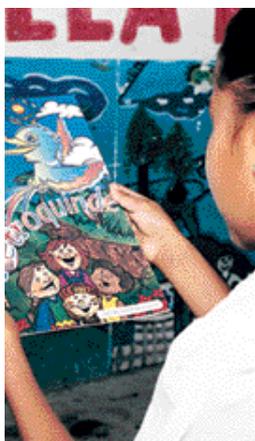


# La comunicación institucional



*Una organización de tipo nacional, ampliamente dispersa en el territorio nacional y siendo su gestión vital para la economía del país, debe mantener muy bien informados a todos sus elementos y de igual forma debe mostrar los resultados de su gestión con amplitud e intensidad a todos los ecuatorianos.*

La visión técnica que caracteriza a la empresa, determina que nunca se haya dispuesto de recursos para realizar grandes campañas de "imagen", por lo que la gestión de la comunicación se debió definir desde tres años atrás por un camino de educación directa a la comunidad, que se ha venido realizando a través de las numerosas publicaciones que se editan y difunden a nivel del sector educativo del país y también público en general.

Cumpliendo este objetivo se atendió numerosos eventos de difusión masiva en el país, con un estimado total de asistentes superior a las 50 mil personas, de igual forma se distribuyó un total de 150 mil publicaciones, que describen y muestran la actividad petrolera y sus resultados. Se dictó numerosas conferencias y se mostró los videos institucionales producidos, que se basan en los resultados y explican la problemática de la empresa.

Complementario a esto se atendió con información a la prensa, mediante boletines, conferencias de prensa y presentaciones de las autoridades en los medios de comunicación. Se atendió también la organización de los eventos institucionales que se realizan anualmente como aquellos eventuales que se presentaron.

*Cumpliendo este objetivo se atendió numerosos eventos de difusión masiva en el país, con un estimado total de asistentes superior a las 50 mil personas, de igual forma se distribuyó un total de 150 mil publicaciones, que describen y muestran la actividad petrolera y sus resultados.*





