

Plan Estratégico

Parque Zoológico Nacional de El Salvador

Julio 2017-junio 2019

PRESENTADO POR: Jesús Villalta/Vladlen H, Raúl Miranda, Virna Ortíz

Función institucional

MISIÓN

- ▶ Somos el espacio público que alberga y exhibe una colección de fauna silvestre representativa, destinada a fines de investigación, conservación, educación, esparcimiento y propósitos culturales de los salvadoreños.

VISIÓN

- ▶ Ser un referente nacional en la protección, conservación y exhibición de la colección de fauna silvestre representativa regional, promotor del conocimiento científico, los valores culturales y educativos sobre las especies nativas y exóticas.

SITUACIÓN ALCTUAL DEL ZOO

(Análisis interno)

FORTALEZAS

- ▶ Equipo de veterinaria y biología profesional.
- ▶ Fuente de consulta e intercambio académico.
- ▶ Poseer la mayor diversidad de especies en exhibición.
- ▶ Tener voceros con experiencia.
- ▶ Generar interés mediático.

DEBILIDADES

- ▶ Escasa comunicación con los sectores sociales y medios de comunicación.
- ▶ Cero gestión de recursos.
- ▶ Falta de recursos e inversión.
- ▶ Crisis de credibilidad.
- ▶ Poca integración del personal en los objetivos institucionales.
- ▶ Desconocimiento de la actividad del PZN en la protección y conservación de fauna silvestre.

SITUACIÓN...

(Análisis externo)

OPORTUNIDADES

- ▶ Contribución a la protección y conservación de fauna silvestre.
- ▶ Ser único espacio recreo-educativo.
- ▶ Accesibilidad y bajo costo.
- ▶ Renovación de nuevas especies.
- ▶ Interés de ONG's para aportar al zoológico.
- ▶ Acreditación internacional abierta.

AMENAZAS

- ▶ Cierre del Parque Zoológico
- ▶ Opinión pública en contra del PZN.
- ▶ Estar en territorio con maras.
- ▶ Presión sindical permanente.
- ▶ Politización de los casos del PZN

Áreas y líneas estratégicas institucionales

► FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL:

- I. Formular una política pública de transformación y conservación del parque Zoológico Nacional.
- II. Descentralización de la gestión técnica del zoo.
- III. Gestión de alianzas con sectores de carácter nacional e internacional.

► EMPODERAMIENTO COMUNICACIONAL:

- I. Formulación de estrategia de comunicaciones que restaure las relaciones con los diferentes sectores de la sociedad salvadoreña.

► EDUCACIÓN Y PROMOCIÓN

- I. Formulación de un plan de educación para la sensibilización social sobre rol del PZN en la conservación y protección de la biodiversidad.

Formulación de política pública:

OBJETIVOS:

1. Integración de esfuerzos y recursos institucionales del estado para la transformación, conservación y promoción del zoo.
2. Fortalecimiento de las atribuciones académicas y científicas del zoo.
3. Transformación de la visión social del parque, de cara al rol del ser humano con su entorno natural.
4. Intercambios educativos entre zoo e instituciones educativas en materia de conservación y protección de la fauna.
5. Publicar las investigaciones hechas en el zoo.

Formulación de estrategia comunicacional

Objetivos:

1. Restaurar la credibilidad institucional y la relación del zoo con la totalidad de medios de comunicación social.
2. Potenciar las buenas prácticas que realiza el zoo en pro de la fauna.
3. Construir canales de comunicación in situ y oportunos para una comunicación 2.0 efectiva.
4. Incorporar nueva visión institucional del zoo.

Gestión de alianzas con sectores de carácter nacional e internacional

- ▶ Los objetivos deben ser:
 1. Articulación de recursos e iniciativas en favor de la fauna.
 2. Defensa conjunta en la protección de la fauna silvestre.
 3. Acreditación internacional del zoo para su mejor funcionamiento.

Descentralización de la gestión técnica del zoo

Objetivos:

1. Potenciar, dentro y fuera de la institución, la gestión técnica del zoo.
2. Acelerar las decisiones técnicas que beneficien al parque zoo.
3. Mejorar la comunicación interinstitucional.
4. Obtener el mayor número de convenios con el resto de sectores sociales.

Formulación de un plan de educación

► Objetivos:

1. Sensibilizar a la población organizada, y en especial a los centros educativos, sobre el rol que tiene el PZN en la protección y conservación animal.
2. Establecer jornadas de visitas a centros educativos públicos y privados para mostrar especies animales que se encuentran en el PZN. (1 semanal)
3. Construir métodos de aprendizaje que faciliten la enseñanza sobre la conservación y protección de la fauna silvestre.
4. Integrar artistas para la construcción de valores en favor de la fauna.

Pasos urgentes a realizar:

DEL PLAN ESTRATÉGICO:

- ▶ Aprobación de la propuesta estratégica institucional presentada.
- ▶ Identificación y asignación de responsabilidades de las áreas estratégicas presentadas.
- ▶ Puesta en marcha y seguimiento del plan estratégico.

