

Gestión protocolaria de un evento de la ONG Oxizonia: inauguración del Escape Room ‘El templo de la Salvación’

*Protocol management of an event of the NGO Oxizonia: Inauguration of the
Escape Room 'The Temple of Salvation'*

Noelia Vázquez Maciá 

Universidad Miguel Hernández de Elche/Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Elche, España,
noelia.vazquez01@goumh.umh.es, <https://orcid.org/0009-0009-3742-7909>

Resumen

El presente trabajo consiste en la elaboración de un plan de gestión protocolaria para la realización de un evento de inauguración de la nueva actividad educativa de Oxizonia: El escape room “El Templo de la Salvación”. Esta entidad medioambiental ilicitana trabaja en la conservación y reforestación de la selva amazónica y su biodiversidad. Sus acciones, dedicadas a la promoción del desarrollo sostenible, tratan de frenar, entre otras cosas, la minería clandestina, la caza furtiva y la tala ilegal. Así mismo, a nivel nacional, Oxizonia tiene una gran experiencia en el entorno educativo y organiza actividades y charlas en colegios, institutos y universidades con la finalidad de concienciar a los más pequeños. A través de este proyecto, se propone un plan de comunicación para la entidad, con el objetivo de fomentar la protección de la Amazonía peruana y sensibilizar a los estudiantes universitarios sobre la importancia de preservar el planeta.

Palabras clave: Comunicación corporativa; evento de inauguración; ONG; Oxizonia; Concienciación ambiental.

Abstract

This project consists of the development of a protocol management plan for the realization of an opening event of the new educational activity of Oxizonia: The escape room "El Templo de la Salvación". This environmental organization from Elche works for the conservation and reforestation of the Amazon rainforest and its biodiversity. Its actions, dedicated to the promotion of sustainable development, try to stop, among other things, clandestine mining, poaching and illegal logging. At the national level, Oxizonia has extensive experience in the educational environment and organizes activities and talks in schools, colleges and universities to raise awareness among children. Through this project, Oxizonia proposes a communication plan for the organization, with the aim of promoting the protection of the Peruvian Amazon and raising awareness among university students about the importance of preserving the planet.

Keywords: Corporate communication; Inauguration event; NGO; Oxizonia; Environmental awareness.

1. INTRODUCCIÓN

El medio ambiente y su deterioro es un tema de gran trascendencia a nivel global. El futuro y el rumbo del planeta está en manos de los humanos que, paradójicamente, son los mismos causantes de la mayoría de los efectos negativos a los que se enfrenta actualmente. Para la realización de este plan de comunicación, he decidido adentrarme en este ámbito porque considero que, desgraciadamente, nuestra sociedad sigue sin ser lo suficientemente consciente de la gravedad de esta problemática. Muchas personas continúan haciendo oídos sordos a las catástrofes que nuestro mundo está presenciando.

Sin ninguna duda, ante esta coyuntura, son las ONGs las que tienen un papel importante en la concienciación, enseñanza y movilización de la ciudadanía en torno a los impactos medioambientales. Estas organizaciones trabajan día tras día con un mismo propósito: proteger y conservar el medio ambiente y fomentar la idea de un cambio de paradigma enfocado hacia modelos de desarrollo más sostenibles. Pero ¿de qué sirven cada una de sus acciones si su labor no llega a los ciudadanos?

Es por este mismo motivo por lo que la comunicación se ha convertido en un elemento esencial en el trabajo de todas y cada una de estas entidades, ya que les permite llegar a la sociedad y transmitir su mensaje. Pero ¿por qué la falta de conciencia y sensibilización sigue siendo el mayor problema a nivel mundial? Quizá el problema se deba a que las entidades no están llevando a cabo una estrategia comunicativa efectiva.

Con el presente trabajo se pretende llevar a cabo un análisis exhaustivo de las estrategias de comunicación ambiental aplicadas por diversas ONG en la Provincia de Alicante, enfocándose de manera específica en el caso de Oxizonia. Esta ONG, con sede en Elche, se dedica a la conservación y reforestación de la Amazonía peruana y, al mismo tiempo, desarrolla actividades de sensibilización ambiental a nivel local.

A partir de esta evaluación, con el objetivo de consolidar la presencia de la entidad en la sociedad y ampliar su alcance, se plantea la creación de un plan de comunicación que involucre la gestión protocolaria de un evento: La inauguración de un "escape room" en las aulas de la Universidad Miguel Hernández (UMH).

1.1 Objetivos e hipótesis

El objetivo general es diseñar y desarrollar un plan de gestión protocolaria integral para el evento de inauguración del "escape room" ambiental de la ONG Oxizonia, con el propósito de fortalecer su imagen, aumentar la conciencia ambiental entre el público joven y consolidar su posición en la sociedad.

