



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD ABIERTA Y A DISTANCIA

**“USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
DE LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS”**

Tesis de Grado previo la
obtención del Diplomado en
Comunicación Corporativa

**AUTORES: RUTH ELENA PÁEZ MATEUS
MARY JULIETA REYES TELLO**

DIRECTOR: ING. ANDREA VICTORIA VELÁSQUEZ BENAVIDES

Centro Universitario Quito

2010

Ing. Andrea Victoria Velásquez Benavides
DIRECTORA DE LA TESINA

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación realizado por las estudiantes: RUTH ELENA PÁEZ MATEUS y MARY JULIETA REYES TELLO, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, ajustándose a las normas establecidas por la Universidad Técnica Particular de Loja; por lo que autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

Loja, diciembre , 2010

f).....

DIRECTORA

AUTORÍAS

Nosotras, Ruth Elena Páez Mateus y Mary Julieta Reyes Tello como autoras del presente trabajo de investigación, somos responsables de las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en la misma.

f).....

RUTH ELENA PÁEZ MATEUS

AUTORA

C.I. 1718377987

f).....

MARY JULIETA REYES TELLO

AUTORA

C.I. 171502575-3

CESIÓN DE DERECHOS

Nosotras, Ruth Elena Páez Mateus y Mary Julieta Reyes Tello, declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

Loja, diciembre , 2010.

f).....

RUTH ELENA PÁEZ MATEUS
AUTORA DE LA TESINA
C.I. 1718377987

f).....

MARY JULIETA REYES TELLO
AUTORA DE LA TESINA
C.I. 171502575-3

AGRADECIMIENTO

A Dios por sus bendiciones y por iluminar nuestro camino en busca de un mejor futuro.

Nuestro principal agradecimiento a la Fuerza Aérea Ecuatoriana, institución en la que laboramos, por las facilidades prestadas al permitirnos realizar esta investigación, especialmente a su Comandante General, TGrl. Leonardo Barreiro Muñoz.

Nuestro reconocimiento a la aerolínea “Tame Línea Aérea del Ecuador” por abrirnos las puertas y proporcionarnos la ayuda necesaria, especialmente a su Directorio encabezado por el BGrl. Alonso Espinosa R., Presidente Ejecutivo del Directorio Tame; BGrl. (r) Gustavo Cuesta, Gerente General Tame y TCrl. Giovanni Espinel, Vicepresidente Ejecutivo Tame.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, en especial a la Ing. Andrea Velásquez B., quien por sus conocimientos y experiencia asumió la gran responsabilidad de dirigir y canalizar la ejecución de esta investigación.

A nuestras familias por su constante apoyo en la realización, no solo de esta investigación sino de todo el camino que recorrimos para cumplir este objetivo.

A nuestros amigos que en todo momento nos brindaron su afecto y ánimos para continuar y todos aquellos que nos han colaborado.

Ruth Elena Páez Mateus

&

Mary Julieta Reyes Tello

DEDICATORIA

A nuestras hijas e hijo, Doménica, Danna y Gabriel
respectivamente,
pilar fundamental en nuestras vidas,
para quienes todo trabajo resulta minúsculo
comparado con sus sonrisas que llenan
nuestras existencias y,
para quienes todas las palabras que puedan expresar
amor resultan insuficientes.

A Jorge Reyes y Sofía Tello de Reyes
símbolo de amor y sacrificio, y
un gran ejemplo de perseverancia.

Al Capt. Plto. Avc. Xavier González
por su apoyo y ayuda incondicional
en todo momento.

Ruth Elena & Mary Julieta

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	I
AUTORÍA	II
CESIÓN DE DERECHOS	III
AGRADECIMIENTOS	IV
DEDICATORIA	V
RESUMEN	1
INTRODUCCIÓN	3

CAPÍTULO I

USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS, CON ENFOQUE A TAME LÍNEA AÉREA DEL ECUADOR

1.1. Importancia de utilizar las TIC's como herramientas actuales de comunicación.....	5
1.2. Implementación de las tecnologías de información y comunicación en comunicación corporativa.....	7
1.2.1. ¿Qué son las TIC'S?.....	8
1.2.2. Herramientas de las Tics en comunicación corporativa.....	11
1.2.2.1. Utilización de recursos web.....	12
1.3. Situación actual de las TIC'S en el país.....	16

CAPÍTULO II

ESTRUCTURA DE TAME LÍNEA AÉREA DEL ECUADOR

2.1. Tipo de entidad, misión y visión de la misma.....	19
2.2. Historia de Tame Línea Aérea del Ecuador.....	21
2.3. Cómo se encuentra estructurada Tame en el departamento de comunicación.....	31

CAPÍTULO III

USO DE LAS TIC'S EN TAME

3.1. La Comunicación en Tame Línea Aérea del Ecuador.....	39
3.2. Herramientas web 2.0 que utiliza Tame: frecuencia en su uso, objetivos por los que fueron implementados, público meta.....	41
3.3. Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas web 2.0.....	48
3.4. Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para Tame Línea Aérea del Ecuador.....	49
3.5. Futuras proyecciones a través de Internet como medio de comunicación.....	52

CAPÍTULO IV

PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

4.1. Resultados de la investigación.....	56
4.1.1. Importancia de las Tics en la comunicación.....	56
4.1.2. Con respecto a la Empresa Tame.....	57
4.2. Resultados obtenidos sobre el uso de las TIC's.....	58
4.3. Análisis de la situación en cuanto al uso de las TIC's incluyendo una proyección futura.....	59
4.4. Conclusiones de la investigación.....	61
4.5. Recomendaciones.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS.....	64

RESUMEN

El presente trabajo muestra un breve análisis sobre el uso de las TIC's dentro del Ecuador, en este caso nos hemos enfocado a una de las empresas públicas que es Tame Línea Aérea del Ecuador.

En cuanto a la investigación se realizó técnicas enfocadas a recabar información que nos pueda ayudar a tener un panorama claro de lo que son las TIC's dentro de nuestro país.

Se han analizado las nuevas tecnologías que esta empresa utiliza para difundir su información y darse a conocer al público y la importancia de las nuevas tecnologías dentro de este campo profesional que es la aviación comercial.

Tame Línea Aérea del Ecuador es una aerolínea que cuenta con casi cincuenta años de creación y dentro de su progreso en el país ha tenido que ir renovando no solo operativamente sino también en la parte comunicacional brindando de esa forma una imagen más fresca e innovadora a sus clientes.

Uno de los puntos más importantes en esta empresa es que dentro de las nuevas tecnologías ha implementado un simulador de vuelo que permite al cliente interactuar en acciones simuladas de un piloto, que presenta misiones de vuelo a diferentes países, lo que lo muestra más interesante al igual que emergencias, las mismas que pueden ser realizadas por los que tienen la curiosidad de poder volar aunque solo sea en un simulador.

Con respecto a la Web 2.0 se han utilizado varias herramientas entre ellas una página en el Facebook, videos en You Tube entre las más importantes; se ha creado un Blog corporativo llamado www.queremosquellegueslejos.com el mismo que permite que sus clientes escriban una historia o qué es lo que les motiva para llegar lejos y cumplir sus más grandes sueños, de esta forma dan a conocer

promociones, precios e información de la empresa, lo que le permite a Tame que el público interactúe con la empresa.

De la misma manera, su página Web es un medio importante de información, sin embargo, es vista de una manera estática por cuanto no proyecta innovación ni interacción con el visitante. Permite al usuario realizar una revisión estándar de precios e información básica que podría ser mejor aprovechado con el branding realizado por la empresa a través de su agencia de comunicación integral, no hace mucho tiempo atrás.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo presenta un estudio sobre las TIC'S dentro de la empresa Tame Línea Aérea del Ecuador. Los medios tecnológicos avanzaron con el tiempo, dentro del Ecuador ahora no es una realidad lejana, ahora las Tics nos ofrecen nuevos campos de desarrollo como es la educación, salud, la información, el medio ambiente el ocio, etc.

Pero realmente esta sociedad de la información se va a definir en relación a mecanismos como la producción, el tratamiento y la distribución de la información, en este caso enfocado a la aerolínea Tame.

El uso de las nuevas tecnologías por parte de los medios de comunicación en el Ecuador ha permitido el desarrollo de la participación activa de los receptores dentro del proceso comunicativo, sin embargo dentro de la empresa que hemos realizado el análisis del uso de las TIC's se pudo observar varias falencias que irán sobresaliendo en el desarrollo de la investigación.

Hoy por hoy vivimos en un mundo globalizado donde la tecnología nos invade, la comunicación es diferente y es por esta razón que no podemos resistirnos a los cambios porque ya son parte de nuestras vidas, por lo que muchos medios de comunicación también han tenido que cambiar sus estrategias para implementar las innovaciones tecnológicas.

Una de las herramientas más importantes en el avance de las nuevas tecnologías ha permitido a las instituciones públicas y privadas, consideren al internet como una de las principales herramientas básicas de información por su gran alcance, debido al abaratamiento en sus costos y a la masificación de la información. En este caso, Tame Línea Aérea del Ecuador se encuentra en una etapa de proceso de implementación de las nuevas tecnologías que las puede desarrollar a un largo plazo. En el transcurso del primer semestre del 2010, la empresa tuvo un proceso de transición de su agencia de publicidad al cambiar el

proceso de branding realizado en primera mano por la agencia La Facultad, presentando un cambio de imagen innovador el mismo que ahora fue adoptado por la agencia Publicitas S&S, con el fin de mantener la misma estrategia comunicacional.

Dentro de este semestre analizado con la empresa, se pueden captar varias falencias en el sentido de implementación total de las nuevas tecnologías, en este caso, se podría decir que la agencia por falta de presupuesto por parte de Tame, pero el departamento de Comunicación Social podría replantear el trabajo que realiza la agencia para empoderarse de algunas estrategias que bien pueden ser manejadas y aplicadas desde su mismo entorno.

Hay que tomar en cuenta la apertura de la empresa para brindar su información, que va más allá de aquella publicada en su página web, que es su principal herramienta de comunicación. La investigación realizada permitió ver el resquebrajamiento entre sus departamentos administrativos, ya que no se ve un trabajo conjunto sino más bien aislado, lo que no permite un trabajo efectivo brindando una comunicación oportuna y eficaz.

La misma Dirección de Comunicación Social y Relaciones Públicas se ve limitada en su accionar por cuanto, no solo trabaja de manera coordinada con el Directorio, sino que su principal problema es el trabajo indistintamente con los demás departamentos e incluso con la misma agencia de publicidad que es la que está manejando la parte comunicacional de la empresa, lo que indica la falta de conocimiento y actualización en las nuevas tecnologías por parte de su personal, radica en un problema de costos para la empresa ya que éstas bien podrían ser asesoradas directamente y no depender tanto de la agencia. Es importante que Tame Línea Aérea del Ecuador cree la necesidad de implementar nuevas herramientas dentro de su institución, con el fin de que sus clientes puedan fidelizar su marca, con la ayuda de las herramientas web.

CAPITULO I

USO DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES ECUATORIANAS, CON ENFOQUE A TAME LÍNEA AÉREA DEL ECUADOR

1.1. Importancia de utilizar las TIC's como herramientas actuales de comunicación

Las máquinas ampliaron nuestras capacidades físicas, las TIC amplían nuestras capacidades intelectuales (potencian unas y abren nuevas posibilidades)...

Joan Márquez

La humanidad desde sus orígenes ha generado el crecimiento y expansión de la población y por consiguiente de la sociedad en su conjunto, que a lo largo de la historia ha originado la aparición de diferentes formas para comunicarse; hoy por hoy el avance de la tecnología permite a este mundo desarrollar capacidades no imaginadas por el hombre y tan difíciles de creer, que hoy se encuentran presentes en nuestra vida diaria.

Estas tecnologías han servido para facilitarnos nuestras actividades en la mayoría de los campos, en su mayor parte, han facilitado el desarrollo de la sociedad y nos han dotado de herramientas para afrontar problemas que, hasta entonces, no tenían solución con los medios existentes en ese momento.

En la actualidad, las tecnologías que en mayor medida están influyendo en la sociedad, son las relacionadas con la informática y las comunicaciones, en las que podríamos afirmar que se destacan principalmente dos: el Internet y las comunicaciones móviles. De hecho se

dice que estamos en un nuevo tipo de sociedad denominada ***Sociedad de la información.***

La importancia de estas tecnologías no se queda relegada a un segundo plano, ya no son una mera herramienta de comunicación o trabajo, sino que a día de hoy son una de las causas fundamentales del cambio estructural de la sociedad.

Este cambio lo podemos ver tanto a nivel económico, donde las nuevas tecnologías constituyen uno de los motores fundamentales del crecimiento, como en las relaciones sociales, que han cambiado radicalmente en los últimos años.

Si nos paramos a reflexionar sobre los cambios surgidos en la sociedad derivados de las nuevas tecnologías, la primera idea que nos viene a la mente es el gran avance que supone tanto a nivel laboral como personal y social.