DEL PARQUE ZOOLOGICO:

- ▶ Capacitación del personal en temas específicos del PZN.
- ▶ Inversión en infraestructura y equipos.
- ▶ Incluir en el parque temas culturales para mayor atracción. (Alianza con instituciones hermanas. Ejemplo: Realizar actividades mensuales en el PZN con el apoyo de BINAES, Ballet folclórico, Compañía de Danza, CENAR, etc.)
- ▶ Gestionar cooperación con empresa privada.
- ▶ Implementar una mesa de comunicación estratégica en el PZN.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

“Restaurando la credibilidad del Parque Zoológico Nacional”

Julio 2017-junio 2019.

Elaborado por Jesús Villalta/Consultor estratégico/Secultura

Situación comunicacional del zoo

Elementos positivos

- ▶ Equipo humano profesional con capacidad para asumir vocería.
- ▶ Temas del PZN son de interés mediático para la prensa.
- ▶ Zona accesible para los medios de comunicación.
- ▶ Tener más de 20 mil seguidores en redes sociales.
- ▶ Hay disposición de las jefaturas para informar oportunamente.

Elementos negativos

- ▶ Mensajes comunicacionales poco estructurados.
- ▶ No se cuenta con objetivo comunicacional.
- ▶ Débil relación con los medios de comunicación.
- ▶ No hay estructura comunicacional para gerenciar la comunicación en crisis.
- ▶ Aparición de vocerías no oficiales.

LÍNEAS DE ACCIÓN COMUNICACIONAL

RESTAURACIÓN DE LA CREDIBILIDAD CON LA POBLACIÓN

Objetivo:

Obtener una opinión pública favorable al trabajo del PZN, a través de la presentación de acciones institucionales que muestren el rol y la importancia de la gestión en la conservación y protección de la fauna silvestre de El Salvador.

INTEGRABILIDAD INSTITUCIONAL

Objetivo:

Generar la cohesión interinstitucional, para construir una cultura de respeto, protección y conservación de la fauna silvestre de El Salvador.

ACCIÓN ESTRATÉGICA 1

ESTRUCTURAR MESA DE COMUNICACIÓN DENTRO DEL ZOO

Objetivo:

Lograr una gestión estratégica de la comunicación del zoo, basada en elementos técnicos, con decisiones colegiadas en las acciones comunicacionales a implementar.

▶ METAS:

1. Comunicar oportunamente, información de calidad e interés social.
2. Generar información permanente para los medios de comunicación.

▶ ACTIVIDADES:

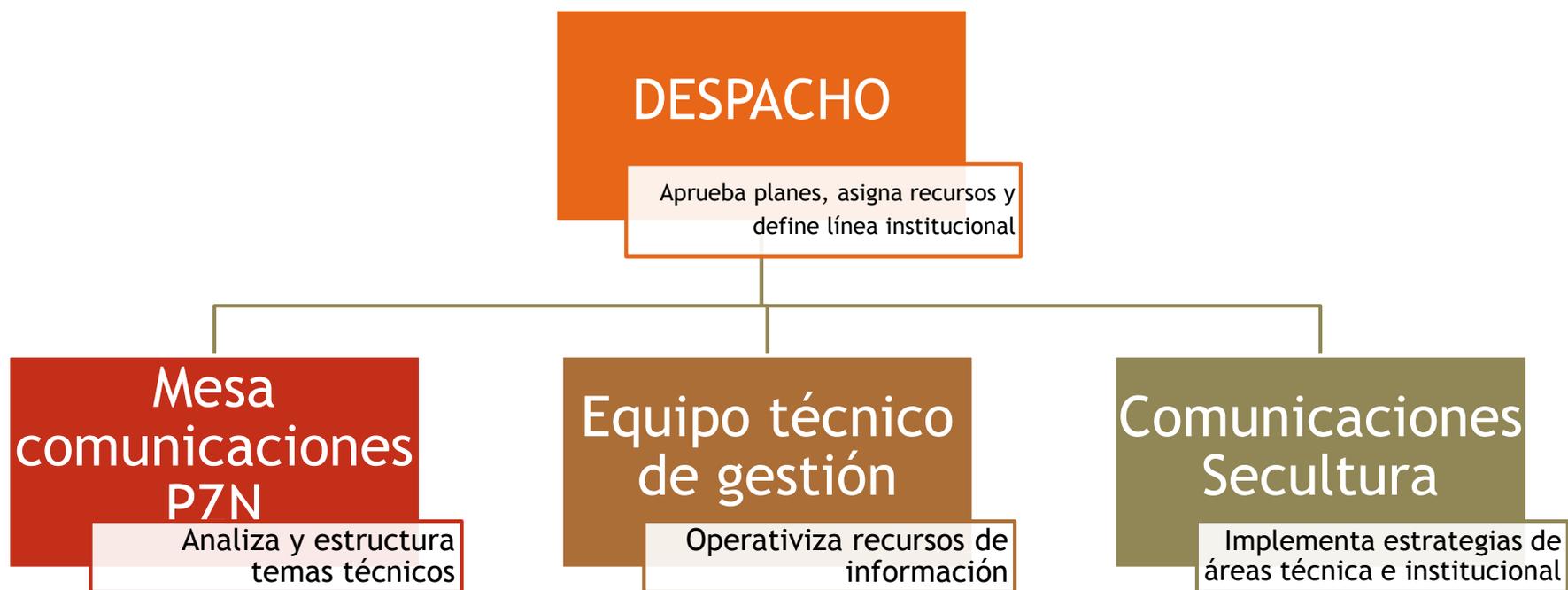
- a) Selección e integración de equipo.
- b) Elaboración de Manual de Funciones y sus atribuciones.
- c) Estructurar los mensajes de interés del PZN

▶ PLAZO: Julio 2017-diciembre 2019

▶ RESPONSABLES:

- Director del zoo
- Jefes de áreas del zoo seleccionados
- Dirección de comunicaciones de Secultura.

