



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**

**“PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA
PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL
AÑO 2013.”**

**Tesis previa a la obtención del Título de:
INGENIERÍA EN MARKETING**

AUTORAS:

Silvia Elizabeth Capelo Pauta

Mayra Teresa Narváez Aucapiña

DIRECTOR:

Ing. Luis Alfredo Ortiz Escandón

Cuenca – Ecuador

2013



RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesina tuvo como objetivo realizar un “PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013”.

El GAD de Girón ente importante, preocupado por el desarrollo y el buen vivir de su habitantes desea ser partícipe de la festividad religiosa más importante de la provincia con un evento donde se vea involucrada la ciudadanía en general, el deporte, el turismo y la cultura.

El cantón Girón se caracteriza por sus costumbres y tradiciones que expresan su identidad cultural.

La Fiesta de Toros del Señor de las Aguas de Girón, es una de las más importantes de la provincia del Azuay y muy reconocida a nivel del país. Esta festividad del cantón Girón comienza en el mes de noviembre con una serie de actividades, una forma de conmemorar el inicio de esta fiesta es organizando y desarrollando un evento deportivo “Carrera Atlética 5K Señor de Girón”.

El plan propuesto en esta tesina consta en promover, comunicar y gestionar un evento deportivo exitoso y memorable, basándose en una sólida planificación, logística y comunicación.

Las medidas adoptadas en materia de una comunicación integral ATL, BTL, Digital y relaciones públicas son adecuadas y válidas para la consecución de los objetivos definidos en el Plan de Comunicación y promoción.

Durante la planificación del evento deportivo se han utilizado elementos culturales que buscan la originalidad y pertenencia en los ciudadanos de Girón.

Palabras claves:

Plan de Comunicación y Promoción - Carrera Atlética - GAD de Girón - Estrategia ATL - Estrategia BTL - Estrategia Digital - Estrategia de Relaciones Públicas - Táctica Creativa



EXECUTIVE SUMMARY

The objective of this present thesis was to carry out a "PLAN OF COMMUNICATION AND PROMOTION OF ATHLETIC RACE FOR THE DECENTRALIZED GOVERNMENT CANTON OF GIRÓN IN THE YEAR 2013".

Girón's GAD important entity, concerned about the development and good living of its people wants to be part of the most important religious festivals of the province with an event that involves all of its citizens in general, sport, tourism and culture.

The Canton of Girón is known for its customs and traditions that express their cultural identity.

The Festival of the bulls of El Señor de las Aguas de Girón, is one of the most important festivals in the province of Azuay and highly recognized in the country. This Festivity of Canton Girón begins in November with a series of activities, a way to commemorate the start of this festival is by organizing and developing a sporting event "Athletic Race 5K Señor de Girón".

The plan proposed in this thesis consists in promoting, communicating and managing a successful and memorable sporting event, based on sound planning, logistics and communication.

The measures taken for the integrated communication ATL, BTL, Digital and PR are adequate and valid for the achievement of the objectives set out in the Communication Plan and promotion.

During sporting event's planning, cultural elements have been used looking for originality and ownership in the citizens of Girón.

Keywords:

Communication Plan and Promotion - Career Athletic - GAD of Pigs - Strategy ATL - BTL Strategy - Digital Strategy - Public Relations Strategy - Tactical Creative



ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
1. ANTECEDENTES	14
1.1. Reseña Histórica del Cantón Girón.....	14
1.2. Manifestaciones Culturales del Cantón Girón	15
1.3. Realidad del Cantón Girón.....	16
2. DIAGNOSTICO DE LA FACTIBILIDAD DE LA CARRERA ATLÉTICA	18
2.1. Auditoría Externa de la Carrera Atlética.....	18
2.1.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	23
2.2. Auditoría Interna de la Carrera Atlética	24
2.2.1. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	26
2.3. Matriz de las Amenazas Oportunidades Debilidades Fortalezas (FODA)	27
3. COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING DE LA CARRERA	
ATLÉTICA	28
3.1. Desarrollo de la Estrategia Creativa de la Carrera Atlética	28
3.1.1. Oportunidad del Plan	28
3.1.2. Objetivo de Carrera Atlética.....	28
3.1.3. Segmento Objetivo	29
3.1.4. Idea de Venta principal	30
3.1.5. Declaración de la estrategia Creativa	30
3.2. Desarrollo de la Táctica Creativa de la Carrera Atlética en las Piezas	
Publicitarias.	31
3.2.1. Encabezado.....	31
3.2.2. Texto.....	31
3.2.3. Elementos Visuales (Ver anexo 6. Imágenes)	32
3.3. Plan IMC 360° de la Carrera Atlética	33
3.3.1. INSIGHTS.....	33
3.3.2. ESTRATEGIAS ATL	33
3.3.3. ESTRATEGIAS BTL	36
3.3.4. ESTRATEGIA DIGITAL	37



