Perfecto, ya tengo toda la información que necesito del archivo y tu objetivo está clarísimo: quieres una presentación sólida, clara y convincente que resuma la estrategia de la campaña de valores, con un enfoque profesional pero fácil de entender.

Vamos a estructurar esto en 3 partes clave:

**1. 🎯 Strategy One-Pager / Brief de la Estrategia**

**Nombre de la Campaña:**  
*"Vivir Nuestros Valores: una experiencia de cultura organizacional"*

**Objetivo Principal:**  
Reforzar y vivir activamente los valores corporativos a través de actividades que combinan inspiración, participación, reflexión y acción concreta.

**Valores Clave:**

* We lead the way
* We serve with integrity
* Take care of each other
* Foster the inclusion
* Collaborate for measurable impact

**Público objetivo:**  
Todos los colaboradores de la empresa, en modalidades remotas y presenciales.

**Estrategia general:**

* Cada valor tendrá actividades remotas y presenciales con distintos formatos (charlas, dinámicas, juegos).
* Se usan elementos emocionales (charms, historias reales, actividades lúdicas).
* Incentivos como trivias, premios y reconocimientos por participación.
* Se cerrará con un evento de integración y retroalimentación.

**2. 🧠 Use Case / Caso de Uso de la Campaña**

**Contexto:**  
Los valores suelen quedarse en palabras. Esta campaña los convierte en experiencias memorables, construyendo una cultura coherente entre lo que se dice y se hace.

**Problema que resuelve:**  
Desconexión entre los valores declarados y el comportamiento cotidiano.

**Solución implementada:**  
Un programa estructurado en eventos con objetivos claros, herramientas preparadas (PPT, trivias, encuestas, premios), y seguimiento post-evento.

**Ejemplo (Use Case): "We lead the way" - Paper Plane Leaders**

* En sitio: los colaboradores escriben historias reales de liderazgo, las convierten en aviones de papel, las intercambian, y reflexionan sobre distintos estilos de liderazgo.
* Resultado: conexión emocional, visualización de buenas prácticas y aprendizaje colectivo.

**Indicadores de Éxito:**

* Participación activa (registro de asistentes y encuestas).
* N° de feedbacks positivos.
* Percepción de impacto en cultura (encuesta pre-post campaña).

**3. 📄 Statement of Work (SOW) / Declaración de Trabajo**

**Propósito del proyecto:**  
Diseñar e implementar una campaña vivencial de valores, que refuerce la cultura organizacional y promueva comportamientos alineados a los principios de la compañía.

**Alcance:**

* 22 eventos (remotos y presenciales) distribuidos por valor.
* Recursos: presentación, speaker, dinámicas, premios, encuestas.
* Equipo responsable: Talent Experience + cohosts + speakers.
* Canales: Teams, sitio físico, correo corporativo.

**Tiempos estimados:**

* Duración de cada evento: 1 hora.
* Duración de la campaña: ~3 meses.

**Entregables:**

* Presentaciones y trivias por evento.
* Reporte de asistencia.
* Resultados de encuestas de feedback.
* Evidencia visual (fotos, capturas, materiales generados).

**Riesgos anticipados y mitigación:**

* Baja participación → Solución: incentivos y comunicación previa efectiva.
* Problemas técnicos → Solución: pruebas técnicas previas, soporte en vivo.

**✅ ¿Qué sigue?**

Te puedo ayudar a:

* Convertir esto en una página visual con íconos y bloques de texto.
* Hacer un pitch o presentación en PowerPoint para vender la idea a dirección.
* Redactar un correo profesional o presentación ejecutiva para tu jefe.

¿Quieres que preparemos eso en formato presentación o PDF para que lo puedas compartir directamente?

