:

ACCIÓN	ESTADO ACTUAL (finales de mayo 2016)
Identificar brechas, fisuras y fallos específicos de comunicación	Hecho
Identificar las necesidades y requerimientos particulares del público objetivo.	Hecho
Identificar necesidades y recopilar comentarios del personal interno de todas las áreas.	Hecho (a través de la consultoría Campbell y Cía.)
Definir la necesidad de recursos humanos.	Hecho en pa
Definir los requerimientos de equipamiento y de otros materiales.	Pendiente
Definir un presupuesto.	Pendiente
Identificar y priorizar mensajes clave.	Hecho en parte (documento de mercadeo de Swencks e informe de



	Campbell y Cía.
Encontrar y contratar buenos narradores, profesionales con experiencia, que se ajusten a las necesidades particulares de comunicación de la FCD y a las de su público objetivo. Todas las piezas y materiales deben ser diseñadas en palabras e imágenes que impacten positivamente en los lectores y espectadores.	Hecho en parte (Mediante el plan de gestión para la Sala de Exhibiciones de Charles Darwin)
Organizar un taller especializado para incorporar elementos de interesados internos y externos, socios estratégicos y expertos en comunicación a fin de validar y poner en práctica una Estrategia de Comunicación bien definida, clara, efectiva y dinámica para ser aplicada lo antes posible en 2016 a corto, medio y largo plazo.	Pendiente
Definir el presupuesto de operación para financiar la visión de la Estrategia de Comunicación	Pendiente

IV. PRINCIPALES HERRAMIENTAS PARA UNA COMUNICACIÓN MEJORADA Y EFICAZ

1. Entrada en vigor 2016: Organizar una reunión por Skype una vez al año (a mediados de año) dirigida por el Director Ejecutivo y / o el Presidente, para fomentar la comunicación bidireccional efectiva entre los miembros de la Asamblea General y los diversos niveles de la Junta Directiva y Ejecutivos.
2. Actualizar y promover el sitio Web de la FCD.
3. Publicar la nueva versión de Investigación en Galápagos.
4. Publicar el Informe Anual (en progreso la producción del Informe Anual de 2013, 2014 y 2015)



5. Producir un documento estratégico de información institucional de la FCD (quienes somos, qué hacemos) con la explicación del marco de actividad de la FCD para las autoridades, donantes actuales y potenciales, Vips.
6. Desarrollar herramientas y medios de comunicación específicamente diseñados para los diferentes tipos de donantes con propuestas buenas, interesantes y acertadas para la recaudación de fondos.
7. Comprometer y formalizar acuerdos de colaboración con el voluntario, experto en comunicación científica, Clive Wilkinson de Australia (en progreso); apoyo eventual del miembro en funciones de la AG Paula Tagle y de todos los demás contactos sugeridos durante la discusión abierta de la Decimosexta Asamblea General de noviembre.
8. Involucrar a contactos de medios nacionales selectos y de algunos internacionales.
9. Producir boletines informativos regularmente y especiales para público objetivo específico.
10. Actualizar, mejorar y sistematizar la producción y difusión de informes científicos.
11. Monitoreo regular del alcance de los medios sociales.
12. Producir folletos para proyectos específicos y material informativo para que se lleven los visitantes.
13. Producir videos de 4 minutos y/o videoclips de 30 segundos de alta calidad con información del trabajo que se realiza en general y
14. Contactar con universidades y crear una lista de comunicadores.
15. Material fotográfico.
16. Reformar y mejorar la nueva Sala de Exhibiciones (en progreso y la pre-inauguración planificada para el 14 -15 de abril / la inauguración oficial para el 16 de junio de 2016) y el sendero de visitantes.



17. Entrenamiento para el personal científico y otros portavoces (en progreso por Clive Wilkinson).
18. Implementar una comunicación, conexión e interrelación efectiva, ágil y positiva entre todos los niveles internos, miembros y personal de la FCD-ECCD.
19. Involucrar en la Sala de Exhibiciones “Charles Darwin” a los visitantes locales, nacionales e internacionales.
20. La Sala de Exhibiciones debe ser la tarjeta de presentación para atraer a posibles donantes.