3.3.5. ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS	38
3.3.6. BRIEF DE LA BTL“CARRERA ATLÉTICA”.	39
4. PLANIFICACIÓN DE LA CARRERA ATLÉTICA	40
4.1. Lineamientos de la carrera atlética	40
4.2. Negociación y Trámites a realizase para la carrera atlética.....	42
4.3. Logística.....	42
4.4. Evaluación del Evento realizado por el GAD de Girón.....	45
4.5. Presupuesto.....	46
4.6. Acciones de Contingencia.....	46
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	48
CONCLUSIONES	48
RECOMENDACIONES	49

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1. FIESTA DE LOS TOROS DEL SEÑOR DE GIRÓN.....	40
ANEXO 2. PRINCIPALES OBRAS DEL CANTÓN GIRÓN.....	47
ANEXO 3. FORTALEZAS.....	49
ANEXO 4.CUADRO DE CÁLCULO DE LOS POSIBLES PARTICIPANTES.....	51
ANEXO 5.DATOS PARA LA MICRO SEGMENTACIÓN.....	52
ANEXO 6. DISEÑO DE MEDIOS IMPRESOS.....	53
ANEXO 7. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	58
ANEXO 8. USUARIOS DE REDES SOCIALES.....	62
ANEXO 9. MAPA DEL RECORRIDO.....	64
ANEXO 10. SUGERENCIAS Y REGLAMENTOS PARA LOS PARTICIPANTES.....	65
ANEXO 11. COMITÉ ORGANIZADOR.....	67
ANEXO 12. PRESUPUESTO DE LA CARRERA ATLÉTICA.....	68
ANEXO 13. PAQUETES PARA AUSPICIANTES.....	72
ANEXO 14. DISEÑO DE TESIS.....	76
ANEXO AUDIO	



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Silvia Elizabeth Capelo Pauta, autor de la tesis "PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 31 de octubre del 2013

Silvia Elizabeth Capelo Pauta
0104367420

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Silvia Elizabeth Capelo Pauta, autor de la tesis "PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniería en Marketing El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 31 de Octubre del 2013

Silvia Elizabeth Capelo Pauta
0104367420

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Mayra Teresa Narváez Aucapiña, autor de la tesis "PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 31 de octubre del 2013

Mayra Teresa Narváez Aucapiña

0105342323

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



UNIVERSIDAD DE CUENCA



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fundada en 1867

Yo, Mayra Teresa Narváez Aucapiña, autor de la tesis "PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013", reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniería en Marketing El uso que la Universidad de Cuenca hiciera de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 31 de Octubre del 2013

Mayra Teresa Narváez Aucapiña

0105342323

Cuenca Patrimonio Cultural de la Humanidad. Resolución de la UNESCO del 1 de diciembre de 1999

Av. 12 de Abril, Ciudadela Universitaria, Teléfono: 405 1000, Ext.: 1311, 1312, 1316

e-mail cdjbv@ucuenca.edu.ec casilla No. 1103

Cuenca - Ecuador



AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradecer a Dios por fortalecer nuestro corazón e iluminar nuestra mente.

Gracias a nuestra familia por el gran cariño, sacrificio, apoyo y comprensión durante nuestra vida estudiantil y por la motivación constante para culminar con esta meta.

Agradecemos al Ing. Luis Alfredo Ortiz por la paciencia y apoyo en la dirección de esta tesina, pues sus conocimientos y perseverancia han sido pilares importantes para culminar, al Ing. Pablo González por el apoyo durante este proceso y a todos nuestros profesores de la Universidad de Cuenca por sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

A nuestras compañeras, amigas que fueron apoyo y soporte, con las que convivimos dentro y fuera de las aulas de clases Jenny, Cecilia, Lupita, Daniela.

Gracias a Todos

Silvia y Mayra



DEDICATORIA

De todo corazón a Dios por guiarnos en todo momento, por la perseverancia, por la fortaleza y por permitirnos disfrutar de este triunfo.

A nuestra familia por ser nuestra fuente de inspiración hacia la vocación por el Marketing, por el amor, trabajo y sacrificio durante toda nuestra vida estudiantil hasta convertirnos en profesionales.

Al personal de la Universidad de Cuenca y en especial a los maestros de la escuela de Marketing quienes durante este proceso han sido nuestros guías para cumplir nuestra meta y me han inculcado el amor por nuestra profesión.

Por ultimo a todas aquellas personas que han sido mi soporte y compañía y que de alguna manera nos ayudaron para cumplir con este objetivo.

Silvia y Mayra



INTRODUCCIÓN

El Marketing está presente entre las diferentes Instituciones Gubernamentales, ciertas herramientas de comunicación y promoción ayudan a mejorar las relaciones entre el gobierno y sus mandantes en busca del cumplimiento de sus objetivos.