Gracias a estos avances se ha logrado poner en comunicación a sectores de población muy distantes entre sí y que anteriormente no podían tener una relación tal y como la entendemos hoy. Además estas tecnologías no están sujetas a fronteras, lo que ha permitido una universalización de las relaciones y la información, hasta tal punto que las acciones que realizamos diariamente están en determinadas ocasiones, condicionadas por sucesos que ocurren a miles de kilómetros de distancia, y esto no sería posible en caso de no existir estos avances, al no tener los medios para obtener esta información en el momento en el que está sucediendo.

Las nuevas tecnologías ponen a nuestra disposición el impacto que tienen en la sociedad, entendiendo esta como el conjunto de relaciones sociales que se establecen entre los individuos pertenecientes a la misma.

El internet es un aporte que dio paso al desarrollo de la humanidad y se fue transformando en una de las herramientas más poderosas, aunque en países latinoamericanos su accesibilidad es reducida, pero aun así, los

medios de comunicación se han planteado con una visión futurista que hoy por hoy están permitiendo que en el plano de la comunicación el cliente pase de ser un simple cliente pasivo a un cliente activo.

Por lo tanto resulta fundamental contar con la información oportuna para tomar las mejores decisiones en el momento adecuado, ya que es evidente que las nuevas tecnologías constituyen un elemento indispensable que están en continuo desarrollo y listas para ser aplicadas dentro de cualquier empresa.

Actualmente, cuando hablamos de las TIC'S en la comunicación, podemos decir que dentro de esta, ha permitido un desarrollo y la participación activa de los receptores al interior de un proceso informativo.

1.2. Implementación de las tecnologías de información y comunicación en comunicación corporativa

La implementación de las nuevas tecnologías ha apuntado que nuevas apariciones surjan a través del público y los medios de comunicación tradicionales apegados al desarrollo de estas tecnologías, han hecho que estas apariciones sean totalmente innovadoras y alcanzables.

La introducción de las tecnologías de la información, la informática y las telecomunicaciones no solo provocan cambios en la economía sino también en las empresas, las organizaciones del mundo.

A las empresas ya no sólo se tienen que preocupar por la opción de sus clientes o empleados sino también por un conjunto de públicos que se empiezan a denominar como grupos de interés (accionistas, trabajadores, consumidores, competidores, intermediarios, administraciones y sociedad en general).

1.2.1. ¿Qué son las TIC”S?

La implementación de las nuevas tecnologías en la comunicación a través de sus características son una herramienta con las que las empresas cada vez obtienen mejores resultados, en la comunicación corporativa el acceso de las diferentes herramientas permite un mejor manejo en la parte comunicacional.

De acuerdo a MAJÓ & MARQUÉS (2001) en Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) “Cuando unimos estas tres palabras hacemos referencia al conjunto de avances tecnológicos que nos proporcionan la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, que comprenden los desarrollos relacionados con los ordenadores, Internet, la telefonía, los "mas media", las aplicaciones multimedia y la realidad virtual. Estas tecnologías básicamente nos proporcionan **información**, herramientas para su **proceso** y canales de **comunicación**”.



A partir de ahí la Internet pasó, de ser un instrumento experto de la comunidad científica a ser una red de fácil uso que modificó las pautas de interacción social.

Las nuevas tecnologías de la información y comunicación eligen a la vez un conjunto de innovaciones tecnológicas pero también las herramientas que permite una redefinición radical del funcionamiento de la sociedad.

Dentro del contexto social, la comunicación mantiene una estrecha relación con las tecnologías de la información y la comunicación debido a que se han convertido en una poderosa herramienta que facilita información, comunica y potencia el desarrollo de habilidades y nuevas formas de construcción del mensaje; en otras palabras, la comunicación de hoy practica nuevas formas de construir una cultura digital.

Con las innovaciones tecnológicas, el público no quiere ser más que un receptor de la información procesada, sino que pretende abrirse hacia nuevos campos de participación, el receptor, el hombre, el público en general, desea expresarse para que mucha gente reciba su mensaje o lo que quiere transmitir.

La convergencia digital de medios de producciones culturales e informativas, según lo explica Francisco Campos (2009) “reorganiza los modos de acceso a estos bienes y las formas de comunicación, la convergencia está articulando una integración multimedia que permite ver y escuchar el móvil, la palm o el iphone audio, imágenes, textos escritos y transmisión de datos, fotos y videos; ni los hábitos actuales de los lectores-espectadores-internautas, ni la fusión de empresas que antes producían por separado permite concebir por separado los textos y las imágenes o su distribución, es decir la comunicación multimedia”.

Las organizaciones invierten en ideas, en pensamiento estratégico, a través de la externalización, cambian algunos conceptos de marketing y comunicación, centrados en el valor estratégico, gestión de la reputación,

gestión de la inteligencia, social media, Responsabilidad Social Corporativa (RSC), gestión de la calidad total.

Los medios y las técnicas de comunicación tradicionales pierden frente a nuevas formas de relación comunicativa y presentan desconfianza hacia medios y relaciones tradicionales.

Las relaciones con los medios se llenan de desconfianza y competencia, crisis de reputación, confianza y credibilidad de las empresas y departamentos de comunicación.

Los medios pasan a ser más que una oportunidad, un problema para la sociedad y organizaciones de comunicación. Se ponen en cuestión la credibilidad, objetividad, la calidad y la misión tradicional de los medios: Conflictos de poderes, debate sobre la televisión basura, el periodismo de impacto, la comunicación basura, los políticos como actores de los informativos de ficción del prime time de televisión, preocupados más del telediario que de gobernar.

La sociedad espectáculo, el periodismo de convalidación fabricado para satisfacer los intereses del público que compra el periódico para que convalide fobias más que reflexiones.

Los productores y los consumidores se empiezan a relacionar directamente sin necesidad de la relación con los medios. Todo un problema para la publicidad tradicional y para las relaciones públicas convencionales.

Estamos hablando de nuevas redes sociales de comunicación y nuevos modelos de negocio: transaccional (eBay), no transaccional (economía atención), identificación, mercado en línea, venta de información de

usuarios, bartering, product placement, merchandising, publicidad contextual.

“El ciclo de vida de las industrias de la comunicación se acelera de forma notable y por ello es preciso revisar la creatividad, ideas, estrategias, branding y reputación”. (Campos, CONVERGENCIA DIGITAL, ECONOMICA Y CULTURAL, pág. 1)

Junto a los conceptos de sociedad de la información y globalización surgen otros como convergencia digital, industrias culturales y de la comunicación, industrias creativas, sociedad del conocimiento, redes sociales virtuales de comunicación y otras nuevas formas de interconexión o colaboración a través del internet. Conceptos y cambios que afectan a los medios e instrumentos de comunicación de masas pero también a las relaciones interpersonales y de las propias organizaciones.

Las empresas no pueden ser ajenas a sus impactos ni dejar de establecer estrategias para poder navegar en ese nuevo océano de información y comunicación.

La noción de sociedad de la información, según el francés André Mattelart (2007), “se ha impuesto como logotipo de la llamada globalización”

1.2.2. Herramientas de las Tics en comunicación corporativa



Las ventajas que ofrecen las herramientas son ilimitadas podemos participar directamente dentro de cualquier medio, en la Web 2.0 nos podemos encontrar un sin número de aplicaciones lo que permite mantener al público más interesado en participar

y conocer que los demás son tomados en cuenta en decisiones ya sean de mucha o poca importancia, lo importante es que pasan a ser de públicos pasivos a activos.

Las nuevas tecnologías están teniendo un papel protagonista a la hora de buscar soluciones de conciliación en las empresas pero siempre teniendo en cuenta las particularidades de cada sector.

1.2.2.1. Utilización de recursos web:

LA WEB 2.0



Y es que cuando el web inició, nos encontrábamos en un entorno estático, con páginas en HTML que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interacción con el usuario.

El término de Web 2.0 tenemos que remontarnos al momento en que Dale Dougherty de O'Reilly Media utilizó este término en una conferencia en la que compartió una lluvia de ideas junto a Craig Cline de MediaLive. En dicho evento se hablaba del renacimiento y evolución de la web.

Las nuevas tecnologías Web 2.0 están cambiando las relaciones entre los consumidores y las empresas. La facilidad de uso de estas nuevas herramientas de comunicación social (blogs, wikis, podcast, redes sociales, vídeos, etc.), pero sobre todo su gratuidad, ha hecho que el consumidor se haya convertido en el principal protagonista de la Red.

En los últimos años hemos visto como ha evolucionado la web 2.0, a tal punto que los directivos de empresas, organizaciones e instituciones se han visto en la necesidad de formar parte de esa plataforma interactiva global, que permite al usuario interactuar y obtener información valiosa acerca de lo que la gente quiere realmente conocer.

Hay que tomar en cuenta que los datos que aportan los visitantes son de vital importancia para el crecimiento de un sitio web, por ello, estos espacios deben ser lo suficientemente flexibles para permitir que la gente colabore y participe activamente, por ello, me parece muy acertado que lleven el nombre de red social.

Todos somos generadores de información, todos participamos de manera sencilla a través de diferentes servicios que ofrece este sistema, donde las comunidades virtuales son las que ponen el link hacia el futuro hacia la construcción de una cultura de identidad y sobre todo de agregar valor de cambio.

RELACION ON-LINE: WEB 2.0

- Interacción en la comunicación
- Transformación de modelo de comunicación
- Chat, redes sociales, foros de discusión, e-mail, blog
- Información vs. participación



EMPRESAS E INTERNET

El Internet ha permitido a todo tamaño de empresas estar presente en todos los mercados y la identificación tanto de la empresa como del público o consumidores.

Actualmente el posicionamiento de buscadores y el análisis y la adopción de una actitud proactiva, redundan en la obtención de

información estratégica para la actuación on-line de las empresas, sino también para el mundo real

Entorno Dinámico, Competitivo y Cambiante creciente adopción de soluciones basadas en servidores Incremento de soluciones Internet / Intranet Para favorecer la comunicación Auge de soluciones movilidad: PDA POCCKET PC WAP Tendencias Mercado TECNOLOGIA Los navegadores aceptados por interfase de aplicaciones Confianza en las nuevas tecnologías.

BITACORA CORPORATIVA

Una bitácora corporativa constituye una excelente sala de prensa virtual, donde pueden ponerse las herramientas 2.0 al servicio de la información periodística. Al estilo de SHIFT: post noticiosos, imágenes en Flickr, videos en Youtube, antecedentes en del.icio.us, perfiles en LinkedIn, suscripciones RSS, etiquetas de Technorati... El clipping dictaminará su éxito.

Los clientes piden: Más comodidad nuevos canales, productos híbridos, reducción costes, suministro, tendencia en negocios: Globalización Centralización, Innovación, eBusiness está acelerando: Comunicación Colaboración eCommerce El Business y la Colaboración están transformando los negocios La Empresa Virtual ERP Multi-Empresa Red Comercio al Colaborativo a Un nuevo modelo de negocio emerge La Empresa Física



Empresa Virtual

- Multimedia
- Televisión por satélite
- CD-ROM en diferentes formatos
- Hipertextos
- Video interactivos

- Teletexto
- Informática
- Tele y video conferencias
- Los sistemas de expertos

Correo electrónico

- Telemática
- Realidad Virtual

Blog corporativo

1. Difusión de ideas y contenidos
2. Orientación hacia el liderazgo
3. Creación de una comunidad
4. Incremento de ventas
5. Información rápida a los clientes
6. Posicionamiento en buscadores
7. Aumento de enlaces
8. Obtención de subscriptores
9. Recogida de sugerencias sobre productos
10. Atención al cliente
11. Relación con los Medios
12. Respuesta a las críticas
13. Registro de clientes



14. Gestión de Crisis

1.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS TIC'S EN EL PAÍS.

Las TICs en Ecuador se vienen desarrollando desde hace varios años, se ha encontrado que algunos países como se han adoptado políticas de TICs para el desarrollo de su economía y bienestar de sus habitantes, de la misma forma, han realizado un seguimiento minucioso sobre el avance de las TIC.

Ecuador como país Latinoamericano aun se encuentra en una fase de desarrollo y aplicación de las TICs, aunque se han adoptado varias estrategias para la implementación de tecnología tanto en educación, Salud y en el sector empresarial, obteniendo como resultado grandes logros.

El INEC presenta un estudio para identificar el estado de situación en Ecuador de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones TIC's, realizó una encuesta a 20.220 hogares, siendo 1.685 sectores en 127 ciudades, movilizandando más de 40 personas y utilizando todas sus oficinas regionales para levantar la información.

La estructura de los organismos que gestionan las políticas públicas de TIC es jerárquica, vertical, centralizada y con fuertes vínculos al poder ejecutivo, lo que la expone a influencias y restricciones provenientes de las tensiones y negociaciones que se viven en los escenarios políticos y económicos del país en general y del sector de las comunicaciones en particular.