III. IDENTIFICACIÓN DE PRINCIPALES VACÍOS Y DE OBJETIVOS INMEDIATOS

Los diferentes niveles de la Fundación Charles Darwin, así como otros agentes y grupos de interés directa o indirectamente relacionados han identificado las siguientes brechas importantes:

1. **El Gobierno de Ecuador** (GdE) y la FCD tienen una interacción irregular y una comunicación a diferentes niveles. **Objetivo:** mejorar la regularidad, la frecuencia y la calidad. Empezar una campaña contactando a todas las autoridades relevantes.
2. **Asamblea General:** comunicaciones inconsistentes e irrelevantes con miembros de la Asamblea General. **Objetivo:** mejorar la regularidad, frecuencia y calidad de las comunicaciones.
3. **Donantes:** necesidad de mejores herramientas para motivar la recaudación de fondos. **Objetivo:** mantener una comunicación cálida, informativa, enfocada y objetiva con donantes actuales y futuros. No demasiado, no demasiado poco; cuando sea necesario hecha a medida. Seguir las recomendaciones de Campbell y Cía. (recaudación de fondos a alto nivel).
4. **Comunidad científica:** comunicación insuficiente e irregular sobre lo que hacemos en todos los niveles entre la comunidad científica y académica. **Objetivos:** a) mejorar la información, p. ej. compartir documentos científicos y publicar de nuevo el Informe Galápagos (bianual); b) Recopilar publicaciones



científicas y el Informe Anual; c) Compendio de Ciencias de Galápagos (3er año);
d) Audiencias específicas: universidades y otras instituciones educativas.

5. **Público en general, local, nacional, internacional:** escasez de información adecuada acerca del trabajo de la FCD. **Objetivos:** a) mejorar el conocimiento del público en general sobre nuestro trabajo en Galápagos; b) experiencia de los visitantes actuales: p.ej. Sala de Exhibiciones y sendero de visitantes; c) medios nacionales: traer por dos días a líderes de opinión de los medios nacionales a la FCD en Galápagos e incluir visitas de campo y talleres (2do año). * Coordinación entre la FCD, el Directorio del Parque Nacional y el CREG (Consejo de Gobierno de Galápagos).
6. **Interno FCD – ECCD:** información sencilla pero esencial en como la FCD aborda las necesidades de las diferentes audiencias para compartir e incitar a todo el personal de la FCD, de manera que haya un compromiso institucional en lo que se está comunicando (Se han establecido reuniones generales mensuales del personal para comunicar mensajes importantes).

***Advertencia:** la Estrategia y las acciones subsecuentes deben tener cuidado en no crear expectativas que no puedan ser cumplidas ya que esto podría convertir las oportunidades en riesgos.

VI. PROPUESTAS DE ACCIONES PRELIMINARES PARA PÚBLICO OBJETIVO ESPECÍFICO

1. Gobierno de Ecuador

Reuniones con el nuevo Ministro, Director del SPNG, Consejo de Gobierno de Galápagos, Ministro de Asuntos Exteriores, MAGAP, Ministerio de Turismo (Meetings with new Minister, GNPD Director, Galapagos Government Council, Ministry of Foreign Affairs, MAGAP, Ministry of Tourism. (Regularmente cada año).

2. Asamblea General

- Una reunión por Skype a medio año. Reuniones no oficiales de la AG para hacer el seguimiento de la última Asamblea General; retroalimentación, actualización de información y discusiones abiertas sobre decisiones institucionales y diseño de políticas. A empezar desde el 1er año.



- Mecanismos para comunicar sobre el trabajo actual a la AG: una vez al mes, mandar regularmente un resumen con los enlaces de las noticias actuales, o información de publicaciones relevantes, a la lista de correo electrónico de la AG. Invitación a inscripciones del Boletín Informativo de la FCD. A empezar a finales del 1er año.
- El Plan Estratégico de la FCD debería incluir a la Asamblea General en el documento considerando el rol de la AG y la manera de fortalecer y fomentar una mejor comunicación y la participación activa de los miembros de la AG en las decisiones de la organización.
- Los elementos clave para vincular a los miembros de la AG con la Junta Directiva y los niveles ejecutivos son: 1. El acuerdo con el Gobierno de Ecuador; 2. Recaudación de fondos de alto nivel y 3. Progreso general de las comunicaciones, actividades relevantes, acciones e incremento de la información producida. (En progreso, Plan Estratégico de la FCD).