Asimismo, entre los objetivos específicos destacamos los siguientes:

1. Analizar la identidad, los valores y el funcionamiento de Oxizonia para asegurar que el evento refleje la misión ambiental de la organización.
2. Impactar en las conductas de las personas en relación con el medio ambiente, con un enfoque particular en la juventud, dado que son los responsables futuros de nuestro entorno planetario.
3. Fomentar en la sociedad la adopción de prácticas sostenibles, como el reciclaje, la moderación en el uso de recursos y la salvaguardia de la naturaleza.
4. Visibilizar los desafíos ambientales que amenazan a la Amazonía, como la deforestación, la explotación no autorizada y el cambio climático.
5. Definir un plan de comunicación estratégica que abarque la promoción previa, el desarrollo del evento y la posterior difusión de sus resultados.

6. Establecer una identidad diferenciada frente a la competencia, utilizando la inauguración del "escape room" como vehículo para transmitir los valores, peculiaridades y servicios únicos que distinguen a Oxizonia de otras ONG.

7. Ampliar el alcance y la notoriedad de Oxizonia a nivel local, nacional e incluso internacional, proyectando su labor de manera más amplia.

8. Estimular un incremento en la cantidad de colaboradores y voluntarios en las diversas actividades y proyectos promovidos por la entidad.

9. Crear un mayor conocimiento de la marca a través de las redes sociales: esta iniciativa comunicativa hará que la organización sea más conocida y recordada por el público.

Se plantea que la implementación de este plan de gestión protocolaria para el evento de inauguración del "escape room" ambiental de la ONG Oxizonia tendrá un impacto positivo y, como resultado, los jóvenes estarán más concienciados e implicados con la problemática medioambiental. Así pues, se espera que la cuidadosa planificación de la inauguración, alineada con los valores y la misión de la organización, y respaldada por estrategias de comunicación efectivas, contribuirá significativamente a influir en las actitudes y comportamientos de estas personas hacia el medio ambiente.

2. METODOLOGÍA

Para abordar la gestión del evento de Oxizonia, se ha seguido una metodología que integra enfoques cuantitativos y cualitativos. La recopilación de datos y la toma de decisiones se fundamentaron en la combinación de información proveniente de diversas fuentes.

1. Observación inicial: Se comprendió la situación de los problemas ambientales y la efectividad de eventos sostenibles y la implicación de los jóvenes. Esto permitió obtener una perspectiva amplia y contextual del tema.

2. Revisión bibliográfica: Se llevó a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva sobre temas relevantes como la comunicación ambiental, la influencia de los eventos en la conciencia social y el uso de nuevas tecnologías comunicativas. Esta revisión proporcionó un fundamento teórico sólido para orientar el diseño y la ejecución del evento.

3. Entrevistas a representantes de las ONG: Se realizaron entrevistas con el fundador de Oxizonia y portavoces de otras ONG ambientales, como ARBA Elx, Margalló Ecologistes En Acció e Instituto de Ecología Litoral.

Los datos recopilados fueron analizados en conjunto con la información obtenida de la revisión bibliográfica y la observación inicial. Este análisis permitió generar conclusiones sólidas sobre la concienciación ambiental de los jóvenes, las estrategias de comunicación exitosas y las mejores prácticas en la gestión de eventos similares.

La combinación de enfoques cuantitativos y cualitativos en esta metodología ha permitido obtener una visión holística de la situación y diseñar estrategias de gestión del evento que estén respaldadas tanto por datos concretos como por percepciones cualitativas de expertos y público objetivo.

3. MARCO TEÓRICO

Actualmente, los eventos protocolarios están considerados como una de las herramientas más efectivas para la promoción de causas y la difusión de información. Del mismo modo, las ONG medioambientales, desempeñan un papel crucial en la promoción de la sostenibilidad y la protección de los recursos naturales (Kaldor, M., Moore, H. L., & Selchow, S, 2012). En el contexto de las ONG como Oxizonia, la planificación y gestión de eventos protocolarios son esenciales para sensibilizar sobre la sostenibilidad y el medio ambiente.

De la misma manera, las universidades ostentan un rol estratégico para fomentar la conciencia ambiental entre la población joven, ya que representan centros de formación y generación de conocimiento. Asimismo, los escape rooms, inicialmente recreativos y basados en trabajo en equipo y resolución de enigmas, se han acabado adaptando exitosamente como herramientas educativas y comunicativas (Bell, M. L., Fiese, B. H., & Healey, C. V, 2019). Al incorporar elementos de sostenibilidad y medio ambiente, adquieren la capacidad de comunicar conocimientos clave. Por ello, para la entidad, la inauguración del escape room en la UMH es una oportunidad para captar la atención y concienciar sobre la conservación ambiental ya que involucra de manera interactiva a los participantes en temas ecológicos.

La preocupante situación ambiental mundial, con el Amazonas como un ejemplo icónico de desafíos ecológicos, subraya aún más la importancia de la sensibilización y la acción a través de eventos protocolarios. El Amazonas, considerado el pulmón del planeta, alberga una rica biodiversidad y desempeña un papel crucial en la regulación del clima global. Sin embargo, enfrenta amenazas significativas como la deforestación, la minería ilegal y el cambio climático. Estas actividades humanas insostenibles ponen en riesgo no solo la biodiversidad única de la región, sino también el equilibrio climático a nivel mundial (Gloor, M., 2013).