Según datos de la última encuesta del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) sobre Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), efectuada en diciembre de 2009, cuyos resultados fueron dados a conocer, la telefonía celular llega al 73,7% de los hogares ecuatorianos,

mientras que la fija se ubica 38 puntos porcentuales más abajo, es decir llega al 35,6% de familias.

Este fenómeno se da principalmente en los sectores urbanos, sin embargo en las áreas rurales se nota un crecimiento de la telefonía fija, en 2009, del 2%, en relación al año precedente, hecho que se explica por las entregas y comercialización de líneas que la CNT EP ha realizado desde el año anterior.

La incidencia de los actores de la sociedad civil en las decisiones de políticas públicas y en la formulación de proyectos concretos es posible y necesaria.

En el Ecuador el sector de Telecomunicaciones se regula, ejecuta y controla a través de cuatro entidades independientes, que a pesar de tener claramente definidas sus funciones, normalmente disputan estas funciones en base a intereses coyunturales:

El Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL).

Ente administrador y regulador de las Telecomunicaciones.

El Consejo Nacional de Radiodifusión y Televisión (CONARTEL).

Ente administrador y regulador de las Telecomunicaciones.

La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones (SENATEL)

La Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL).

Ente de Control de las Telecomunicaciones.

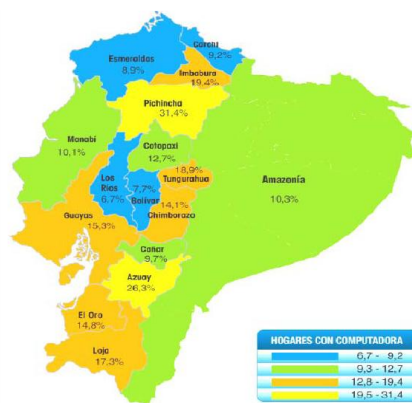
Una posible fusión de estas entidades agilizaría el desarrollo del sector, que se ha caracterizado por una lentitud e ineficiencia tales, que el país vive un retraso marcado a nivel regional en cuanto a costos y velocidades de acceso a los servicios de telecomunicaciones.

El cambio a un modelo libre de mercado en la oferta de servicios, ha favorecido el desarrollo de la infraestructura de telecomunicaciones del país, tras el ingreso de compañías privadas al mercado ecuatoriano. Fomentando la libre competencia y así beneficiando al consumidor

A nivel de Telefonía se tienen los siguientes índices (2006):

- Telefonía Fija: 13%
- Telefonía Móvil: 58%

Esta marcada diferencia se debe al monopolio estatal que se manejó hasta el año 1997. Sin embargo tanto el estilo y esquema de planificación que promueven las instituciones del sector de Telecomunicaciones por el cual se concentra en manos de pocos funcionarios especializados y de consultores las tareas de planificación pública; y, por otra parte, la falta de iniciativa y preparación de las organizaciones sociales y ONG para acercarse a los procesos de planificación pública con propuestas y posiciones concretas, han determinado que hasta la presente fecha haya muy baja participación e incidencia de la sociedad civil en la planificación pública de TIC.



Ecuatorianos en Ecuador: 13'835.340
(agosto 2008)

Ecuatorianos fuera de Ecuador:
1'571.450 (mayo 2008)

Total de ecuatorianos: 15'406.790

Accesos a las TIC

- Televisores 80% Hogares
- Radio 90% Hogares
- Televisión por cable:
36% (Nov. 2006)

CAPÍTULO II

ESTRUCTURA DE TAME LÍNEA AÉREA DEL ECUADOR

2.1. Tipo de entidad, misión y visión de la misma



Tame Línea Aérea del Ecuador es una entidad adscrita a la Fuerza Aérea Ecuatoriana (FAE), cuyo funcionamiento es totalmente autónomo en los campos administrativo y financiero, no recibe aportaciones gubernamentales y crece sustentada en los ingresos que genera su propia actividad, aspecto que le ha permitido llegar a ubicarse como una empresa sólida en el campo financiero con un patrimonio propio conformado por su flota de aviones, infraestructura aeronáutica, oficinas y puntos de venta dentro del territorio ecuatoriano.

Tame Línea Aérea del Ecuador proporciona servicio de transporte aéreo nacional e internacional de excelencia, con los más altos estándares de seguridad y cuidado del medio ambiente, con personas comprometidas y competentes, conociendo a sus clientes y esforzándose para superar sus necesidades y expectativas, así como estableciendo relaciones de mutuo beneficio con sus proveedores.

Está comprometida con la mejora continua, prevención de daños y cumplimiento de requisitos y legislación nacional e internacional aplicable, para beneficio de todas las partes involucradas en el sistema aeronáutico del país.

Misión de Tame Línea Aérea del Ecuador:

Proporcionar transporte aerocomercial nacional e internacional, con aviones modernos, garantizando a sus clientes altos estándares de calidad, eficiencia y seguridad.

Visión:

Mantener el liderazgo nacional, ser preferida por la calidad de su servicio y proyectarse internacionalmente.

Valores:

Tame Línea Aérea del Ecuador se mantiene y cumple con los siguientes Valores Institucionales:

Servicio

Refleja el amor, la vocación y la asistencia a los demás. Es el afecto, la cordialidad el respeto y la amabilidad en el trato con nuestros clientes, viajeros, socios comerciales y compañeros.

Integridad

Somos colaboradores confiables, honestos, leales con nuestros clientes y con nuestra organización, y con alto sentido de la responsabilidad, en todos nuestros actos.

Compromiso

Exigencia asumida por voluntad propia, empleando nuestras mejores capacidades para el cumplimiento de lo encomendado y el logro de los objetivos de nuestra organización

2.2. Historia de Tame Línea Aérea del Ecuador. A quién está dirigida. Qué tipo de comunicación realiza



La creación de TAME fue producto de una combinación inteligente entre cubrir una necesidad de autofinanciamiento de la Fuerza Aérea del Ecuador y la decisión de brindar un servicio patriótico de transporte aéreo a las zonas más alejadas del país.

Cada vez era más imperativo lograr altos niveles de entrenamiento para los pilotos de la FAE, lo cual a su vez, exigía grandes gastos; junto a esta necesidad, se volvía indispensable la integración nacional, especialmente con las poblaciones alejadas, donde las vías de comunicación eran mínimas o inexistentes. Precisamente, la organización de este servicio, dio una nueva oportunidad de entrenamiento a las tripulaciones de la FAE, ya que realizan vuelos en las rutas rechazadas por empresas de aviación comerciales, por no considerarlas rentables, como el tan esperado servicio a la extensa y rica Región Oriental.

Fueron estos factores los que inspiraron al coronel Luis A. Ortega, para realizar una propuesta formal de crear una aerolínea. Lo hizo a través de su tesis de grado para el ascenso de grado militar de capitán a mayor, en la cual planteó el esquema organizativo, los costos de operación, las rutas y los objetivos a cubrirse.

Esta propuesta tuvo el total respaldo del Comandante General de la Fuerza Aérea del Ecuador, coronel Guillermo Freile Posso, quien dio su autorización para la creación de TAME. *"Nuestras metas siempre fueron ambiciosas, trabajar con mística y dedicación para situarla como la más importante aerolínea"*, Coronel Ortega.

Progresivamente TAME fue creciendo en infraestructura y usuarios. Los recursos que se iban obteniendo en las rutas que resultaban más rentables, se los reinvertía en el mejoramiento de la flota de aviones, instalaciones y otros elementos necesarios para la operación adecuada, así, Tame Línea Aérea del Ecuador, fue fundada el **17 de diciembre de 1962**.

Era diciembre, el último mes de ese año que marcó el inicio de las operaciones aéreas de TAME. Los recuerdos de ese primer vuelo comandado por Teodoro Malo en la ruta Quito - Esmeraldas - Bahía - Manta - Guayaquil - Cuenca - Quito, están aún frescos en la memoria de quienes han seguido de cerca la trayectoria de TAME, la aerolínea comercial cuyo crecimiento en sus 48 años de vida la ha convertido en la más prestigiosa representante de la transportación aérea del Ecuador a nivel internacional.

Con Tame se produjo una real y positiva integración nacional, que aproximó a las ciudades limítrofes del sur y norte del país con otras importantes de la costa, sierra y oriente, sin reparar en el factor económico, pues algunas de las rutas no cubrían totalmente los gastos de operación, no obstante gratificaron la aspiración de servicio del personal de la FAE y el sentimiento patriótico de contribuir al progreso del Ecuador por encima de cualquier recompensa.

En diciembre de 1962 se inauguraron los vuelos a las poblaciones orientales de Pastaza, Sucúa y Tena, en donde se llevó a efecto la

entrega de un avión C-47 y se realizó un vuelo especial con autoridades en la ruta Quito-Guayaquil-Quito.

La historia de esta aerolínea de bandera nacional recuerda que la primera sala de recepción de pasajeros se la adecuó con muebles que habían pertenecido al Casino de Oficiales de la Primera Zona Aérea. Igualmente, en las aeronaves C-47 Dakota se debieron adaptar sus incómodos asientos laterales. Estos comienzos limitados en infraestructura contrastan con los progresos que ha tenido a lo largo de su vida TAME y que ahora la ubican como una aerolínea moderna, con una completa y eficiente flota.

Al inicio la atención al pasajero era precaria; no había boletos y el pagador de la FAE proporcionaba simplemente un recibo al momento de abordar el vuelo. Tantos han sido los cambios en estos 46 años de vida, que ahora, TAME es la pionera en el país con el prechequeo que evita al pasajero las interminables colas frente a los counters.

Su crecimiento empresarial fue progresivo y sostenido; así, amplió sus rutas internas y fue cambiando el equipo de vuelo a los DC-3, DC-6, Electra, Avro, Boeing 727-100, Boeing 727-200, Airbus A320 hasta llegar a los Embraer 170 y 190, con los cuales, actualmente, cubren once destinos en el Ecuador y uno en el exterior.

En todos estos años, varios han sido los momentos que han caracterizado cambios importantes como producto del desarrollo y modernización de la actividad aeronáutica. Estos cambios tienen su mejor ejemplo en los periodos en que la aerolínea renovó su equipo de vuelo, con aviones de moderna tecnología. Tame al hacer la renovación de su flota ofrece mayores beneficios a sus pasajeros en el ámbito de la seguridad, confianza y lograr un sentido de pertenencia de los ecuatorianos para preferir lo nuestro y volar en esta aerolínea.

Alrededor de 4.500 pasajeros diarios se transportan en los aviones de Tame en sus rutas nacionales e internacionales. La incorporación de aeronaves de última tecnología y de mayor capacidad ha permitido ampliar el servicio y consolidar el prestigio de Tame en el mercado aéreo comercial.

El crecimiento experimentado en sus cerca de 50 años de vida institucional, presenta a TAME con una nueva fisonomía con alrededor de 1000 empleados de planta y utilizando sistemas administrativos modernos para ofrecer un servicio más ágil oportuno y orientado al cliente, quienes reciben anualmente cursos de refrescamiento y actualización de conocimientos y se sujetan a procesos de evaluación para elevar su nivel técnico y profesional.

Alberto Levy (2006), en “Mayonesa” dice que “el desarrollo competitivo orientado hacia el consumidor exige un conocimiento profundo de sus necesidades, deseos y demandas presentes y futuras”, de ahí que Tame priorice su razón de ser, enfocando parte de su accionar aerocomercial, ha diversas actividades que se detallan a continuación:

MANTIENE CONVENIOS PARA TRASLADO GRATUITO DE ENFERMOS DESDE EL ORIENTE Y GALAPAGOS

Tame mantiene un convenio con los representantes de Galápagos suscrito el 16 de febrero del 2000, para proporcionar ayuda humanitaria a enfermos de escasos recursos económicos mediante el transporte gratuito al continente, así como también desde el oriente ecuatoriano.

TARIFAS SUBSIDIADAS PARA COLONOS DEL ORIENTE Y GALAPAGOS

Tame mantiene tarifas especiales, que permiten subsidiar a los colonos o residentes del Oriente y Galápagos, ofreciéndoles el transporte aéreo de estas regiones distantes a los centros de desarrollo económico del país.

Tame no tiene ninguna concesión, ni subsidio en el pago de las tasas y derechos aeroportuarios en el Ecuador que cobra la DAC en el suministro de combustible teniendo el mismo tratamiento que cualquier otra línea aérea.

TAME REALIZA VUELOS EN RUTAS DEFICITARIAS

Tame brinda sus servicios en rutas de acción social que no generan rentabilidad y que son subsidiadas por las rutas rentables.

Certificaciones:

Toda la operación de Tame está respaldada por las siguientes certificaciones: ISO 9001: 2000 de gestión de la calidad, ISO 14001: 2004 de gestión ambiental y OHSAS 18001:1999 sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo. Todas estas certificaciones otorgadas por Bureau Veritas (BVQI) y acreditadas por organizaciones internacionales (UKAS, ANAB, Y SIC).