¡Perfecto! Aquí tienes **una única versión consolidada, clara, secuencial y profesional** que incluye:

* Estrategia general.
* Justificación (el por qué, para qué, cómo).
* Use case.
* Statement of Work (SOW) completo.
* Distribución de tareas por los 7 miembros del equipo.
* Presupuesto ideal y flexible.
* KPIs.
* Riesgos y mitigación.
* Plan de acción (Action Items).
* Cronograma detallado ajustado para que **todo se realice en abril 2025**.
* Mayo reservado exclusivamente para comunicación y ajustes.

**🌟 ONE-PAGER ESTRATÉGICO**

**CAMPUS DE VALORES: “Living Our Values”**

**🎯 PROPÓSITO**

**"Living our values, shaping our future"**  
Transformar nuestros valores en experiencias vivenciales, inspiradoras y prácticas que refuercen la cultura organizacional, conviertan a los colaboradores en embajadores de valores y fortalezcan nuestro trabajo colectivo con sentido y coherencia.

**🧩 ¿POR QUÉ HACEMOS ESTO?**

* Porque los valores no deben quedarse en palabras; deben vivirse.
* Porque la cultura se construye con acciones pequeñas, coherentes y compartidas.
* Porque cuando las personas se sienten parte de algo con propósito, se comprometen más.

**📌 OBJETIVOS**

* Activar cada uno de los 5 valores clave de forma experiencial.
* Aumentar el sentido de pertenencia y coherencia cultural.
* Crear espacios de reflexión, acción y conexión entre equipos.
* Lograr participación activa y sostenida durante 5 meses.

**🧠 ¿CÓMO LO VAMOS A HACER?**

* **Duración de campaña:** 5 meses (junio a octubre)
* **Fase de planeación completa:** Abril 2025
* **Fase de comunicación interna y ajustes:** Mayo 2025
* **Formato de ejecución:** Actividades híbridas (remotas y presenciales) semanales
* **Contenido emocional y simbólico:** historias reales, trivias, charms/pines, dinámicas
* **Gamificación y conexión emocional:** trivias, storytelling, participación activa
* **Evento de inicio (Kickoff)** y **evento de cierre** para consolidar lo vivido

**✅ USE CASE – *De la estrategia a la experiencia***

**Situación actual:**  
Queremos reforzar una cultura viva, inclusiva y coherente, donde las personas no solo conozcan los valores, sino los practiquen.

**Solución propuesta:**  
Una campaña vivencial, bien organizada, con actividades semanales adaptadas a distintos perfiles de colaboradores, lideradas por el propio equipo y diseñadas para dejar huella emocional.

**Ejemplo de actividad:**  
✈️ *“We Lead the Way – Paper Plane”*  
Cada persona escribe una historia real sobre liderazgo, la convierte en un avión de papel, la lanza, recoge otra y reflexiona sobre lo que leyó. Se refuerza el valor desde la perspectiva colectiva.

**Impacto esperado:**

* Participación >70% semanal
* Incremento en sentido de pertenencia
* Testimonios y retroalimentación positiva
* Empleados motivados como embajadores espontáneos

**📄 STATEMENT OF WORK – Declaración de Trabajo**

**🧱 ALCANCE DEL PROYECTO**

Diseño, planeación, ejecución y seguimiento de una campaña interna de cultura organizacional centrada en los cinco valores clave de la compañía.

**📋 ENTREGABLES**

* Calendario de actividades
* Presentaciones, trivias, materiales físicos y digitales
* Charms/pines para simbolizar cada valor
* Encuestas pre y post evento
* Evidencia visual
* Informe final de resultados

**🧑‍🤝‍🧑 DISTRIBUCIÓN DE ROLES – Equipo de 7 personas**

| **Rol** | **Responsable** | **Funciones principales** |
| --- | --- | --- |
| **Líder de Proyecto** | [Nombre 1] | Coordinación general, estrategia, seguimiento de KPIs |
| **Diseño de Experiencia** | [Nombre 2] | Crear dinámicas, trivias, discursos y contenido |
| **Logística y Producción** | [Nombre 3] | Materiales, kits, salas, herramientas digitales |
| **Coordinación de Speakers y Cohosts** | [Nombre 4] | Confirmación de facilitadores y ensayos |
| **Comunicación Interna** | [Nombre 5] | Diseño de correos, branding, carteles, agenda |
| **Seguimiento y Feedback** | [Nombre 6] | Encuestas, control de asistencia, evaluación |
| **Apoyo transversal** | [Nombre 7] | Soporte en todas las tareas, fotos, cohosting |

Roles pueden rotar según evento para fomentar aprendizaje compartido.