En este contexto, los eventos protocolarios, se convierten en plataformas valiosas para sensibilizar a las personas sobre la importancia de preservar el Amazonas y abordar los problemas ambientales globales. Al involucrar a los participantes en una experiencia interactiva que resalta los desafíos enfrentados por la región amazónica, se puede fomentar la comprensión y la empatía, alentando a los individuos a ser parte activa de la solución (Ribeiro, J, 2020).

El protocolo y la etiqueta en los eventos protocolarios corresponden a un conjunto de normas y directrices que orientan el comportamiento y la organización de los individuos en contextos formales. Para la inauguración del escape room, resulta fundamental considerar aspectos tales como la disposición espacial, la recepción de los invitados, el ordenamiento de los discursos y la interacción con los medios de comunicación. Además, el respeto por estas pautas contribuye a proyectar una imagen profesional y seria de la ONG Oxizonia.

La comunicación eficiente se erige como un factor clave para el éxito de un evento protocolario. Las estrategias de difusión pueden abarcar desde el empleo de plataformas de redes sociales y comunicados de prensa, hasta la emisión de invitaciones personalizadas y la colaboración con medios locales (Allen, J, 2018). Una difusión adecuada garantiza que la inauguración del escape room alcance a la audiencia pertinente y genere un impacto sostenido en la conciencia ambiental.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis interno de la ONG Oxizonia

Oxizonia, una organización sin fines de lucro en el ámbito ambiental, se enfoca en la conservación y reforestación de la selva amazónica y su biodiversidad. Su labor abarca la promoción del desarrollo sostenible, enfrentando problemas como la minería ilegal, la caza furtiva y la tala no autorizada. A través de programas educativos, voluntariado y comunicación, Oxizonia impulsa la conciencia ambiental y la conservación de la naturaleza.

El Bosque Cojebro, situado en Albaterra, Alicante, es el epicentro de sensibilización de Oxizonia. En un área de dos hectáreas, alberga más de 1200 árboles, principalmente paulownias, cuya capacidad de absorción de CO₂ es diez veces superior a otras especies. Anualmente, más de 7000 estudiantes de diversas escuelas participan en actividades de educación ambiental en este lugar, involucrándose en charlas informativas y contribuyendo activamente en la plantación de árboles. Oxizonia tiene el proyecto "Apadrina un bosque amazónico" que involucra a colaboradores particulares que pagan 12€ al año para el cuidado del ecosistema en Perú y obtienen un certificado de compromiso. Además, empresas pueden donar 500€ anuales para compensar su huella de carbono y mejorar su Responsabilidad Social Corporativa. El proyecto del Bosque

Cojebro en España nació gracias a aseguradoras colaboradoras como Allianz, Axa, Generali, Reale, Plus Ultra y Zurich.

La ONG también organiza el "Viaje Interior", un viaje solidario de 13 días que explora la dualidad de la Amazonía, su esplendor y los impactos humanos. Los exploradores pueden participar en actividades de reforestación durante esta experiencia.

Antes de implementar una nueva estrategia de comunicación, es crucial evaluar la gestión de responsabilidades en la organización. Un paso fundamental es crear un organigrama, un gráfico que muestra la estructura interna, jerarquías y flujos de autoridad y asesoría (Fleitman, 2000). Para entender la organización de Oxizonia, se ha diseñado el siguiente esquema visual.