3. Donantes

- Cada trimestre el Presidente y el Director Ejecutivo enviarán a donantes de alto nivel un resumen de dos páginas (5 páginas con fotografías) con información (una imagen general del trabajo). A empezar el 1° de abril de 2016.
- Seguir enviando cada mes boletines informativos a los suscriptores (inscribirse). (En progreso).
- Tener el Plan Estratégico y el Informe de Impacto actualizados, impresos y disponibles para donantes potenciales, Vips (fines de 2016).

4. Comunicaciones de Ciencia

- Apoyo del voluntario especializado Clive Wilkinson. (En progreso)
- Reactivar Informe Galápagos. que pasará a llamarse: Recopilación Anual de la Investigación Científica en Galápagos (recopilando todas las publicaciones realizadas en revistas científicas) 2do. año.
- Folletos para proyectos específicos – 2do. Año.

5. Público en general

- Resumen de la información institucional de la FCD. Editar un documento completo, profesionalmente diseñado, de seis a siete páginas para donantes potenciales con el resumen de lo que hacemos, quiénes somos, por qué lo hacemos. Primer semestre del 2do año.



- Para noviembre de 2016: Documento con el Informe de Impacto finalizado y presentado. Para publicar en nuestro sitio web y distribuir en AG Ordinaria (Equipo de recaudación de fondos).
- Folleto para la Sala de Exhibiciones (para llevar, que quepa en el bolsillo): una ojeada de quienes somos, nuestros principales proyectos, como se puede contribuir, etc. (El dossier ya ha sido editado, está disponible en línea y en la Sala de Exhibiciones).
- Actualizar, renovar o rediseñar el sitio web (IGM, Yachay): Primer semestre del 2do año, dependiendo de la financiación. Actualizar el contenido y las imágenes.
- Producción de textos: Paula Tagle, Clive Wilkinson con su colaboración para la estrategia narrativa.
- Producción de video de 30 segundos y de 4 minutos (1er año, a mediados del último trimestre. Una vez firmado el nuevo acuerdo, el video puede producirse para su inmediata distribución. Sam Ham podría escribir el guión, usando archivos de material de videos. (Producción de videos para la Sala de Exhibiciones en español e inglés completada).

6. Personal de la FCD

- Comunicar a todo el personal del progreso de nuestra ciencia, de nuestro esfuerzo y de las políticas institucionales con el fin de generar conciencia institucional y poder ser embajadores con vistas a compartir la información con visitantes y otros grupos (se ha fijado una reunión general mensual con el personal).

6.1 Estructura del área de comunicación.

- Plantilla necesaria para cubrir las necesidades de comunicación de la FCD.
- Requisitos de producción (informes anuales, nuevo sitio web, impresión de folletos, elaboración de folletos, producción de videos, Sala de Exhibiciones)
- Presupuesto *

* Pendiente (dependiendo de disponibilidad de presupuesto)

VII. ANEXOS

Anexo I



SEGUNDO Y TERCER ENCUENTROS DEL GRUPO DE TRABAJO DE COMUNICACIÓN: 2 y 17 de diciembre, 2015

Dentro del marco establecido en las líneas precedentes para elaborar el borrador de un documento de trabajo el grupo de trabajo de comunicación se reúne para una segunda sesión de trabajo en Quito el 2 de diciembre de 2015, durante cerca de cuatro horas en las oficinas de la FCD con la presencia de Arturo Izurieta, Paola Díaz y Luis Maldonado, miembros del grupo de trabajo. Felipe Cruz y Diego Bonilla, consultores que trabajan en el Plan Estratégico Trienal de la FCD se unen por unos minutos hacia el final de la reunión.

El propósito principal de la reunión es el de revisar el documento de trabajo preliminar y hacer observaciones generales sobre los objetivos, metodología, planificación en general y el desarrollo de la estrategia de comunicación.

Los miembros del grupo de trabajo Luis Maldonado y Paola Díaz se vuelven a reunir en la oficina de la FCD en Quito el 17 de diciembre de 2015 para revisar el nuevo borrador actualizado del documento y de ajustar su contenido y su estructura. Los miembros intercambiarán internamente un nuevo documento de trabajo para revisar, pulir y enmendar si fuera necesario un cuarto borrador a ser revisado en una nueva reunión planificada para el 29 de diciembre de 2015 en la oficina de la FCD con el propósito de elaborar un documento actualizado lo suficientemente consistente para ser socializado entre todos los otros miembros del grupo de trabajo, previa difusión a otros niveles.

Anexo II.