Tame línea Aérea del Ecuador es la primera aerolínea 100% ecuatoriana en alcanzar la certificación internacional IOSA (IATA Operacional Safety Audit), avalada por IATA, relacionada con la seguridad operacional.

El programa IOSA, nace como una iniciativa de IATA en el año 2001 y está orientado a satisfacer las necesidades de la industria aerocomercial en términos de seguridad operacional.

Flota

Tame es la expresión de una empresa de éxito, aspecto que se demuestra en el crecimiento de su infraestructura aeronáutica. En sus inicios, realizó las operaciones aéreas domésticas con aviones C-47. En los años subsiguientes incorpora aviones DC-3 y DC-6. En 1970 adquiere dos aeronaves HS-748 Avro.

Ante el crecimiento de la demanda se ve en la necesidad de comprar 4 unidades Lockheed L-188 Electra Jet Prop, tetramotores, las cuales le permiten dar un salto importante en su desarrollo y capitalizar los recursos necesarios para seguir creciendo a futuro. Los L-188 Electra pertenecieron previamente a Ecuatoriana de Aviación, la desaparecida aerolínea de bandera que tuvo el Ecuador.

Para finales de la década del 70 y principios de los años 80 Tame integró a su flota de aviones tres Boeing 727-100. Hacia mediados de los años 80 y hasta 1992, su expansión interna y de servicio hacen posible la adquisición de cuatro Boeing 727-200.

En el año de 1986 incorpora a su flota tres Fokker F28 Fellowship 4000.

Con estos equipos y una importante experiencia alcanzada a través de la realización de numerosos vuelos chárter a diferentes países del mundo, proyecta de manera decidida su futuro e incursiona en el servicio aéreo internacional. TAME, en un esfuerzo inobjetable, consiguió dar un nuevo salto cualitativo y cuantitativo, en diciembre de 1998, con el alquiler de su nuevo equipo Boeing 757-200 que le permitió enfrentar el próximo milenio con sistemas innovados de acuerdo a la demanda del mercado. TAME,

Línea Aérea del Ecuador, se encuentra en el proyecto de renovación de su flota, cuyos estudios se iniciaron en el año 2000.

Su primer paso se materializó con la incorporación de dos aviones Airbus A320 arrendados por TAME por un periodo de 5 años, y que fueron entregados en la planta de ensamblaje de la corporación europea, en Toulouse, fabricante de estos modernos aviones. Su operación en las rutas entre Quito, Guayaquil y Galápagos principalmente se inició del día 24 de septiembre del 2003. Simultáneamente con la incorporación de los Airbus A-320 se inició el proceso gradual de retiro de los Boeing 727-100 y 200, por haber cumplido éstos su vida útil.

Finalmente, luego de un largo proceso que ha tomado 35 meses, TAME, ha logrado completar el 75% del proyecto de renovación de su flota de aeronaves. Este largo período comprende 10 meses de estudios, análisis y comparaciones entre varios tipos de aviones con las características requeridas por las difíciles rutas que cubre la empresa, estudios que llevaron a que su directorio decida adquirir aviones de la familia 170/190 fabricados por Embraer. La decisión significa una carta de intención de compra de 2 modelos de la serie 170 y una de la serie 190, manteniendo la posibilidad de adquirir 4 aviones más de la misma serie 190 del fabricante brasilero.

Los siguientes 25 meses fueron necesarios para dar cumplimiento a todas las disposiciones legales aplicables a la aerolínea estatal.

Con la llegada en el mes de marzo del 2006 de los 2 primeros aviones Embraer ERJ-170, y del primer Embraer ERJ-190 en el mes de junio del 2006, así como el arribo de 2 Embraer ERJ-190 adicionales en el mes de diciembre del 2007, TAME cuenta con 9 elementos nuevos de fábrica con los 3 Airbus A 320-233Y con el 1 Airbus A 319.

En el año 2008, los A320 fueron devueltos al lessor, dado el incremento del costo del alquiler de las aeronaves, recibiendo en reemplazo otros 2 Airbus A320 en sustitución a los devueltos. Uno de los aviones fue devuelto en el 1er semestre del año, mientras el 2do en el 2do semestre.

El 25 de agosto del 2008, se incorporó a la flota un Airbus A319, con lo que se aumenta la capacidad de la flota de TAME. Mientras que en el mes de octubre, se recibió un Airbus A320 que reemplaza al 2do A320 original. El 25 de agosto del 2009, TAME recibe su nuevo Airbus A320 con el que termina su plan de renovación de flota, el mismo vino con su nuevo pintado y logotipo con lo que TAME proyecta una imagen de modernización.

Actualmente la flota de TAME está conformada por las siguientes aeronaves:

- * 3 Airbus A320-233
- * 1 Airbus A319 (135 pasajeros / 2 clases: Ejecutiva y Económica)
- * 3 Embraer ERJ-190 (104 pasajeros / clase única)
- * 2 Embraer ERJ-170 (76 pasajeros / clase única)

Sobre la Comunicación en Tame

Tame Línea Aérea del Ecuador maneja un Manual Orgánico Funcional, que comprende varios puntos, en donde las autoridades y directivos de Tame, con este documento “aspiran que se contribuya al fortalecimiento empresarial; a consolidar y perfeccionar permanentemente con el esfuerzo mancomunado de quienes hacemos Empresa, en beneficio de la organización y particularmente de los funcionarios y empleados de la misma”.

Hemos considerado para este punto de la investigación recalcar parte de este Manual Orgánico Funcional, de lo cual se extrae lo siguiente:

Capítulo V, Niveles Organizacionales

La Empresa TAME se encuentra jerarquizada con estamentos y mandos superiores, así como unidades de asesoramiento, control, técnico-administrativas y operacionales, que permiten la delimitación de las responsabilidades y el establecimiento de la cadena escalar de autoridad y subordinación.

Nivel Directivo:

Conformado por el Directorio, cuyo propósito está encaminado a determinar las políticas y objetivos generales de gestión de TAME, las mismas que deberán regir las actividades del quehacer empresarial en el ámbito operacional, comercial, técnico y administrativo.

Nivel Ejecutivo:

Conformado por la Presidencia y Vicepresidencia Ejecutivas, cuyo propósito está encaminado a establecer y dirigir los planes y programas operacionales, de comercialización y administrativos de la Empresa, que permitan cumplir con las políticas y objetivos determinados por el Directorio.

Nivel Asesor:

Conformado por: Asesoría Jurídica y la Asesoría de Planificación, cuyo propósito está encaminado a brindar asesoramiento, consejo, guía y orientación a todos los niveles jerárquicos de la Empresa, en asuntos relacionados con el cumplimiento de sus actividades específicas y de conformidad con las normas, procedimientos y demás instrumentos legales y reglamentarios interno-externos que rigen la actividad aerocomercial de TAME.

Nivel de Control:

Conformado por la Auditoría General, cuyo propósito fundamental está encaminado a verificar que todas las operaciones técnico, administrativas y financieras se realicen dentro de los parámetros legales, estatuarios y reglamentarios, así como se cumplan las normas de control interno.

Nivel Técnico-Administrativo:

Conformado por las Gerencias de: Recursos Humanos, Logística, Informática, **Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas** y, Secretaría de la Presidencia; cuyo propósito está encaminado a facilitar los recursos humanos, materiales, financieros tecnológicos y apoyo administrativo a todas las unidades que conforman la empresa, para el cumplimiento eficiente de sus objetivos, así como procurar la racionalización en el uso de los mismos.

Nivel Operativo:

Conformado por las Gerencias: Comercial, Mantenimiento, Operaciones, Gerencia Regional 2 de Guayaquil y estaciones en provincias, cuyo propósito está encaminado a desarrollar todas aquellas acciones específicas de la actividad aerocomercial, en forma ágil, eficiente, económica y oportuna, de acuerdo a los requerimientos y exigencia del sector, en cumplimiento de sus objetivos principales en el ámbito nacional e internacional.

Organismos de Conformación:

Con la reforma del Estatuto aprobada en enero de 1998, la Empresa TAME cuenta con el Comité de Capacitación.

El Consejo de Disciplina para juzgar las faltas atentatorias, queda conformado de acuerdo al Reglamento de Disciplina Militar.

Tame Línea Aérea del Ecuador mantiene una comunicación efectiva, directa e interactiva gracias al trabajo conjunto que realiza la Dirección de

Relaciones Públicas con la jefatura de Publicidad y la Agencia de Comunicación Integral que lleva el manejo publicitario de la empresa.

La dirección de Relaciones Públicas trabaja directamente con algunas otras direcciones de Tame, ya que es la que consecuentemente, maneja la comunicación interna y externa de la empresa.

Cuerpo Directivo:

Para efectos de decisiones trascendentales en la empresa, un grupo compuesto por representantes de la Fuerza Aérea Ecuatoriana y ejecutivos de Tame Línea Aérea del Ecuador, conforman este conjunto:

Presidente del Directorio: Jefe del Estado Mayor General FAE

Miembro del Directorio: Comandante de Operaciones Aéreas y Defensa FAE

Miembro del Directorio: Director de Logística FAE

Miembro del Directorio: Comandante de Educación y Doctrina FAE

Miembro del Directorio: Presidente Ejecutivo de TAME

Miembro del Directorio: Representante Empleados TAME ante el Directorio.

2.3. Cómo se encuentra estructurada Tame en el Departamento de Comunicación

Como se mencionara anteriormente, Tame Línea Aérea del Ecuador está regida por su máximo organismo, el Directorio Ejecutivo, que está en el nivel más alto dentro de la estructura de la Empresa.

Esta entidad cuenta con un Departamento de Relaciones Públicas cuya relación laboral y de acción depende de las autoridades vigentes; sin embargo, se puede considerar que existe una estrecha relación, toda vez que siendo una empresa adscrita a la Fuerza Aérea Ecuatoriana, quien a

su vez es una empresa del Estado, está sujeta a las políticas del Alto Mando Militar y del Gobierno de turno.

Tame actualmente se rige a un *Manual Orgánico Funcional*, del cual se destaca, para el Departamento de Relaciones Públicas, lo siguiente:

Cap. IV. De las Unidades Técnico-Administrativas.

Sección Primera

De las Relaciones Públicas.

Misión:

Ejecutar la política de comunicación social y relaciones públicas de la Empresa, según los lineamientos de la Presidencia Ejecutiva y en función de proyectar una imagen sólida, eficiente, moderna y en constante desarrollo empresarial.

Depende de la Presidencia Ejecutiva y las unidades bajo su control están en coordinación con la Vicepresidencia Ejecutiva, Gerencia Comercial, Gerencias y Asesorías y todas las demás unidades relacionadas con el cumplimiento de su misión.

Dentro de sus funciones están:

Mantener diálogos permanentes con los medios de comunicación social nacionales e internacionales, para favorecer la difusión del Plan de Comunicación de la Empresa y mantener la imagen favorable de sus usuarios.

Establecer y mantener una política de relaciones públicas externas con empresas de aviación, instituciones públicas y privadas y demás organismos nacionales e internacionales que tienen relación con la actividad aerocomercial.

Dirigir ruedas de prensa y elaborar noticias, boletines de prensa, reportajes y artículos especializados, para informar sobre proyectos, acciones, actividades y servicios que ofrece la Empresa.

Coordinar y supervisar canjes publicitarios que se realizan por concepto de información.

Supervisar la adquisición y entrega de souvenirs publicitarios de acuerdo a las normas existentes o por disposición de las autoridades de la Empresa.

Preparar y ejecutar un programa de comunicación social que asegure la proyección de la imagen corporativa de la Empresa, a través de acciones de relaciones públicas con autoridades y medios de comunicación social.

Preparar y recomendar a la Presidencia Ejecutiva la elaboración de publicaciones, revistas, boletines, informativos especiales y otros materiales informativos o publicitarios a difundir.

Organizar y coordinar programas de carácter académico, social, cultural o deportivo, a nivel interno y externo.

Elaborar los discursos y preparar las declaraciones a los medios de comunicación que deban dar los ejecutivos en los actos respectivos.

Realizar encuestas y sondeos de opinión de los usuarios en relación con el servicio que ofrece la Empresa.

Brindar la atención especializada a autoridades, clientes VIP y empresas públicas o privadas que requieren el servicio aerocomercial.

Coordinar con la Gerencia Comercial y sus respectivas áreas, la preparación, diseño y ejecución de programas y campañas publicitarias a realizarse y para los convenios de canje publicitarios.

Cumplir con las demás funciones que le fueren asignadas por la Presidencia Ejecutiva.

Coordinación de Relaciones Públicas:

FUNCIONES:

Coordinar y ejecutar los eventos sociales internos y externos dispuestos por la Presidencia Ejecutiva, para favorecer y fomentar las relaciones inter-institucionales y entre los empleados de la Empresa.

Adquirir, distribuir los elementos promocionales y de reconocimiento a las agencias de viaje, mayoristas, autoridades y otras instituciones generadores de recursos para la Empresa.