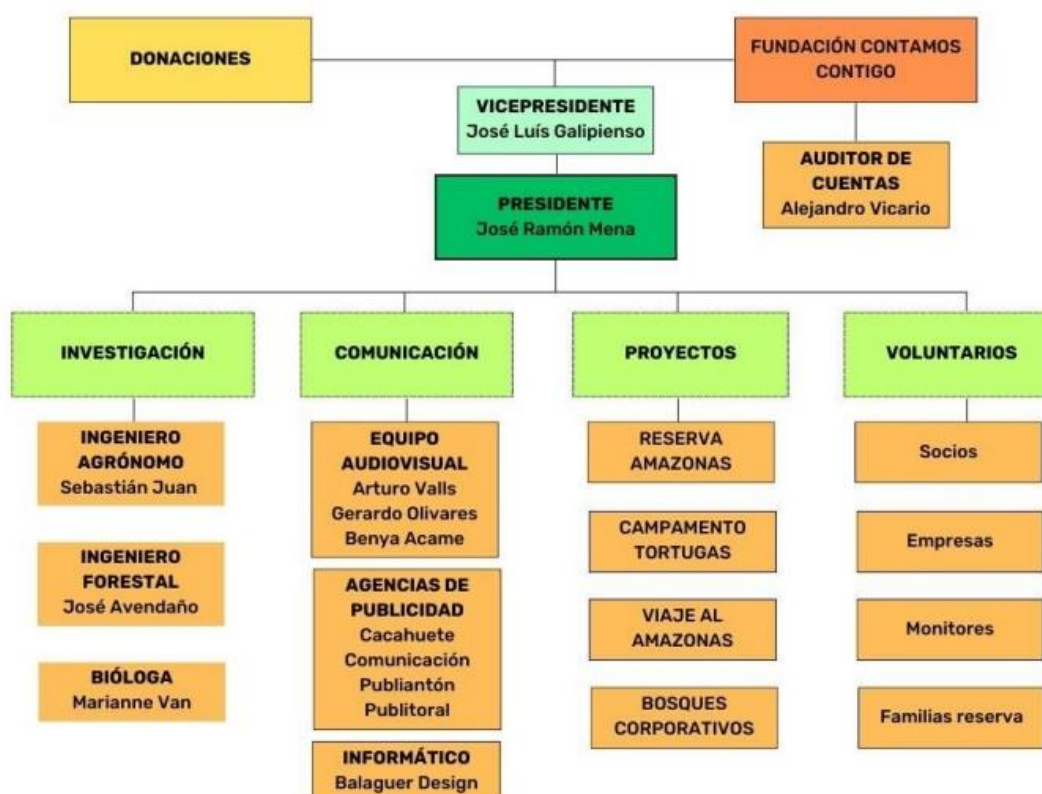


Figura 1. Mapa conceptual base organizativa de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

- Misión Oxizonia trabaja día a día con la misión de proteger, cuidar y mantener las zonas afectadas por la deforestación de la amazonia peruana, impidiendo así la entrada de la minería clandestina, la tala ilegal y la caza furtiva. Asimismo, a nivel nacional, a través de sus acciones, la organización trata de concienciar y educar a la sociedad en términos ambientales, promoviendo la sostenibilidad y contribuyendo en la conservación responsable del medio ambiente.
- Visión Oxizonia quiere seguir creciendo hasta convertirse en una organización de referencia, reconocida en materia ambiental, tanto a nivel nacional como internacional. Por otro lado, a largo plazo, también espera combatir al cambio climático y construir, a través de sus acciones, un mundo sostenible y responsable en el que las personas vivan en armonía con la naturaleza.
- Valores



Figura 2. Mapa conceptual de los valores de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

La auditoría de comunicación interna se refiere a un conjunto de métodos de investigación y análisis cuyo propósito es reconocer, definir, repasar y evaluar el contenido y desarrollo de la función comunicativa. Esta práctica constituye un sistema para supervisar la ejecución de la gestión (Saló, 2005). En consecuencia, se llevará a cabo un análisis profundo de los canales y medios empleados por Oxizonia, así como de las herramientas que emplea para lograr sus metas. Este proceso permitirá medir la eficacia de la comunicación y determinar si los mensajes dirigidos a su audiencia están logrando su cometido. Detectar las áreas de debilidad y las fortalezas de la organización es fundamental para idear una nueva estrategia comunicativa más precisa y eficaz.

4.1.1. Análisis identidad visual corporativa

El proceso creativo del naming es esencial en la formación de una marca, ya que el nombre definirá su reconocimiento y esencia, diferenciándola de la competencia. En el caso de Oxizonia, la elección del nombre fue crucial. La inicial propuesta "Oxigenia" se descartó al descubrir una entidad italiana con el mismo nombre. Así, surgió la sugerencia de "Oxizonia" por parte de José Ramón, un término memorable, claro y coherente. La palabra fusiona "oxígeno" y "Amazonía", representando la esencia de la organización, donde "oxígeno" evoca la vida y "Amazonía" conecta con la selva vital del Amazonas. Este nombre comunica la protección de la Amazonía y la promoción de la sostenibilidad planetaria.

El logo es esencial en la identidad de una organización, representándola visualmente y siendo reconocible por el público. En el caso de Oxizonia, su logotipo diseñado por Juan Vicente Balaguer en 2014 captura la esencia medioambiental con un árbol formado por figuras geométricas simples. Cinco círculos en el diseño tienen un doble sentido, simbolizando las copas del árbol y la estructura molecular del oxígeno. Esta dualidad conceptual lo distingue y facilita su recordación. Además, su simplicidad permite su adaptación a diferentes tamaños y formatos en plataformas variadas, sin perder legibilidad.

Los colores corporativos de Oxizonia se han seleccionado cuidadosamente para transmitir su esencia de manera coherente. El verde, predominante en su identidad, simboliza vida, naturaleza y sostenibilidad, enlazando con la Selva Amazónica y su biodiversidad. El azul claro, otro color clave, está asociado con el agua, aire y limpieza, reflejando confianza y sabiduría.

Oxizonia utiliza un lenguaje claro y coherente en sus comunicaciones, adaptando contenido técnico a un público diverso. Aunque aborda temas científicos, prioriza la comprensión al ofrecer educación ambiental. Su voz refleja su compromiso con la protección ambiental y la sostenibilidad, transmitiendo autenticidad y claridad. Aunque alerta sobre peligros y desafíos, mantiene un tono concienciador, esperanzador y positivo en sus mensajes.