Organigrama comunicacional del zoo



ACCIÓN ESTRATÉGICA 2

DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN E HISTORIAS POSITIVAS.

Objetivo:

Convertirnos en referentes para los medios de comunicación, academia y ong's, a través de una comunicación proactiva, positiva, dinámica y técnica.

Transformar la opinión pública negativa en positiva, a través de la difusión de información técnica-científica de la fauna silvestre; y del quehacer del PZN.

▶ ACTIVIDADES:

- a) Identificación de información e historias positivas a comunicar.
- b) Gestión de espacios en medios de comunicación.
- c) Construcción de sitio web del zoo para difundir las historias del zoo.

▶ **META:** Comunicar el 100% de las actividades técnicas e institucionales que impulse el zoológico, a través de los medios de comunicación social.

▶ **PLAZO:** 6 meses, julio-diciembre de 2017.

▶ RESPONSABLES DE IMPLEMENTACIÓN:

- a) Dirección del zoo
- b) Mesa de comunicaciones.
- c) Dirección de comunicaciones de Secultura.
- d) Equipo Técnico PZN/Secultura

ACCIÓN ESTRATÉGICA 3

IMPULSAR UNA COMUNICACIÓN 2.0

Objetivo:

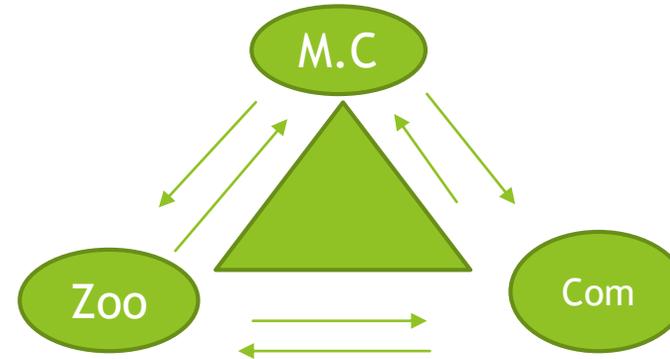
Dinamizar la comunicación desde el zoo para generar credibilidad, mayor confianza y oportunidad con la prensa nacional e internacional

Elaborado por Jesús Villalta/Consultor estratégico/Secultura

► PASAR DE:



PASAR A:



ACTIVIDADES

- Selección de administrador de redes sociales del PZN
- Relanzamiento de redes sociales del PZN

META:

- Restaurar la comunicación con los medios de comunicación.
- Establecer comunicación permanente con la población en general.

PLAZO: Julio 2017-Diciembre de 2019

RESPONSABLES:

- Equipo técnico PZN/Secultura.
- Director del zoo
- Dirección de comunicaciones

ACCIÓN ESTRATÉGICA 4

IMPULSAR CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA FAUNA

Objetivo:

Crear en la niñez y juventud salvadoreña, una cultura de respeto y protección de los animales silvestres que conviven en el territorio nacional.

► **META:** Impulsar una campaña de sensibilización semestral en valores, a través de las redes sociales y sitios web.

► **ACTIVIDADES:**

- a) Definición de temas de campañas a promocionar
- b) Diseño de campaña
- c) Elaboración del plan de integración de esfuerzos interinstitucionales para difundir campaña

► **PLAZO:** Julio-diciembre de 2017

► **RESPONSABLES:**

- a) Dirección de comunicaciones
- b) Departamento de Biología
- c) Director del zoo.
- d) Administrador de redes sociales del PZN

RECURSOS PARA IMPULSAR PLAN INSTITUCIONAL Y LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

► TÉCNICOS:

- a. Asignación de 1 equipo de fotografía de alta definición.
- b. Asignación de 1 teléfono con acceso a redes sociales para administrador de redes sociales.
- c. Asignación de 1 equipo informático y acceso a internet y redes sociales para administrador.

► HUMANOS:

1. Asignación permanente de 1 redactor/administrador de las redes sociales para PZN. *(Nuevo)*
2. Asignación permanente de 1 Promotor/Relacionista público *(Nuevo)*
3. Asignación permanente de 1 educador ambiental *(nuevo)*
4. Asignación temporal de 1 persona para el diseño de sitio web para zoológico.
5. Designación permanente de 1 representante de Dirección de Comunicaciones de Secultura para Mesa de Comunicaciones del PZN.

GRACIAS

Elaborado por Jesús Villalta/Consultor estratégico/Secultura