Coordinar la adquisición y entrega de premios, recuerdos y reconocimientos a autoridades de la Empresa y a empleados, de acuerdo a los méritos y situaciones de la Empresa que así lo ameriten, previa disposición de la Presidencia Ejecutiva.

Coordinar la participación de la Empresa en los eventos turísticos y ferias a nivel nacional e internacional para los que fuere designado, promocionando la imagen y servicios que ofrece TAME en el ámbito aerocomercial.

Seleccionar los lugares para la realización de los eventos sociales, culturales y deportivos que organiza la empresa, así como coordinar la contratación de grupos musicales, disco móvil, toldos, etc. para el desarrollo de los mismos.

Establecer y mantener buenas relaciones con agencias de viaje, mayoristas de turismo, líneas aéreas y medios de comunicación social, a través del fortalecimiento de las relaciones públicas externas.

Colaborar para el fortalecimiento empresarial a través de las relaciones públicas internas entre los niveles ejecutivos y los empleados.

Participar por delegación, en el Comité de fiestas para la organización y ejecución del programa de aniversario de la Empresa, en las tareas que fuere asignado.

Cumplir con las demás funciones que le fuesen asignadas.

TAME Virtual

Actualmente Tame se ha embarcado en un nuevo proyecto tecnológico, llamado TAME Virtual la primera y única Aerolínea virtual de Ecuador, la cual consiste en un grupo de entusiastas de la aviación virtual que simulan las operaciones reales de TAME con el simulador de vuelo Microsoft Flight Simulator 2002 y 2004.

Estos fanáticos de la aviación basan sus operaciones en la red de vuelo VATSIM sub-región Sudamérica en Ecuador, con controladores de Guayaquil FIR, donde el nivel de realismo llega al máximo cuando los pilotos virtuales contactan al controlador de tráfico aéreo utilizando la misma fraseología que los pilotos de TAME usan en la realidad y simulando cada una de las operaciones y aviones de la aerolínea que inspira este proyecto.

Logotipo

Los diferentes mecanismos adoptados por TAME como sistemas de identificación, están estrechamente ligados a la naturaleza de su actividad, por ello los colores son el azul, celeste y el dorado que es un elemento decorativo.



El logotipo anterior simbolizaba conceptualmente el vuelo de un ave con un sol como fondo, este solía estar ubicado siempre en la cola de las aeronaves, su creación se debe al mayor Luis A. Ortega, quien lo concibió y diseñó en los inicios de la vida de TAME.



En el 2009, TAME decidió renovar su imagen, por eso decidió trabajar en un extenso programa de branding junto a las agencias LA FACULTAD y ALMA.

Este programa integra todos los procesos de experiencia proyección de marca, desde los más pequeños como un sticker, hasta los más grandes como los aviones será implementado paulatinamente. La renovación de la línea grafica estuvo a cargo de la agencia de publicidad La Facultad, quienes conceptualizaron la nueva insignia, como la representación de una ave en pleno vuelo que va en ascensión, el ave es de color celeste el cual remplazó al anterior azul oscuro, simbolizando la renovación de la flota de la aerolínea.

Su slogan actual es: *Vuela Ecuador*

Metas y Objetivos de Tame Línea Aérea del Ecuador

- A nivel Financiero:

Volar para generar utilidades

Fortalecer el sistema de gestión financiera

- A nivel de Clientes:

Maximizar la satisfacción del cliente

Incrementar la participación en el mercado

Desarrollar la cultura de servicio al cliente

Evidenciar el liderazgo en la industria aerocomercial nacional

- En Procesos:

Potenciar la gestión de procesos

Implementar, certificar y administrar el SIGC TAME

Desarrollar nuevas líneas de negocio

Renovar permanentemente la flota de aeronaves

Actualizar el esquema jurídico interno

- En Capacidad Organizacional:

Fortalecer la capacidad de gestión

Implantar el sistema de gestión del talento humano

Desarrollar el sistema de información estratégica

Implantar una organización por procesos

La comunicación se ha tomado a menudo como una moda. Ahora se va convirtiendo en una cultura. La comunicación institucional es la clave, la llave que abre las puertas de la organización a una realidad compleja y cambiante. Las organizaciones son organismos vivos e inteligentes, preceptores de señales, informaciones y mensajes. El análisis profundo de los procesos de comunicación en las organizaciones permite comprender y facilitar los procesos de cambio y crecimiento de las mismas.

Capítulo III

USO DE LAS TIC'S EN TAME

3.1. La Comunicación en Tame Línea Aérea del Ecuador

Se considera necesario en este capítulo definir un concepto de lo que es la comunicación; así, uno de las mejores definiciones es la que se publica en el blog corporativo de “los maestros de la web” que en su editorial dice: *La comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una persona a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.*

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

El trabajo comunicacional e institucional exige un enfoque multidisciplinario; la comunicación se diversifica y se densifica constantemente. Sus técnicas se especializan y proliferan. El tráfico comunicacional aumenta en volumen y tiende a la saturación y al desorden.

En otras palabras, la comunicación en Tame Línea Aérea del Ecuador hay un manejo adecuado de los procesos de elaboración, emisión, circulación y retroalimentación de los mensajes dentro del área de trabajo, para aumentar la productividad y la calidad en las organizaciones.

Precisamente en su Departamento de Relaciones Públicas, uno de sus fines es generar solidez de su imagen corporativa, afianzar la identidad organizacional y lograr una identificación universal mediante el uso adecuado, oportuno y razonable de los diferentes canales, medios y herramientas de la comunicación.

Ya en el área de comunicación (para la promoción publicitaria e informativa), Tame maneja sus pautas comerciales a través de su agencia de comunicación integral y de publicidad "*Publicitas S&S*", que son quienes promueven la imagen externa e interna de la empresa. Cabe recalcar que para la aprobación de las campañas existe una Comisión de Publicidad designada por la máxima autoridad de la Empresa, conformada por el Vicepresidente Ejecutivo, Gerente Comercial, Gerente de Finanzas, Director Jurídico, Director de Relaciones Públicas y Jefe de Publicidad, quienes (a decir de la Vicepresidencia ejecutiva) aprobarán las campañas a desarrollar, sus objetivos, estrategias y calificarán los planes de inversión en los medios, para su posterior aprobación por parte de la máxima autoridad de la Empresa dependiendo de la importancia de las mismas, ya que la aprobación de campañas puntuales son de directa responsabilidad de la Gerencia Comercial y la Dirección de Relaciones Públicas.

Una vez aprobadas la Estrategia Creativa y la Estrategia de Medios, la agencia procederá a efectuar los contactos y negociaciones con los medios de comunicación, con la supervisión de la Gerencia Comercial y el asesoramiento de la Dirección de Relaciones Públicas, así lo indica el Vicepresidente ejecutivo de Tame Línea Aérea del Ecuador.

3.2. Herramientas Web 2.0 que utiliza Tame: frecuencia en su uso, objetivos por los que fueron implementados, público meta

Tame Línea Aérea del Ecuador, a través del Consejo Directivo ha tratado de dar un giro a lo que es la comunicación alternativa a través de las nuevas tecnologías aplicando precisamente, las últimas innovaciones en este campo, es decir aplicar criterios como la comunicación 2.0 a través de los diferentes portales webs que está manejando en este momento la aerolínea. La motivación básica es el trabajo para con sus usuarios, en ese sentido las herramientas comunicacionales digitales como las plataformas web deben tener necesariamente una interrelación y una interacción con la comunidad para saber cómo reciben el servicio de Tame, cuáles son las necesidades que tienen los visitantes de sus páginas web y, cómo son atendidos a través de la gestión multimedia.

En ese sentido era necesario conectar estos componentes tecnológicos para tener una gestión comunicacional primero, más efectiva entre los usuarios y la Tame Línea Aérea del Ecuador.

Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios.

Con las limitaciones técnicas iniciales (128 kbps de ancho de banda), los primeros servicios estaban centrados en la difusión de información estática, además de herramientas nuevas y exclusivas de esta tecnología como el correo electrónico, o los buscadores.

Las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una ubicuidad de acceso. Aparecieron un segundo grupo de servicios TIC como el comercio electrónico, la banca online, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública.

Son servicios donde se mantiene el modelo proveedor-cliente con una sofisticación, más o menos grande en función de las posibilidades tecnológicas y de evolución de la forma de prestar el servicio.

Empecemos por entender lo que significa la Web 2.0, hay muchas definiciones al respecto, de las cuales tomamos la siguiente definición establecida por Wikipedia: *“La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones web enfocadas al usuario final. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología.*

La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través de los web enfocados al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio.

Es una etapa que ha definido nuevos proyectos en Internet y está preocupándose por brindar mejores soluciones para el usuario final. Muchos aseguran que hemos reinventado lo que era el Internet, otros hablan de burbujas e inversiones, pero la realidad es que la evolución natural del medio realmente ha propuesto cosas más interesantes como lo analizamos diariamente en las notas de Actualidad”.

Se entiende así, que la comunicación humana ha desarrollado varias herramientas para su ejecución inmediata, con el paso de los años cada vez se hace más imperante su utilización. Las herramientas Web 2.0 permiten a las organizaciones estar más cerca y conocer los acontecimientos que se dan en distintas partes del mundo, en relación con la utilización de estas y en referencia al trabajo comunicativo que todas ellas emplean para llegar a sus públicos.

Una de las ventajas de las nuevas tecnologías de la comunicación radica en el enorme aumento conseguido en la capacidad para generar, almacenar, procesar, transmitir y recibir información. El tremendo desarrollo de los sistemas de comunicación por radio, TV y cable ocurrido

en los últimos años, ha sido sencillamente sensacional. Sin embargo, la fusión de las computadoras y las telecomunicaciones dando lugar a las redes de redes (Internet), constituye una verdadera revolución en las comunicaciones, comparable al desarrollo de la capacidad de hablar, la introducción de la escritura o la invención de la imprenta.

Tame Línea Aérea del Ecuador no ha dejado pasar la oportunidad de los avances tecnológicos que se nos presentan día a día, por ello, para sus públicos estratégicos ahora emplea, no solo la comunicación directa del día a día, sino también la comunicación vía **correo electrónico**, que brinda la posibilidad de compartir con ellos de forma instantánea.

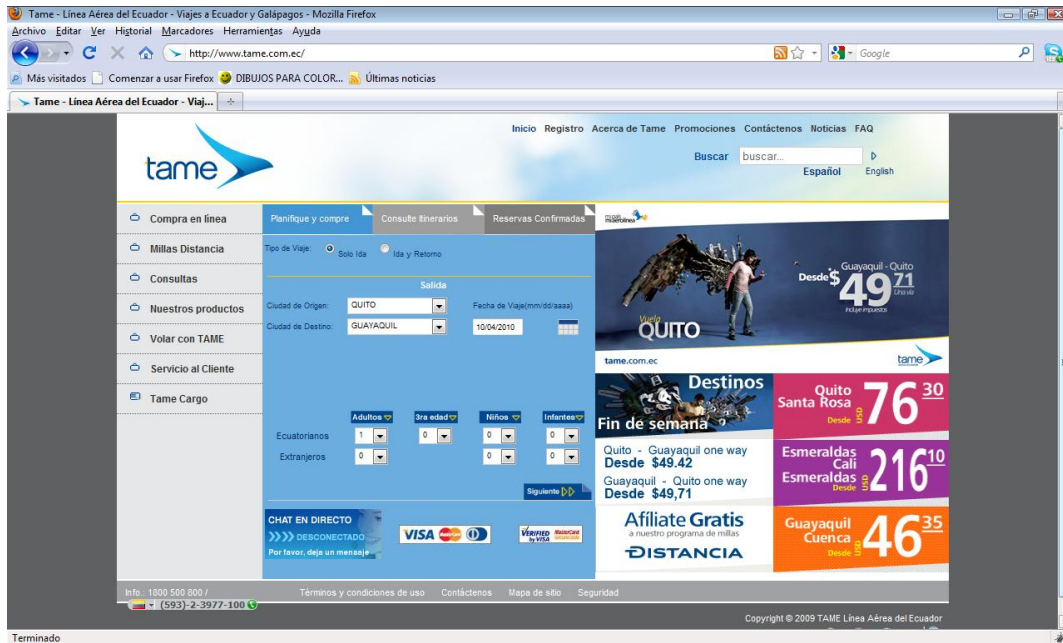
Lo que se busca con esto, es que el uso de las Web 2.0 sean totalmente operativas, es decir, que no simplemente sea un cliché tecnológico, que por ser una aerolínea de bandera ecuatoriana, deba estar acorde a la vanguardia tecnológica, sino, pensar en que sus plataformas informativas son realmente una herramienta a las que se las debe dar el uso necesario, y que no sea simplemente por cumplir con lo que mandan las normativas o las disposiciones legales para el uso de las herramientas tecnológicas, sino que exista esa relación directa con los usuarios y visitantes de las mismas.