4.1.2. Canales de comunicación

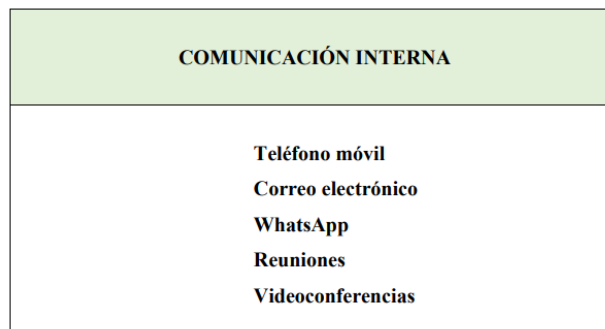


Figura 3. Canales de Comunicación Interna de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

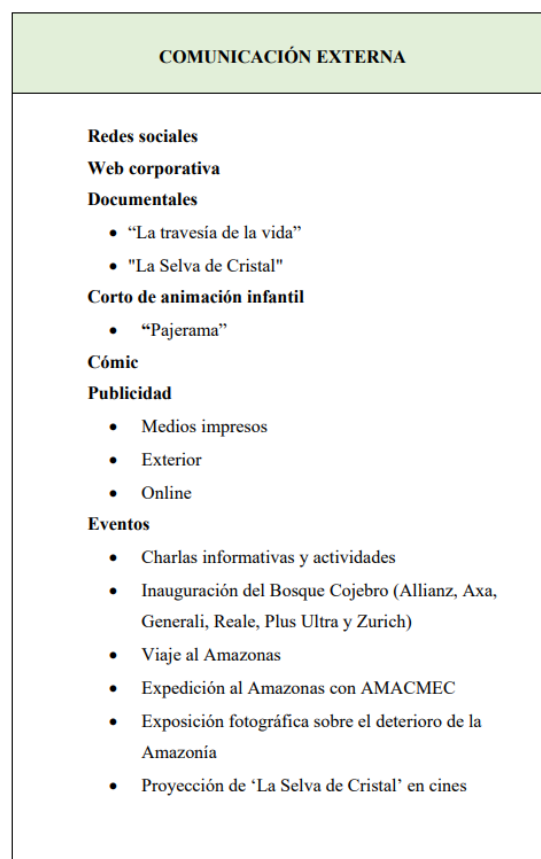


Figura 4. Canales de Comunicación Externa de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

HERRAMIENTAS OFFLINE	HERRAMIENTAS ONLINE
<ul style="list-style-type: none"> • Llamada telefónica • Merchandising (camiseta, stickers, bolsas, certificado...) • Diseño gráfico offline • Novela gráfica • Eventos (Estreno del documental 'La selva de cristal' en el cine) • Voluntariado • Comunicación internacional • Charlas educativas • Publicidad tradicional (prensa, tv y publicidad exterior) • Participación eventos nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Internet • Sitio web • Correo electrónico • Mensajería instantánea • Redes sociales • Sistemas de vídeo en streaming • Blog • Campañas de publicidad en Instagram y Facebook

Figura 5. Herramientas de Comunicación de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

Los mensajes de Oxizonia tienen como objetivo principal generar conciencia, informar, educar y movilizar a la sociedad hacia acciones positivas para el cuidado del entorno natural. Se caracterizan por ser Concienciadores, Informativos, Educativos, Influenciadores, Inspiracionales y Esperanzadores.

Las comunicaciones de Oxizonia están dirigidas a dos grupos claramente definidos de público objetivo. El primero, los Centros educativos. Oxizonia valora la influencia de la juventud en el futuro del planeta y se compromete a educar en temas ambientales. Su enfoque principal es concienciar a estudiantes de diferentes niveles sobre los desafíos medioambientales actuales. Cubren edades de 5 a 25 años, incluyendo primaria, secundaria y universitarios, tanto hombres como mujeres, en Elche y alrededores.

El segundo, las empresas. Oxizonia busca financiamiento para sus iniciativas ambientales en Alicante y la Amazonía. Para respaldar sus actividades, busca colaboraciones de patrocinio con empresas para enriquecer su Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y cubrir costos asociados.

4.2. Análisis externo de la ONG

A) Factores políticos

- Acuerdos internacionales: Las políticas ambientales a nivel internacional y los acuerdos entre gobiernos también influyen en las actividades de Oxizonia.

- Incentivos fiscales: En ciertas ocasiones, los gobiernos ofrecen incentivos para promover sostenibilidad y proyectos ambientales, como reducciones de impuestos.
- Regulaciones medioambientales: Las políticas gubernamentales establecen normativas que afectan las labores de conservación de Oxizonia

B) Factores económicos

- Situación económica general: La economía global y local influye en la disposición de los donantes y patrocinadores para contribuir a Oxizonia.
- Competencia por recursos financieros: En el sector medioambiental, la competencia por fondos es intensa, ya que muchas organizaciones buscan financiamiento similar.
- Oportunidades de financiamiento: Oxizonia puede aprovechar las tendencias de inversión socialmente responsable y establecer alianzas estratégicas con empresas comprometidas con la sostenibilidad para obtener recursos financieros adicionales.