Elementos clave para la comunicación de la FCD efectiva de la FCD:

- Narrar las noticias acerca de nuestro trabajo de manera interesante y atractiva.
- “Vender” como únicos y determinantes los logros de la organización.
- Enfatizar nuestro trabajo científico pasado, presente y futuro en Galápagos (Programas, proyectos, etc.).
- Lo que hace la FCD necesita ser conocido más amplia y efectivamente con un mayor alcance.
- Es vital la redacción especializada (narrativa).
- Asegurar la difusión oportuna de la información acerca de los logros, monitoreo, seguimientos y resultados en diferentes medios identificados y al público objetivo.



Anexo III.

Otras herramientas prácticas sugeridas para su inmediata implementación (John Loudon):

- Asegurar que su sitio web sea claro, informativo, actualizado y ameno en su lectura.
- Asegurar que su Informe Anual sea un documento atractivo, impreso y en PDF, con muchas explicaciones de acontecimientos del año pasado incluyendo fotos impactantes. Mantengan sencilla la parte financiera.
- Desarrollar un folleto sencillo que quepa en el bolsillo de su chaqueta, o billetera. Este tiene que contar su historia, de manera clara y sencilla (para grupos de interés que no estén implicados, pero que debido a su historia y a la explicación clara en este pequeño folleto de todo lo que hacen, puedan convertirse en sus mayores donantes, por amor a Galápagos).
- Generar un video de 4 minutos, o para algunos casos podría ser de 10 minutos, así que deberían hacer dos versiones. Inviertan mucho dinero en esto.
- Un video narrativo, con una visión general del POR QUÉ de su existencia. Intenten hacer preferiblemente una presentación documental de la FCD que les emocione/les haga saltar las lágrimas. Después de 4 minutos el espectador debe pensar: “Dios mío, no sabía que la FCD tuviera tal impacto en el mundo. Si fallamos en conseguir nuestras metas en Galápagos nos enfrentamos a un destino más dramático que se reflejará en el resto del mundo. Galápagos DEBE alcanzar sus metas a través del único socio lógico y original: la FCD.

Anexo IV.

Mensajes:

(Mensajes clave tomados de un documento sugerido por un experto en comunicación del Zoológico de San Diego en junio de 2015 cuando Arturo comenzó a trabajar como Nuevo Director Ejecutivo, esto podría ser útil):

- La Fundación Charles Darwin (FCD), a través de su trabajo científico, está dedicada a preservar el patrimonio ambiental único de las islas Galápagos.



- La FCD ha seguido evolucionando a través de los años para adaptarse a las cambiantes circunstancias ambientales, sociales y económicas. La FCD mantiene su aplicabilidad a los tiempos modernos.
- La FCD reconoce la importancia de la sostenibilidad de su misión y está esforzándose en incrementar el interés local y el compromiso de Ecuador en la preservación de las especies y los ecosistemas únicos del Parque Nacional Galápagos.
- El compromiso de la gente de Ecuador, en colaboración con científicos y conservacionistas de todo el mundo es crucial para la viabilidad continua del Parque Nacional Galápagos.
- La FCD busca reforzar sus esfuerzos de colaboración movilizándolo el interés, nacional e internacional, en las Islas Galápagos mientras consolida su relación con la gente que vive y trabaja allí.