**💸 PRESUPUESTO ESTIMADO (ESCENARIO IDEAL)**

| **Categoría** | **Costo Estimado** | **Notas** |
| --- | --- | --- |
| Gift cards (eventos remotos) | $100 USD/mes | Premios para trivias |
| Pins/charms (presencial) | $1.5 USD c/u | Símbolo del valor |
| Materiales físicos | $50 USD por valor | Cartas, papel, bloques |
| Plataforma de trivias | $150 USD campaña | Kahoot Pro, Mentimeter |
| Otros (decoración, comida, impresión) | Variable | Según sede y formato |
| **Total aproximado** | **~$1,000 USD** | Ajustable según disponibilidad |

**📊 KPIs CLAVE**

* Asistencia promedio semanal (>70%)
* NPS de satisfacción por actividad
* Nivel de participación en trivias y dinámicas
* Testimonios espontáneos recolectados
* Encuesta pre y post de percepción de cultura

**⚠️ RIESGOS Y PLAN DE MITIGACIÓN**

| **Riesgo** | **Mitigación** |
| --- | --- |
| Baja asistencia | Comunicación atractiva, incentivos, alineación con agendas |
| Poca conexión emocional | Uso de historias reales y símbolos personales |
| Problemas técnicos | Ensayos previos, soporte técnico en vivo |
| Recursos limitados | Actividades adaptables con impacto simbólico más que económico |

**🛠️ PLAN DE ACCIÓN (ACTION ITEMS)**

**🔍 FASE 1: Diagnóstico inicial**

📅 **1 – 4 abril**

* Encuesta de conocimiento de valores
* Encuesta de preferencias de actividades
* Análisis de perfiles (personas con hijos, remoto, etc.)
* Diseño del calendario preliminar

**🎨 FASE 2: Diseño de contenidos y materiales**

📅 **7 – 11 abril**

* Diseño de presentaciones (PPT) y trivias por valor
* Creación de dinámicas físicas (dados, torres, papel)
* Diseño gráfico de campaña interna
* Confirmación del kit simbólico (charm, pin)

**🔧 FASE 3: Producción y logística**

📅 **14 – 18 abril**

* Preparación de materiales físicos
* Carga de trivias y pruebas técnicas
* Confirmación de speakers/cohosts
* Registro técnico de cada evento (sala, recursos)

**🧪 FASE 4: Validación interna**

📅 **21 – 25 abril**

* Ensayos de eventos y simulacros
* Checklist por evento
* Asignación final de roles
* Correcciones y mejoras

**📂 FASE 5: Consolidación y documentación**

📅 **28 – 30 abril**

* Redacción de manual de ejecución
* Entrega del kit de implementación
* Agenda de comunicación de mayo definida

**🗓️ MAYO: COMUNICACIÓN Y AJUSTES**

* Lanzamiento de la campaña de comunicación interna
* Videos teaser, correos, pósters y branding
* Ensayos menores y corrección final
* Reuniones semanales de seguimiento
* Confirmación de agenda por parte de líderes

**🚀 LANZAMIENTO OFICIAL: JUNIO 2025**

La campaña inicia en junio con el evento de Kickoff y se despliega a lo largo de 5 meses, un valor por mes, reforzando semanalmente con actividades remotas y presenciales.

**✅ ¿QUÉ SIGUE?**

Te puedo entregar:

* Un PowerPoint visual tipo “one-pager” para dirección.
* Un calendario editable en Excel/Notion.
* Una plantilla de ejecución detallada con checklist por semana.

¿Con cuál te gustaría que empecemos?