C) Factores socioculturales

- Promoción de la educación ambiental: La ONG puede desarrollar programas educativos que fomenten la conciencia medioambiental en diferentes segmentos de la sociedad, como escuelas, universidades y comunidades locales.
- Colaboración con líderes comunitarios: Oxizonia puede establecer alianzas con líderes comunitarios y organizaciones locales para promover conjuntamente la conciencia medioambiental.
- Uso de las RRSS y medios de comunicación: La entidad puede aprovechar el auge de las plataformas de redes sociales y los medios de comunicación para difundir mensajes educativos sobre el medio ambiente.

La competencia está conformada por diversas organizaciones e instituciones.

1. Margalló (Ecologistas en Acción): Colectivo ecologista y cultural de Elche, parte de la federación Ecologistas en Acción del País Valenciano. Enfocado en el ecologismo social y busca transformar el modelo de producción y consumo para prevenir la crisis ecológica.
2. Asociación para la Recuperación del Bosque Autóctono de Elche (ARBA): Asociación nacional que se dedica a recuperar espacios degradados por la acción humana. Compuesta por grupos locales, como ARBA ELX, promueve actividades de reforestación y concienciación.
3. Instituto de Ecología Litoral: Fundación de la Comunidad Valenciana que contribuye a la conservación de ecosistemas marinos, litorales y terrestres a través de investigación, asesoramiento y promoción del respeto al entorno natural.
4. Recicla - Alicante: ONG comprometida con la sostenibilidad y justicia social. Enfocada en la economía circular y solidaria, promueve el reciclaje textil y brinda apoyo a personas en situación vulnerable en Alicante.
5. Naturalistas del Sureste (ANSE): Asociación autónoma y sin fines de lucro que divulga, estudia y defiende la naturaleza y el medio ambiente en el sureste español. Protección del medio ambiente y proyectos son sus enfoques principales.
6. Faunatura: ONG dedicada a la conservación, estudio y defensa de la fauna, flora y ecosistemas silvestres. Se enfoca en especies "invisibles" pero esenciales para el equilibrio ecológico

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitaciones económicas: ✓ Dependencia de voluntarios ✓ Difusión limitada ✓ Falta de involucramiento de la comunidad 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Cambios políticos y regulaciones ✓ Competencia con otras organizaciones ✓ Falta de conciencia y apoyo público ✓ Crisis de reputación
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Experiencia y conocimiento ✓ Red de colaboradores ✓ Reconocimiento de marca ✓ Programas de educación y sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor conciencia ambiental ✓ Tecnología y soluciones innovadoras ✓ Colaboración con el sector privado ✓ Influencia y activismo en las redes sociales

Figura 6. Análisis DAFO de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.3. Elaboración del plan de comunicación

Hemos planteado de inicio cuáles son los objetivos organizacionales. Se centran en tres áreas:
o Consolidar la imagen de Oxizonia como una ONG comprometida con la conservación ambiental y la sensibilización de la sociedad.

o Promover la participación y el compromiso de la comunidad universitaria en acciones de sostenibilidad.

o Ampliar el alcance y la notoriedad de Oxizonia a nivel local, nacional e internacional, destacando su labor en la protección ambiental y la participación activa de la comunidad.

o Diferenciarse de la competencia y establecer a Oxizonia como una entidad única y destacada dentro del panorama de ONGs.

o Establecer colaboraciones con otras organizaciones interesadas en la conservación del medio ambiente, es este caso con la UMH.

En cuanto a los objetivos comunicativos, hemos establecido los siguientes:

o Informar a la comunidad universitaria sobre la labor de Oxizonia y sus proyectos.

o Generar conciencia sobre la importancia de la conservación de la Amazonía y la sostenibilidad.

o Motivar a los participantes a comprometerse con acciones individuales y colectivas en beneficio del medio ambiente.

En cuanto al mapa de públicos del plan, hemos elaborado una nueva relación de stakeholders a partir del análisis inicial, que se recogen en la figura 7.



Figura 7. Mapa de públicos de la Campaña de Oxizonia. Fuente: Elaboración propia

4.3.1. Estrategia comunicativa (Propuesta de valor)

La propuesta de valor del evento se basa en ofrecer a los participantes una experiencia inmersiva, completa, educativa y participativa que les permita comprender la importancia de la conservación del Amazonas y los motive a tomar medidas concretas para proteger el medio ambiente. Al combinar elementos interactivos, información inspiradora y oportunidades de acción, se busca generar un impacto duradero en la conciencia ambiental de los asistentes.

4.3.2. Público objetivo

El público universitario objetivo para esta campaña abarca un rango de edades que va desde los 18 años hasta aproximadamente los 30 años. Este grupo incluye principalmente a estudiantes universitarios y jóvenes adultos que asisten a la Universidad Miguel Hernández (UMH) y que están interesados en la conciencia ambiental, la educación sostenible y las actividades educativas y lúdicas relacionadas con estas temáticas. Como consecuencia, también se incluirán sus respectivos docentes.

4.3.3. Mensaje clave

El mensaje central de la campaña es comunicar la vital importancia de preservar el medio ambiente para asegurar un futuro sostenible. Se resaltarán la urgencia de emprender acciones tanto a nivel individual como colectivo para afrontar los retos ambientales, poniendo especial énfasis en la protección del Amazonas, reconocido como uno de los principales pulmones del planeta.