Las herramientas más usadas son: **Sitios Web**

A través de sus sitios web, Tame Línea Aérea del Ecuador expone públicamente lo que es y lo que hace, divulga sus proyectos y difunde su política, permitiendo que el visitante se provea de toda la información necesaria. Es de uso frecuente, diario, permanente, lo que acelera los procesos de información inmediata.

Tame maneja algunas herramientas de la Web 2.0; así, la más utilizada es la página web: www.tame.com.ec, ya que es su instrumento tecnológico de uso más frecuente por usuarios de la Internet con la que interactúa de manera activa entre sus públicos estratégicos. En esta página web, el usuario y/o visitante puede revisar los itinerarios de vuelos

e incluso, puede hacer consultas y reservaciones de viajes, permitiéndoles acortar tiempos de espera al llegar a un punto de venta físico, establecido por esta aerolínea en las principales ciudades del país.



www.tamevirtual.org

Desde hace cuatro años aproximadamente, Tame ingresó a un nuevo proyecto tecnológico, llamado TAME Virtual, “la primera y única Aerolínea virtual de Ecuador”, la cual consiste en un grupo de entusiastas de la aviación virtual que simulan las operaciones reales de TAME con el simulador de vuelo Microsoft Flight Simulator 2002 y 2004.

Estos fanáticos de la aviación basan sus operaciones en la red de vuelo VATSIM sub-región Sudamérica en Ecuador, con controladores de Guayaquil FIR, donde el nivel de realismo llega al máximo cuando los pilotos virtuales contactan al controlador de tráfico aéreo utilizando la misma fraseología que los pilotos de TAME usan en la realidad y simulando cada una de las operaciones y aviones de la aerolínea que inspira este proyecto.



www.queremosquellegueslejos.com

En lo que va de este año (2010) Tame apuesta por una interacción más activa con sus clientes, a través de una página web, producto del trabajo conjunto entre su Departamento de Relaciones Públicas y su agencia de comunicación integral y publicidad. En este espacio, los usuarios pueden contar sus sueños, sus anhelos; Tame por su parte recepta estas historias para convertirlas en experiencias vivas que son expuestas a sus empleados como testimonio de que todos ser tiene cosas que quiere alcanzar.



Redes Sociales

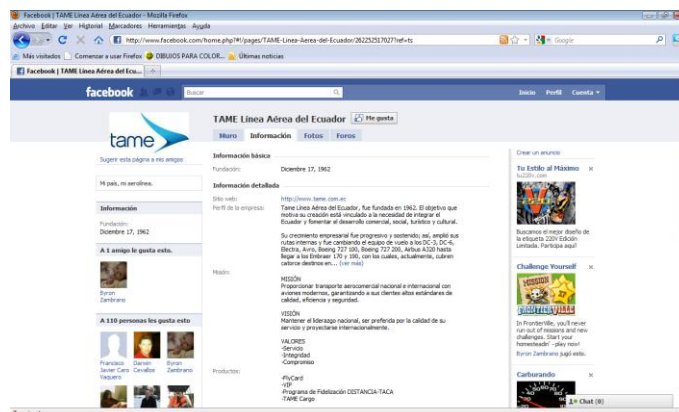
Hoy por hoy, no se puede dejar de lado el uso de las redes sociales ya que ellas facilitan el contacto en tiempo real con los interlocutores (públicos internos y externos); por lo tanto, una organización tuviere a bien estar enlazada en estos sitios para ser reconocida espontáneamente entre los buscadores de redes sociales.

Un indicio de que los interlocutores muestran su confianza o parte de ella hacia una organización, ya se produce cuando acceden a dialogar con esta, al dejar comentarios e inquietudes en sus sitios, por mail o mediante encuestas aplicadas en las redes sociales.

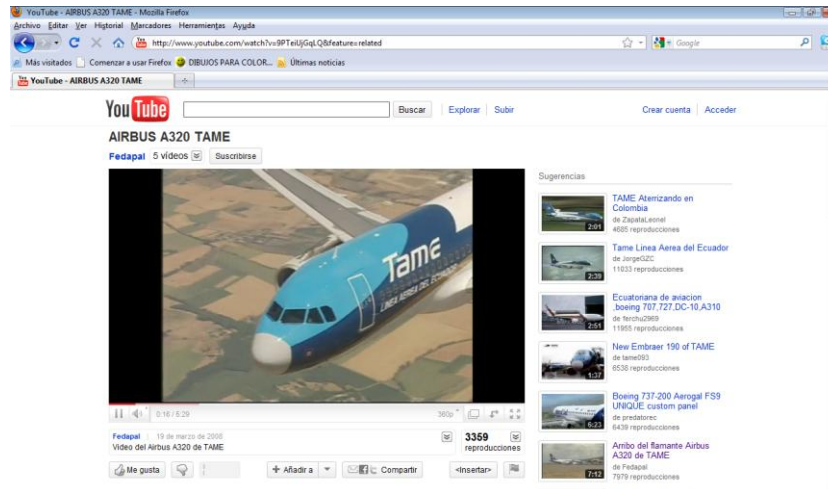
Pero la mayor fiabilidad se manifiesta cuando los interlocutores deciden seguir y participar de manera constante en la actividad online de tu organización, mediante afiliaciones, seguidores, fanáticos de las redes sociales, amistades y otras.

Las redes sociales son estructuras compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

Tame mantiene una cuenta en la ya famosa y más grande red social Facebook, permitiendo que cientos de personas que acceden a estos canales se mantengan en contacto, ya que aquí también se publica información de interés social como eventos que organizan la empresa y otros.



You Tube



Con la presencia de videos en el ciberespacio, Tame tiene la posibilidad de que los usuarios del también conocido sistema multimedia Youtube expresen libremente sus opiniones respecto a los videos que en esta página se publican con respecto a la empresa, pudiendo así detectar el nivel de aceptación de Tame en los usuarios de esta web, que no necesariamente son su público meta, al ser una página de publicación mundial en cuyos servicios confluyen muchos intereses que van desde algo personal como gremial e institucional.

Como se puede apreciar, Tame Línea Aérea del Ecuador expone públicamente su actividad económica y razón de ser, y es que la Internet es la más fascinante de entre las múltiples nuevas TIC's que con sus innovaciones están cambiando la comunicación de masas en general.

Uno de los objetivos por los que se usan las TIC's en Tame es la aplicación correcta de estas herramientas, cuya eficacia está dada por sus proveedores de información y los usuarios de los sitios Web, constituyéndose estos en una comunidad cibernauta de amplio y diverso bagaje cultural.

3.3. Tipo de contenidos difundidos a través de herramientas web 2.0

“El explosivo crecimiento de Internet y de la World Wide Web ha creado una forma de comunicación de masas distintas hasta las ahora conocidas. En 1990, Internet era un mero medio de intercambio de información científica. Hoy en día es una herramienta de comunicación global que utilizan millones de personas”. Según estudios internacionales, se dice que la utilización de las nuevas tecnologías es la tendencia dominante en el campo comunicacional.

Tame Línea Aérea del Ecuador mantiene una comunicación efectiva con sus públicos tanto internos como externos. Así, en el ámbito de relación social se puede evidenciar que hay reuniones frecuentes con los trabajadores de la institución. Mientras que en el sentido comercial existe relación con varias agencias de viajes, proveedoras y comercializadoras de materiales de oficina y de repuestos a nivel nacional e internacional.

Todo lo difundido por Tame en la Internet y, a través de las Tecnologías de la Información y Comunicación tiene que ver mucho con las leyes de nuestro país; así, el Abogado Danilo Caicedo Tapia, editor de la revista judicial multimedia *“derecho ecuador”*, advierte que *“el acceso a la información es un derecho primordial de la persona al igual que una prerrogativa de la sociedad en su conjunto, constituyéndose además en uno de los pilares esenciales de toda democracia y por tanto sustento del Estado Social de Derecho. Como todo derecho su interdependencia con otros derechos de igual jerarquía supone obligaciones correlativas y por tanto la facultad de ser limitado por ley de los medios”*.

Tame también se apega a la difusión de su accionar al ser una empresa ecuatoriana, lo cual exige su apego a la ley, en este caso a la de Transparencia e información pública, cumpliendo de esta manera con su deber. Todo el contenido emitido en los espacios destinados para ello y que fueron creados o adoptados por Tame Línea Aérea del Ecuador, cumplen un fin informativo, a más de la interacción que su mantenimiento

exige con quienes a diario visitan o navegan en la Internet y sus páginas corporativas.

La Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública, en su Título Primero, de los Principios Generales, Art. 1, dice: “Principio de Publicidad de la Información Pública.- El acceso a la información pública es un derecho de las personas que garantiza el Estado.

Toda la información que emane o que esté en poder de las instituciones, organismos y entidades, personas jurídicas de derecho público o privado que, para el tema materia de la información tengan participación del Estado o sean concesionarios de éste, en cualquiera de sus modalidades, conforme lo dispone la Ley Orgánica de la Contraloría General del Estado; las organizaciones de trabajadores y servidores de las instituciones del Estado, instituciones de educación superior que perciban rentas del Estado, las denominadas organizaciones no gubernamentales (ONG's), están sometidas al principio de publicidad; por lo tanto, toda información que posean es pública, salvo las excepciones establecidas en esta Ley”.

3.4. Estrategias de TIC's en comunicación que han resultado exitosas para Tame Línea Aérea del Ecuador.

Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna panacea ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes del planeta. Se disponen de herramientas para llegar a los Objetivos de Desarrollo del Milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia, y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión mutua" (*Kofi Annan, Secretario general de la Organización de las Naciones Unidas, discurso inaugural de la primera fase de la WSIS, Ginebra 2003*).

Las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación están influyendo notoriamente en los procesos de creación y cambio de las

corrientes de opinión pública. Objetos tan habituales como la televisión, el móvil y el ordenador, además de la radio, están constantemente transmitiendo mensajes, intentando llevar a su terreno a los oyentes, telespectadores o usuarios de estos medios. A través de mensajes de texto, correos electrónicos, blogs, y otros espacios dentro de internet, las personas se dejan influir sin apenas ser conscientes de ello, afirmando que creen esa versión porque «lo han dicho los medios» o «viene en internet». Estos son la vía de la verdad para muchos de los ciudadanos, sin saber que en ellos también se miente y manipula. Dependiendo de la edad, status social, nivel de educación y estudios, así como de vida, trabajo y costumbres, las TIC tienen un mayor impacto o menos, se da más un tipo de opinión u otra y diferentes formas de cambiarla.

El uso de las tecnologías de información y comunicación entre los habitantes de una población, ayuda a disminuir la brecha digital existente en dicha localidad, ya que aumentaría el conglomerado de usuarios que utilizan las Tic como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades y por eso se reduce el conjunto de personas que no las utilizan.

Las Tecnologías de Información y Comunicación han revolucionado las formas de interacción y constituyen un elemento importante en los procesos de socialización, modificando pautas culturales y formas de educación.

Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. Las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una universalidad de accesos. Aparecieron un segundo grupo de servicios TIC como el comercio electrónico, la banca online, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública.

Son servicios donde se mantiene el modelo proveedor-cliente con una sofisticación, más o menos grande en función de las posibilidades tecnológicas y de evolución de la forma de prestar el servicio.

Para Tame sin duda, ha sido de mucha utilidad y grandes resultados el uso de la Internet que a través de los años ha logrado posicionarse ya no solo en las oficinas sino también en los hogares, permitiendo dar un paso a la tecnología y ayudando ágilmente a aquel usuario que tiene su tiempo limitado para cumplir sus responsabilidades.

Algo similar sucede con el uso del correo electrónico no solo en Tame, sino en toda organización; cómo desconocer las aplicaciones que tiene actualmente la telefonía móvil permitiendo a sus usuarios tecnología avanzada e información oportuna.

Un dato importante es el uso de la Televisión ya que a través de ella y a lo largo de los años, se han pautaado los comerciales de esta aerolínea promoviendo así el uso de sus servicios, que hoy por hoy también son difundidos a través de los cines y grandes espectáculos donde confluyen sus usuarios y potenciales usuarios.

La mayor disponibilidad de banda ancha (10 Mbps) ha permitido una mayor sofisticación de la oferta descrita, se puede acceder a la TV digital, vídeo bajo demanda, juegos online, etc.

El cambio principal que las posibilidades tecnológicas han propiciado ha sido la aparición de fórmulas de cooperación entre usuarios de la red, donde se rompe el paradigma clásico de proveedor-cliente.

La aparición de comunidades virtuales o modelos cooperativos han proliferado los últimos años con la configuración de un conjunto de productos y formas de trabajo en la red, que se han recogido bajo el concepto de Web 2.0. Son servicios donde un proveedor proporciona el soporte técnico, la plataforma sobre la que los usuarios auto-configuran el servicio.

3.5. Futuras proyecciones a través de Internet como medio de comunicación.

El Internet es un servicio útil por la gran fuente de información que ofrece en la actualidad, llegando al punto que hasta operadores móviles brindan este tipo de servicio sin importar la ubicación en la que se encuentre el usuario.