TABLA DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN

OBJETIVOS	ACCIONES	TIEMPO	RESPONSABLE
1. Gobierno de Ecuador			
a. Renovación del convenio	Reuniones con el nuevo Ministro del Ambiente y continuar las reuniones con el Ministro de Galápagos	1er año	Presidente de la Junta Directiva de la FCD, Director Ejecutivo y personal de la FCD
	Reuniones bilaterales y multilaterales con: DPNG, CREG, Ministerio de Asuntos Exteriores, Ministerio de Turismo, MAGAP, ABG	1er año	Director Ejecutivo y personal de la FCD
b. Consolidación de relaciones	Definir canales de comunicación y contactos	En curso/Permanente	Director Ejecutivo y personal de la FCD
2. Asamblea General			
a. Participación activa de los miembros de la Asamblea General	Reunión por Skype de mitad de año	1er año	Director Ejecutivo y asistente de dirección de la FCD
b. Mejorar el flujo de la comunicación	Hacer un resumen mensual de las noticias más relevantes con sus enlaces	1er año	Director Ejecutivo y equipo de comunicación de la FCD
	Invitar a una suscripción opcional al boletín informativo.	1er año	Equipo de comunicación
c. Incorporar a la Asamblea General en la Planificación Estratégica	Especificar roles y potenciar la participación de los miembros de la Asamblea General en el diseño de políticas.	1er año / En curso	Consultores del Plan Estratégico de la FCD, Director Ejecutivo de la FCD
3. Donantes			
a. Mantener la motivación y centrar la información	Resumen informativo trimestral a los principales donantes.	1er año / 1er trimestre / En curso	Presidente de la Junta Directiva de la FCD, Director Ejecutivo y equipo de recaudación de fondos de la FCD
	Cada dos a tres meses enviar boletines informativos a suscriptores interesados en inscribirse	1er año / Cada dos meses / En curso	Equipo de comunicación
	Editar informes anuales de la FCD	1er año / En curso	Director Ejecutivo y coordinador de comunicación de la FCD
	Plan estratégico para la recaudación de fondos e Informe de impacto actualizados	Tercer trimestre / 1er año	Director Ejecutivo y equipo de recaudación de fondos de la FCD
4. Comunidad científica y académica			
a. Divulgación puntual de información	Trabajo con el profesional voluntario, el experto Clive Wilkinson, para el desarrollo de publicación científica y del Informe Anual (Recopilación anual de la investigación científica de Galápagos)	1er año / Primer trimestre	Voluntario profesional, equipo de comunicación, equipo de gestión del conocimiento de la FCD
	Folletos para proyectos específicos	2do año	Equipo de comunicación
5. Público en general			
a. Divulgación puntual de información	Poner al día el sitio web	2do año / Primer semestre	Equipo de comunicación
	Dossier	1er año / Primer semestre	Equipo de comunicación
	Boletín informativo (cada dos a tres meses)	1er año / En curso	Equipos de comunicación y de recaudación de fondos
	Publicaciones en redes sociales / En curso	En curso	Equipo de comunicación
	Estrategias para redes sociales	2do años / Segundo trimestre	Equipo de comunicación
	Informe Anual	1er año / Tercer trimestre	Equipo de comunicación
	Folleto sala de exhibiciones / recaudación de fondos	1er año / Primer trimestre	Equipos de comunicación y de recaudación de fondos
	Videos	1er año / En curso	Equipo de comunicación
	Fotografías	En curso	Equipo de comunicación
b. Producción de textos / Narración de historias	Buscar escritores (Paula Tagle, Sam Ham, John Loudon, Hans?) Buscar escritores (Paula Tagle, Sam Ham, John Loudon, Hans?)	1er año / En curso	Equipo de comunicación
c. Mejorar la satisfacción de los visitantes	Inauguración de la sala de exhibiciones	1er año / En curso	Equipo de comunicación
	Personal de divulgación para trabajar en la sala de exhibiciones con el público	1er año / En curso	Equipos de recaudación de fondos y de comunicación
d. Prensa	Base de datos con contactos actuales de prensa local y nacional		
	Invitar a la prensa para que conozca los proyectos: Galápagos Verde, proyectos marinos, nueva Sala de Exhibiciones. Presentación. Invitar a la prensa para que conozca los proyectos: Galápagos Verde, proyectos marinos, nueva Sala de Exhibiciones. Presentación.	1er año/Noviembre (después de AG)	Director Ejecutivo, equipo de comunicación de la FCD
	Viaje para la prensa local y nacional	1er año/Noviembre (después de AG)	Presidente de la Junta Directiva de la FCD, Director Ejecutivo y equipo de comunicación de la FCD
	Viaje para la prensa internacional	2do año	
e. Instituciones educativas	Base de datos con contactos locales y nacionales	1er año	
6. Acciones internas			
a. Dotación de personal	Determinar la necesidad de personal y el presupuesto para el equipo de comunicación	1er año / Primer trimestre	Director ejecutivo y coordinador de comunicación de la FCD
b. Taller de estrategia de comunicación	Organizar taller con facilitador y experto internacional (John Loudon? Hans? Sam Ham?)	1er año / Segunda semana de abril de 2016	Consultores, expertos, coordinador de comunicación
c. Entrenamiento del personal	Entrenamiento en comunicación	1er año (Clive Wilkinson) Primer trimestre	Voluntario profesional en comunicación
d. Comunicación interna con el personal	Reuniones mensuales con el personal para presentar información	1er año / En curso	Director Ejecutivo, coordinador de comunicación, RRHH, otras áreas de la FCD