4.3.4. Plataformas y canales de comunicación

Para la promoción del evento de inauguración, se emplearán diversas plataformas y canales de comunicación. Estos incluyen las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter), la web de Oxizonia y la de UMH, mailing, carteles, folletos impresos y medios de comunicación.

4.3.4. Plan de acciones: Evento Inauguración Escape Room

La acción central del plan de comunicación es el evento de inauguración de la nueva actividad de Oxizonia, el escape room ‘El Templo de la Salvación’. Este evento combina la presentación de la ONG a los universitarios, la apertura del escape room y ponencias de divulgadores ambientales. Esta acción ofrece una experiencia inmersiva y participativa que conecta con el público joven, inspira acciones ambientales y refuerza los mensajes de conservación. La combinación de estas estrategias en un solo evento potente convierte esta acción en la mejor opción para alcanzar múltiples objetivos y posicionar a la entidad como un referente en la protección ambiental.

Previo al evento se establece su descripción. Así, Oxizonia realizará, durante las Jornadas UMH Sostenible, un evento en el que la entidad presentará su nueva iniciativa educativa y medioambiental: el Escape Room “El Templo de la Salvación” en las aulas del centro. De este modo, se dará a conocer la labor de la ONG en el público universitario, se creará conciencia ambiental entre los estudiantes y se les invitará a colaborar en el resto de actividades organizadas.

Ya en el evento, se realizará una presentación en la que representantes de Oxizonia compartirán la misión, visión y proyectos de la organización. Se destacará la labor realizada hasta el momento, los logros obtenidos y los desafíos futuros. También se brindarán oportunidades para que los asistentes se involucren en actividades y proyectos de Oxizonia, como voluntariado, donaciones o participación en campañas de concienciación.

Se realizará, asimismo, la proyección del documental “La selva de cristal”. La proyección de este documental permitirá a los asistentes sumergirse en la belleza y la importancia de la Amazonía.

A través de imágenes impactantes y relatos cautivadores, se destacarán los desafíos ambientales a los que se enfrenta la región y la necesidad de tomar medidas para protegerla. Además, se presentarán historias inspiradoras de personas y comunidades que trabajan en la conservación del Amazonas.

Como prolongación de esta actividad, María Negro, una microinfluencer, ofrecerá una charla sobre el valor de Oxizonia en la conservación ambiental. Destacará la urgencia de los problemas ambientales globales y se centrará en los desafíos que enfrenta la Amazonía debido a la actividad humana. Su mensaje inspirará a la audiencia a tomar medidas concretas para proteger el medio ambiente y a apoyar causas como la reforestación y la sostenibilidad.

Posteriormente a estas acciones, se llevará a cabo el escape room. El escape room se diseñará de manera que sumerja a los participantes en la selva amazónica, presentándoles desafíos relacionados con la conservación y sostenibilidad. A través de enigmas, pistas y desafíos, los participantes vivirán la emoción de trabajar en equipo para resolver problemas y lograr un objetivo común: salvar el Amazonas.

Se instalarán stands interactivos proporcionados por las empresas patrocinadoras que financian el evento. Estos stands ofrecerán información detallada sobre la Amazonía, la conservación ambiental y prácticas sostenibles. Además, las empresas patrocinadoras regalarán su propio merchandising a los estudiantes al finalizar el Escape Room. Se entregará un kit de explorador, compuesto por una tote-bag, una carpeta, un bolígrafo, una gorra, un cuaderno y una cantimplora, que promoverá prácticas sostenibles.

4.3.5. Acciones comunicativas previas

Para promocionar el evento se llevarán a cabo diferentes acciones comunicativas que los posicionen ante el público objetivo durante los dos meses previos a su inicio.

- Campaña en redes sociales: Oxizonia y la UMH lanzarán una campaña en redes sociales para generar expectativas sobre un próximo evento. Compartirán publicaciones informativas, imágenes y videos destacando a los ponentes y actividades interactivas. Se incluirá publicidad en redes sociales para ampliar el alcance.
- Formulario de inscripción: Los estudiantes de la UMH recibirán un correo electrónico y otros canales internos con detalles del evento, como fecha, hora, ubicación y temas. Se les animará a confirmar asistencia y obtener su acreditación (QR).
- Nota de prensa y dossier de prensa: Se difundirá una nota de prensa a medios locales, regionales y ambientales, enfocada en la relevancia, objetivos, ponentes y actividades del evento. Incluirá contactos para consultas y se motivará la cobertura. Además, el dossier de prensa expandirá información sobre Oxizonia.
- Colaboraciones con microinfluencers y divulgadores medioambientales: Se colaborará con influyentes y divulgadores ambientales en redes sociales, compartiendo detalles exclusivos del evento y alentándolos a generar anticipación con publicaciones, historias o videos. Algunos podrían participar en el escape room.
- Promoción en el campus universitario: Se distribuirán carteles, pósteres y folletos en lugares estratégicos del campus universitario para informar sobre el evento.
- Comunicación directa con estudiantes de la UMH: Los canales internos de la universidad, como boletines, tableros de anuncios y grupos estudiantiles, se aprovecharán para informar, recordar y actualizar a los estudiantes sobre el evento.
- Email marketing: Se enviarán correos electrónicos informativos a todos los estudiantes de la UMH que puedan estar interesados en asistir.