Su presencia en todo el mundo hace del Internet un medio masivo, donde cada uno puede informarse de diversos temas, como las ediciones digitales de los periódicos, o escribir según sus ideas en blogs o subir material audiovisual como en el ya conocido sitio Youtube que se mencionara anteriormente.

Partiendo de este pensamiento, se ha considerado la aplicación de una entrevista estructurada a una representante de la Dirección de Comunicación Social de Tame Línea Aérea del Ecuador, para que sea ella quien nos aclare lo que ahí se piensa y se estudia para las aplicaciones a futuro en cuanto al uso de la Internet.

Aquí la transcripción de la entrevista realizada a la Lic. Toa Quirola Pazmiño, Directora del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de Tame Línea Aérea del Ecuador.

1. ¿Cuántos años trabaja en la Institución y qué cargo ocupa dentro de la misma?

Trabajo 17 años en esta empresa, me ha dado la oportunidad de crecer profesionalmente ya que me inicié como asistente del Departamento. Aquí sirve mucho el esfuerzo y el empeño que uno pone en su trabajo, lo que conlleva a la experiencia, misma que me ha puesto ahora como Directora de Comunicación Social y Relaciones Públicas

2. ¿Cómo se encuentra estructurado el Departamento de Comunicación Social de la empresa?

Bueno, está conformado por un Director (mi persona), dos profesionales en la rama de Relaciones Públicas y una secretaria. Todos trabajamos en orden jerárquico; es decir, como Directora soy la responsable de lo que ocurra o deje de ocurrir en el departamento y mantengo contacto permanente con el Directorio.

Los dos compañeros son los que se dedican al trabajo del área, es decir, coordinaciones con empresas, estudios de prefactibilidad, organización de eventos, monitoreo de prensa y relacionamiento con medios de comunicación en el que participo también yo.

3. ¿Qué importancia tiene el departamento de comunicación social dentro de su empresa?

Tiene un nivel elevado ya que a través de nuestro departamento se pueden ejecutar las directrices, sobretodo, para el desarrollo de las campañas comunicacionales que impulsan nuestros servicios.

4. ¿Cuáles son las herramientas que se utilizan para los productos comunicacionales?

Algunas, como por ejemplo: Internet, intranet, Manuales, Descripción de procesos de comunicación externa, interna y organización de eventos.

5. ¿Cuál es la empresa que maneja el área de nuevas tecnologías y publicidad de su empresa?

Hasta el primer trimestre de este año trabajamos con la Agencia La

Facultad, quien nos ayudó mucho con el cambio del Logotipo que actualmente estamos usando. A partir de ese entonces, por una nueva adjudicación, el Directorio decidió trabajar con la agencia de Comunicación Integral "Publicitas S&S".

6. ¿Qué importancia tienen las nuevas tecnologías como la Web 2.0 para el departamento de comunicación?

Son muy importantes por que ayudan a mantener a la empresa vigente y competitiva en un mercado que está en constante renovación. La Web 2.0 es una fuente de información y comunicación moderna, ágil y eficiente.

7. ¿Cuánto personal trabaja dentro del área de comunicación?

Somos cuatro profesionales.

8. ¿Qué logros se han alcanzado con las herramientas web dentro de la parte comunicacional?

Se ha logrado llegar a un público mucho más amplio de manera rápida, manteniendo un feedback inmediato y en línea, no solo con los empleados de la empresa, sino también con los usuarios de nuestros servicios ya que pueden consultar los itinerarios de vuelos, compras, reservas y consultas, entre otras.

9. ¿Qué ha sido indispensable incrementar en el departamento desde que se creó hasta la actualidad?

Bueno, desde su creación hasta estos días han transcurrido algunos años, quizás en un inicio, el departamento no tuvo la importancia ni el suficiente apoyo que se requería. Con el pasar de los años y el

avance tecnológico, Tame vio la necesidad de incursionar en las nuevas herramientas tecnológicas, empezando por el uso del correo interno (Lotus) para posteriormente crear su propia página web, permitiendo a nuestros clientes realizar acciones desde cualquier parte en la que se encuentre, sin necesidad de acercarse físicamente a una de nuestras oficinas.

10. ¿Cuáles son las herramientas Web 2.0 utilizadas con más frecuencias dentro de la empresa?

Qué puedo decirles, la tecnología es un fenómeno mundial en el que ya no solo las empresas se desenvuelven como tales... aquí en Tame, como ya lo mencioné, manejamos mucho lo que es Lotus, luego están las páginas web: la una corporativa, la otra comercial y participativa con nuestros usuarios, clientes y potenciales clientes, me refiero a la página de Tame Virtual, ahora no se puede dejar de lado el uso de las redes sociales. Al igual que otras empresas que ya lo están haciendo, somos usuarios de estas redes.

CAPITULO IV

PANORAMA ECUATORIANO EN EL USO DE LAS TIC'S EN LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

4.1. Resultados de la investigación.

Al realizar esta investigación se pudo definir algunos resultados de la investigación entre las más importantes detallamos a continuación:

4.1.1. Importancia de las Tics en la comunicación

La evolución de la tecnología comunicacional, ha permitido que cada herramienta se integre para brindar un servicio eficiente, los sistemas electrónicos portátiles se transforman en medio de sociabilización de la información, que permite elegir la información que se desea conocer, donde recibirla y el momento más idóneo para hacerlo, y cuáles son los medios de comunicación más idóneos para sacar provecho, manteniendo un esquema informativo acorde a las necesidades del receptor.

Dentro del contexto social, la comunicación mantiene una estrecha relación con las tecnologías de la información y la comunicación debido a que se han convertido en una poderosa herramienta que facilita información, comunica y potencia el desarrollo de habilidades y nuevas formas de construcción del mensaje. En otras palabras la comunicación de hoy, practica nuevas formas de construir una cultura digital.

Las TIC tienen la peculiaridad de que la comunicación que se produce no viene condicionada por el tiempo y las distancias geográficas, es por esto que entre otras cosas tiene una importancia creciente en la forma de comunicar a las personas, de esto último se benefician a nivel intuitivo los consumidores, que encuentran en estos medios un desarrollo

comunicativo que expresan a través de medios para ellos tan habituales como la mensajería instantánea, los correos electrónicos o el móvil.

4.1.2. Con respecto a la Empresa Tame

Tame Línea Aérea del Ecuador proporciona servicio de transporte aéreo nacional e internacional de excelencia, con los más altos estándares de seguridad y cuidado del medio ambiente, con personas comprometidas y competentes, conociendo a sus clientes y esforzándose para sobrepasar sus necesidades y expectativas, así como estableciendo relaciones de mutuo beneficio con sus proveedores.

Tame se ha embarcado en un nuevo proyecto tecnológico, llamado TAME Virtual la primera y única Aerolínea virtual de Ecuador, la cual consiste en un grupo de entusiastas de la aviación virtual que simulan las operaciones reales de TAME con el simulador de vuelo Microsoft Flight Simulator 2002 y 2004.

La comunicación se ha tomado a menudo como una moda. Ahora se va convirtiendo en una cultura. La comunicación institucional es la clave, la llave que abre las puertas de la organización a una realidad compleja y cambiante es por esta razón Tame viendo este gran cambio y consiente de la necesidad de la importancia de las nuevas tecnologías trabaja con una Agencia de Publicidad Publicitas la misma que trabaja directamente con las herramientas Web 2.0.

Las estrategias comunicacionales en Tame con las nuevas tecnologías tienen una alta influencia en el quehacer diario de la empresa.

4.2. Resultados obtenidos sobre el uso de las TIC's.

4.2.1 Tame Línea Aérea del Ecuador

Si bien es cierto Tame es una empresa que tiene alrededor de cincuenta años dentro del mercado Ecuatoriano pero la competencia de aerolíneas internacionales ha provocado que esta compañía se maneje de una manera distinta a comparación de su competencia, queremos decir que Tame no cuenta con un presupuesto igual que las empresas que se encuentran en el país y que han provocado que muchos de los clientes por costos tengan preferencia por otro tipo de aerolínea.

Pero a qué se debe todo esto según la investigación realizada se puede determinar que Tame ha realizado campañas de comunicación hacia sus públicos externos pero no se ha visto reflejado en la fidelización de los clientes por parte de la compañía.

Ahora si bien es cierto podemos observar que gracias a las nuevas tecnologías contamos con un sinfín de herramientas que permiten ahora interactuar al cliente con la empresa, hoy por hoy Tame tiene mucho que explotar dentro de la línea comunicativa cuenta con su flota totalmente renovada y tiene un servicio de primera que esos son elementos importantes en el momento de difundir un mensaje claro y solido.

De acuerdo a la investigación realizada en la entrevista se puede determinar que la persona encargada del Departamento de Comunicación Social no tiene claro lo que son las nuevas tecnologías y como ayudan a la empresa se maneja de acuerdo a procesos internos dentro de la empresa y no manejan una adecuada comunicación entre el personal que labora dentro de la dependencia.

Tame hace dos años aproximadamente empezó el proceso de branding el mismo que tuvo un costo de un millón quinientos mil el mismo que aun no se encuentra implementado en todo el país.

La Agencia de Publicidad Publicitas es la empresa que tiene la cuenta de Tame y se encuentra encarga de realizar las campañas publicitarias, en este caso tuvimos la oportunidad conocer lo que está realizando esta agencia por Tame.

Tame contrata a Publicitas con el fin de que la misma realice campañas publicitarias desde el mes de marzo de este año, la misma que ha realizado estrategias comunicacionales con redes sociales y blogs.

Es verdad que Tame ha realizado una reestructuración dentro de todos sus departamentos es importante que establecieron un presupuesto con el que pudieron realizar la contratación de la Agencia de Publicidad la misma que se encuentra en un proceso de implementación de nuevas herramientas que ayuden a fortalecer la imagen institucional y a la vez fidelizar clientes que es lo más importante para la empresa.

4.3. Análisis de la situación en cuanto al uso de las TIC's incluyendo una proyección futura.

El conocimiento adecuado para canalizar las soluciones que brindan las Tecnologías de la Información cuando son correctamente implementadas. Por nuestra Visión entendemos que una empresa hoy en día debe comenzar con el pie derecho: estableciendo el proceso de comunicación como una disciplina fundamental, la integración como elemento participativo, que sumado al potencial de nuestras herramientas solucionamos los efectos de una Comunicación Corporativa desfavorable, potenciando el mensaje comercial, interacción empresa-

clientes y fidelización, junto con brindar los canales de proyección y globalización para posicionarse en nuevos mercados.

Las nuevas tecnologías en las organizaciones se debe proporcionar información de valor general para una amplia gama de públicos, animar a los visitantes mediante la página web a volver mediante una actualización continua del contenido y construir sitios de amplia información con diseños intuitivos y de fácil utilización como guías de contenido y motores de búsqueda.

La transición de los medios de comunicación tradicionales a digitales, se consideraría como un proceso con muchos tropiezos, que paso tras paso, se va adquiriendo experiencia y sobrellevando la tarea de conversión, que ha llevado mucho tiempo la adaptación de estas herramientas a la rutina laboral de los profesionales en comunicación.

Para Landázuri, la Internet dinamizó el mercado de valores a escala mundial, porque generó transparencia en las operaciones. “Es un ejemplo que debemos seguir en Ecuador, donde algunas empresas tienen recelo para dar información. Es necesario que las firmas publiquen en sus páginas Web los presupuestos aprobados para evaluar su presencia en el mercado”.

Es decir que es importante mediante herramientas tener una proyección a futuro ya que el manejo de estas herramientas ayudará a la empresa a ser innovadora y manejar una comunicación solida ya que las nuevas tecnologías dan la oportunidad de implementar lo que uno requiere.

Tame es una empresa del Estado y el gobierno ha realizado campañas en apoyo con los Ministerios esta es una ventaja ya que el gobierno también esta consiente de la importancia de las nuevas tecnologías.

4.4. Conclusiones de la investigación.

El gran impulso de las nuevas tecnologías está dando a la sociedad actual las ventajas competitivas que aportan significativamente en el diario vivir, tanto a nivel profesional como a nivel personal.

Las nuevas tecnologías en el Ecuador han impulsado nuevas estrategias de comunicación diferente e innovadora que hoy por hoy permite interactuar al cliente y permite un acceso directo con respecto al producto o servicio que las empresas ofrecen.

El departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de Tame necesita realizar una reestructuración, ya que la información no se la maneja de un solo lugar lo que genera problemas comunicacionales internos.

La empresa Tame está utilizando las nuevas tecnologías dentro de sus campañas publicitarias con el fin de fidelizar a sus clientes.

Tame Línea Aérea del Ecuador es una empresa sólida, insignia de nuestro país, la misma que se encuentra posicionada en el mercado, con crecimiento de la demanda para el uso de vuelos como alternativa de transporte, lo que le ha permitido renovar su flota de aeronaves con unidades propias nuevas y con tecnología de punta.

En los últimos años, la competencia aerocomercial se ha incrementado debido al ingreso de nuevas aerolíneas y con atractivas campañas promocionales, lo que ha provocado que no haya compromiso de servicio en algunos de sus miembros.

Gracias al uso de las nuevas tecnologías, Tame incrementó la cantidad de clientes externos, lo que le permite ingresar a mercados internacionales

con vuelos directos, mejores estándares de eficiencia, ofertas de temporada; manteniendo a sus trabajadores motivados por trabajar en una aerolínea de bandera nacional.

4.5. Recomendaciones.

El equipo humano de Tame Línea Aérea del Ecuador debe capacitarse para el manejo de las nuevas tecnologías que les permita conocer más sobre el medio donde se están desarrollando las nuevas áreas de trabajo.

Tame debe contemplar la posibilidad de contar con los servicios de profesionales especializados en nuevas tecnologías, que permitirán seguir innovando la comunicación en la empresa.

Por el amplio crecimiento de las herramientas móviles que están a disposición de los usuarios y a la disminución de los costos de este servicio, en Tame se debería continuar implementando más herramientas tecnológicas ya que de acuerdo a la actividad que realiza hay muchas que explotar.

Un buen manejo de las herramientas tecnológicas también permite a las organizaciones mantenerse en la memoria activa y colectiva de sus clientes o potenciales clientes, y de la sociedad en general, por lo que, Tame continuaría siendo la aerolínea de bandera nacional.

Las nuevas tecnologías manejadas adecuadamente, permiten mantenerse a un nivel competitivo en la captación de nuevos clientes (públicos) y conservación de los actuales, por lo que Tame debe realizar campañas de empoderamiento, comenzando por sus miembros, explotando al máximo el uso de las TIC's.

BIBLIOGRAFÍA:

FUERZA AÉREA ECUATORIANA (1999) Historia ilustrada. Editorial Ecuador.

FUERZA AÉREA ECUATORIANA (2008) Centinelas del Aire. Editorial Pantone.

TAME, Manual de Organización de Tame Línea Aérea del Ecuador. Quito 2004

Referencias:

MAJÓ, Joan, MARQUÈS, Pere (2001) La revolución educativa en la era Internet. Barcelona: CissPraxis

República del Ecuador, Ley Orgánica de Transparencia y Acceso a la Información Pública. Asamblea Nacional, 2009

CANGA Larequi, Jesús (1998) La Prensa y las Nuevas Tecnologías. Manual de la Redacción Electrónica. Ediciones Deusto S.A. Madrid, España

Páginas web:

www.ipecc.net/index.php?Seccion=Comunicacioninfo

www.uoc.edu/symposia/euroecom/cat/art/t3_pierre0203/pierre.ppt#659,29,CasosPrácticos

<http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%AD>

www.fuerzaaereaecuatoriala.mil.ec

www.tame.com.ec

www.monografias.com/trabajos67/tics/tics.shtml

<http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/>

http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social

WILCOX, Dennis; CAMERON & XIFRA. RELACIONES PÚBLICAS, Estrategias y tácticas. 8va. Edición. Artes Gráficas, Madrid – 2009.

<http://www.aedep.org.ec/paginas/leydere.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n

ANEXO 1

ENTREVISTA ESTRUCTURADA

Entrevistada: Lic. Toa Quirola Pazmiño, Directora del Departamento de Comunicación Social y Relaciones Públicas de Tame Línea Aérea del Ecuador.



1. ¿Cuántos años trabaja en la Institución y qué cargo ocupa dentro de la misma?

Trabajo 17 años en esta empresa, me ha dado la oportunidad de crecer profesionalmente ya que me inicié como asistente del Departamento. Aquí sirve mucho el esfuerzo y el empeño que uno pone en su trabajo, lo que conlleva a la experiencia, misma que me ha puesto ahora como Directora de Comunicación Social y Relaciones Públicas

2. ¿Cómo se encuentra estructurado el Departamento de Comunicación Social de la empresa?

Bueno, está conformado por un Director (mi persona), dos profesionales en la rama de Relaciones Públicas y una secretaria. Todos trabajamos en orden jerárquico; es decir, como Directora soy la responsable de lo que ocurra o deje de ocurrir en el departamento y mantengo contacto permanente con el Directorio.

Los dos compañeros son los que se dedican al trabajo del área, es decir, coordinaciones con empresas, estudios de prefactibilidad, organización de eventos, monitoreo de prensa y relacionamiento con medios de comunicación en el que participo también yo.

3. ¿Qué importancia tiene el departamento de comunicación social dentro de su empresa?

Tiene un nivel elevado ya que a través de nuestro departamento se pueden ejecutar las directrices, sobretodo, para el desarrollo de las campañas comunicacionales que impulsan nuestros servicios.

4. ¿Cuáles son las herramientas que se utilizan para los productos comunicacionales?

Algunas, como por ejemplo: Internet, intranet, Manuales, Descripción de procesos de comunicación externa, interna y organización de eventos.

5. ¿Cuál es la empresa que maneja el área de nuevas tecnologías y publicidad de su empresa?

Hasta el primer trimestre de este año trabajamos con la Agencia La Facultad, quien nos ayudó mucho con el cambio del Logotipo que actualmente estamos usando. A partir de ese entonces, por una nueva adjudicación, el Directorio decidió trabajar con la agencia de Comunicación Integral "Publicitas S&S".

6. ¿Qué importancia tienen las nuevas tecnologías como la Web 2.0 para el departamento de comunicación?

Son muy importantes por que ayudan a mantener a la empresa vigente y competitiva en un mercado que está en constante renovación. La Web 2.0 es una fuente de información y comunicación moderna, ágil y eficiente.

7. ¿Cuánto personal trabaja dentro del área de comunicación?

Somos cuatro profesionales.

8. ¿Qué logros se han alcanzado con las herramientas web dentro de la parte comunicacional?

Se ha logrado llegar a un público mucho más amplio de manera rápida, manteniendo un feedback inmediato y en línea, no solo con los empleados de la empresa, sino también con los usuarios de nuestros servicios ya que pueden consultar los itinerarios de vuelos, compras, reservas y consultas, entre otras.

9. ¿Qué ha sido indispensable incrementar en el departamento desde que se creó hasta la actualidad?

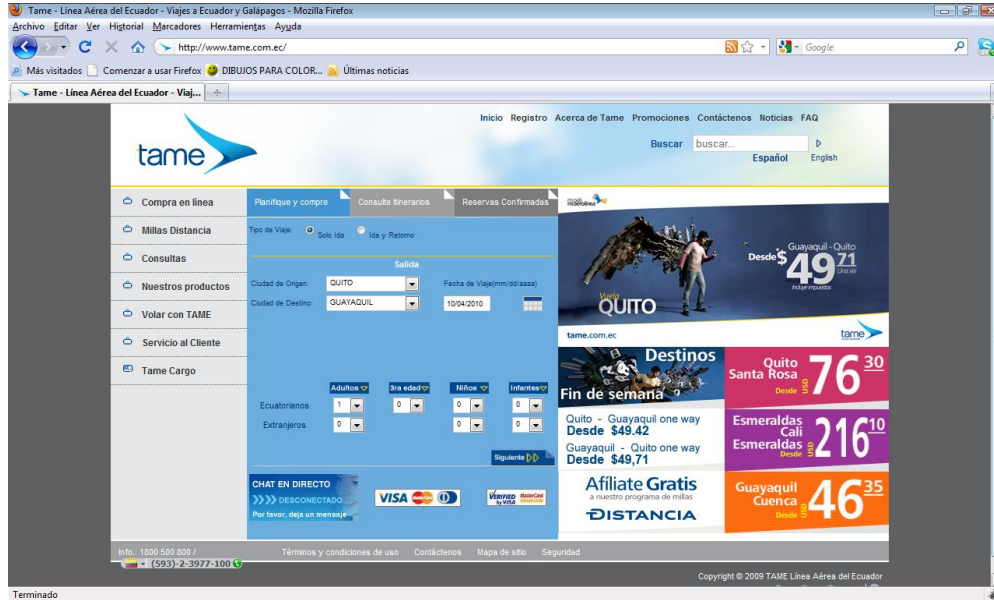
Bueno, desde su creación hasta estos días han transcurrido algunos años, quizás en un inicio, el departamento no tuvo la importancia ni el suficiente apoyo que se requería. Con el pasar de los años y el avance tecnológico, Tame vio la necesidad de incursionar en las nuevas herramientas tecnológicas, empezando por el uso del correo interno (Lotus) para posteriormente crear su propia página web, permitiendo a nuestros clientes realizar acciones desde cualquier parte en la que se encuentre, sin necesidad de acercarse físicamente a una de nuestras oficinas.

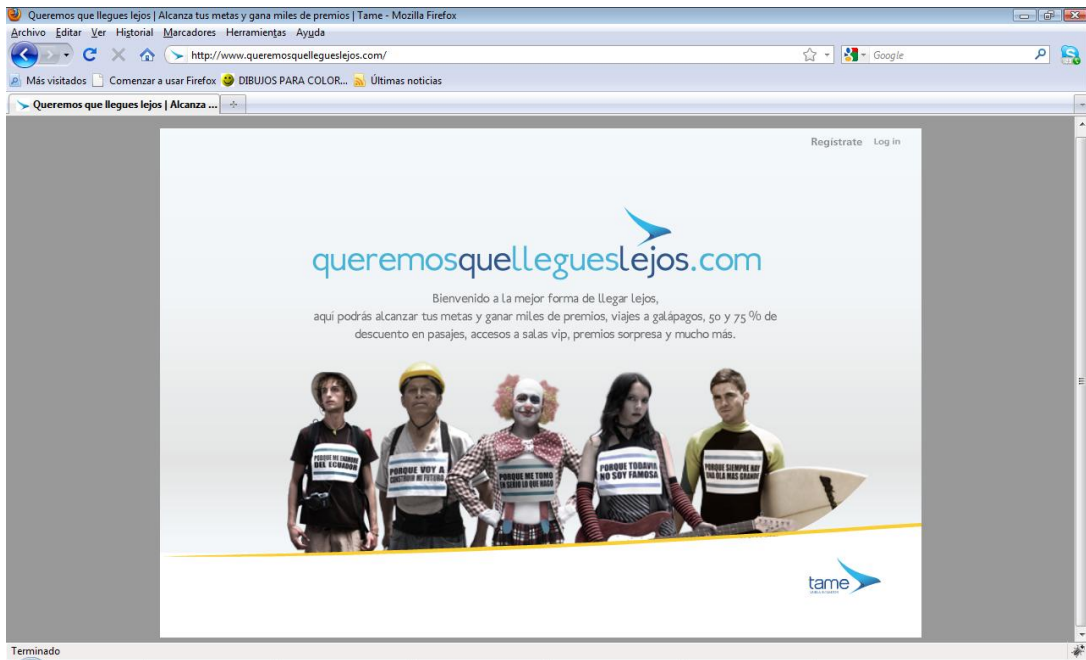
10. ¿Cuáles son las herramientas Web 2.0 utilizadas con más frecuencias dentro de la empresa?

Qué puedo decirles, la tecnología es un fenómeno mundial en el que ya no solo las empresas se desenvuelven como tales... aquí en Tame, como ya lo mencioné, manejamos mucho lo que es Lotus, luego están las páginas web: la una corporativa, la otra comercial y participativa con nuestros usuarios, clientes y potenciales clientes, me refiero a la página de Tame Virtual, ahora no se puede dejar de lado el uso de las redes sociales. Al igual que otras empresas que ya lo están haciendo, somos usuarios de estas redes//.

ANEXO 2

HERRAMIENTAS WEB USADAS POR TAME LÍNEA AÉREA DEL ECUADOR





YouTube - AIRBUS A320 TAME - Mozilla Firefox

Archivo Editar Ver Historial Marcadores Herramientas Ayuda

http://www.youtube.com/watch?v=9PTeUjGqLQ&feature=related


Más visitados Comenzar a usar Firefox DIBUJOS PARA COLOR... Últimas noticias

YouTube - AIRBUS A320 TAME

YouTube Buscar Explorar Subir Crear cuenta Acceder

AIRBUS A320 TAME

Fedapal 5 videos Suscribirse



0:16 / 5:29 360°

Fedapal 19 de marzo de 2008
Video del Airbus A320 de TAME

Me gusta Me gusta Añadir a Compartir Insertar

3359 reproducciones

Sugerencias

- TAME Aterrizando en Colombia de ZapataLeonel 4685 reproducciones 2:01
- Tame Linea Aerea del Ecuador de JorgeGZC 11033 reproducciones 2:38
- Ecuatoriana de aviacion boeing 707,727,DC-10,A310 de ferchu2969 11955 reproducciones 2:51
- New Embraer 190 of TAME de lame093 6538 reproducciones 1:37
- Boeing 737-200 Aerogal FS9 UNIQUE custom panel de ieradatoric 6439 reproducciones 6:23
- Arribo del flamante Airbus A320 de TAME de Fedapal 7979 reproducciones 7:12