4.3.6. Acciones comunicativas durante el evento

A lo largo de las diferentes actividades integradas en el evento se considera esencial su difusión para integrar la imagen de marca en el mismo momento que se van desarrollando.

- Cobertura en redes sociales: Publicaciones en tiempo real con fotos, videos y hashtags relevantes para mantener informados a los seguidores y generar interés.
- Fotografía y video profesional: Contratación de fotógrafos y videógrafos para capturar momentos clave del evento, creando material de alta calidad para promoción y marketing.
- Activación de medios: Invitación a periodistas para cubrir el evento y acceder a contenido exclusivo, generando cobertura periodística de calidad.
- Transmisión en Twitch: Streaming en vivo del evento para llegar a una audiencia amplia y transmitir presentaciones y actividades en tiempo real.
- Photocall y stands de Oxizonia: Espacio para tomar fotos con elementos de la selva amazónica, fomentando el contenido compartible en redes sociales.
- Hashtag: Creación de un hashtag (#SalvemosLaAmazonía) para unificar el contenido y promover la participación en redes sociales.

4.3.7. Acciones comunicativas post evento

Después del evento, se aprovechará el contenido generado para crear publicaciones de seguimiento en redes sociales, blogs y web. Además, también se compartirán testimonios de los participantes y resúmenes de las actividades realizadas. Se aprovecharán también los contactos de los usuarios registrados para mandarles información sobre las próximas actividades de Oxizonia. Cuando el evento finalice, se mandará otra nota de prensa con los resultados del evento

4.3.8. Medición

Se procederá a medir el alcance en redes sociales. Esto es, llevar a cabo una medición de alcance, impresiones, seguidores y participación (me gusta, comentarios, compartidos) en publicaciones relacionadas con el evento. Por otra parte, en cuanto a la cobertura en medios se procederá a la evaluación de menciones y calidad de la cobertura en medios de comunicación, incluyendo prensa, radio y televisión.

Asimismo, se llevará a cabo el registro de número de asistentes confirmados y presentes en el evento, así como la medición de participantes que completaron el escape room y evaluación de su experiencia (tiempo, satisfacción). Por último, se recopilarán las opiniones a través de encuestas de satisfacción sobre la experiencia del evento y sugerencias de mejora.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Organizar un evento de inauguración para el Escape Room Ambiental de Oxizonia en la UMH tiene varias conclusiones significativas. La primera está relacionada con el enfoque estratégico. El plan de comunicación está diseñado de manera estratégica para promover la conciencia sobre la importancia de la Amazonía y la conservación ambiental. Se han identificado los públicos objetivos clave (jóvenes) y se han desarrollado acciones específicas para llegar a ellos.

La segunda está vinculada al uso de diversidad de canales. Se han utilizado diferentes canales de comunicación, como redes sociales, sitio web, herramientas transmedia, medios de comunicación y colaboración con microinfluencers, para difundir el mensaje de Oxizonia. Esto garantiza una amplia cobertura y una mayor posibilidad de llegar a diferentes audiencias.

En tercer lugar, entendemos que se ha implementado una experiencia inmersiva, que busca brindar una experiencia inmersiva y educativa a los asistentes a través de actividades interactivas, como el escape room, la proyección del documental y los stands interactivos. Esto crea un ambiente participativo y memorable, lo que aumenta la posibilidad de que los participantes se involucren activamente y tomen acciones concretas en favor del medio ambiente.

Por último, es conveniente destacar que la colaboración entre Oxizonia y la UMH para organizar este evento muestra cómo las empresas y las instituciones educativas pueden unirse para

promover la educación ambiental y la conciencia social. Esto crea relaciones valiosas y fortalece los esfuerzos conjuntos para un futuro sostenible.

REFERENCIAS

- Allen, J. (2018). *The ultimate guide to event planning: Long-term and short-term planning, venue selection, marketing, budgeting, and logistics*. Atlantic Publishing Company.
- Bell, M. L., Fiese, B. H., & Healey, C. V. (2019). Active learning escape room for teaching research design. *Teaching of Psychology*, 46(2), 154-159.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México: McGraw-Hill.
- Gloor, M., Brien, R., Galbraith, D., Feldpausch, T. R., Schöngart, J., Guyot, J. L., & Phillips, O. L. (2013). Intensification of the Amazon hydrological cycle over the last two decades. *Geophysical Research Letters*, 42(21), 8696-8703.
- Kaldor, M., Moore, H. L., & Selchow, S. (2012). *Global civil society 2012* (pp. 124-141). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ribeiro, J., Haddad, E., Lopes, P. F., & Ferreira, C. (2020). The role of environmental education in raising awareness about the Amazon rainforest. *Environmental Education Research*, 26(5-6), 725-734.
- Saló, N. (2005). *Aprender a comunicarse en las organizaciones*. Grupo Planeta (GBS).