El cantón Girón se encuentra ubicado al sur de la provincia del Azuay, a 37 Km. de la ciudad de Cuenca, actualmente tiene aproximadamente 12607 habitantes. Este cantón con raíces de culturas andinas cuenta con sus propias manifestaciones culturales, costumbres y tradiciones que expresa su identidad.

El cantón Girón de la provincia del Azuay y su delegación encabezada por el Alcalde Sr. Jorge Duque y sus objetivos en cuanto al buen vivir, desarrollo sustentable y turístico, desea ser partícipe de la festividad religiosa más importante de la provincia con un evento donde se vea involucrada la ciudadanía en general, el deporte, el turismo y la cultura.

En todo el mundo, el deporte contribuye a mejorar la salud física y mental de las personas, enseña valores como la cooperación, dedicación, sacrificio y el respeto. Usaremos el deporte como vehículo de comunicación, además como una herramienta de movilización masiva que reunirá a comunidades de diferentes culturas o etnias y como un medio poderoso de persuasión e información sobre mensajes clave en torno al GADde Girón.

El objetivo de esta tesina es proponer un plan de comunicación y promoción de una carrera atlética para el Gobierno Descentralizado del Cantón Girón en el año 2013 con el fin de lograr afinidad entre el gobierno y sus mandantes.

Al realizar estos eventos deportivos se pretende que los ciudadanos del cantón Girón desarrollen un sentido de propiedad y de afinidad hacia el Gobierno de Girón ente organizador del evento creando una imagen positiva en las personas.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El plan de comunicación integral de marketing de la carrera atlética para el Gobierno Descentralizado del Cantón Girón contendrá un análisis de los antecedentes históricos del cantón, también de los factores internos y externos que están involucrados en el plan, con el fin de aprovechar las fortalezas y oportunidades, pudiendo tomar acciones para minimizar las debilidades y amenazas.

El plan de comunicación integral de marketing (CIM) permitirá la coordinación e integración de varias herramientas, vías y fuentes de comunicación dentro de un programa uniforme que maximice el impacto la audiencia masiva que se espera.

Lo que se busca es planificar, coordinar e integrar todas las herramientas de comunicación ATL, BTL, Digital y Relaciones Publicas con el fin de crear un mensaje claro y original de lo que en este caso el Gobierno del Cantonal desea transmitir con este evento a los ciudadanos para posicionarse de manera competitiva.

Durante la planificación del evento deportivo se han utilizado elementos culturales que buscan la originalidad y pertenencia en los ciudadanos de Girón.

Los participantes y los diferentes espectadores se darán cita para ser partícipes del evento deportivo y de los diferentes premios, por las medallas que premiarán a todos los atletas y en especial a los tres primeros con oro, plata y bronce, además del gran show artístico y gastronómico, con el propósito de afianzar lazos de unión entre el ente organizador “GAD de Girón” y los ciudadanos del cantón.

En el desarrollo del plan de comunicación y promoción se recurrirá al método de investigación exploratoria ya que usualmente este tipo de investigación está diseñado para hacer un análisis preliminar de una situación con un mínimo de costo y tiempo.



CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

1.1. Reseña Histórica del Cantón Girón

El cantón Girón se encuentra ubicado al sur de la provincia del Azuay, a 37 Km. de la ciudad de Cuenca, cuenta con dos parroquias rurales, la parroquia San Gerardo y la parroquia La Asunción, además de una parroquia urbana que es la cabecera cantonal que lleva el mismo nombre.

“Actualmente tiene aproximadamente 12607 habitantes, tiene una altitud de 2.162 msnm, y una superficie de 337 km², goza de un clima templado con temperaturas promedio de 12°C A 20 °C.El cantón Girón perteneció a la gran nación Cañari , en esta época se le conoció como Leoquina, que en lengua de Cañari significa laguna de culebra; posteriormente con el arribo de los Incas se llamó Paycabamba, que significa llanura de Guabos, debido a la gran cantidad de árboles existentes en esta zona.”¹

“El cantón Girón lleva su nombre en honor a los españoles Francisco Hernández de Girón y Juan Girón Sánchez, quienes eran compañeros de Sebastián de Benalcazar en una de las primeras incursiones en tierras azuayas.”²

“Fue escenario de contiendas militares para conseguir la libertad de la nación, las proezas de los héroes que dieron su vida para liberar a nuestra nación están

¹ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GIRÓN. Reseña Histórica.2010 Disponible en:http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=86 Consulta (11/08/2013)

²ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GIRÓN. Reseña Histórica.2010 Disponible en:http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=86 Consulta (11/08/2013)



representadas en el heroico y representativo museo Casa de los Tratados, por lo se ha considerado al cantón Girón como Patrimonio Cultural de la Nación.”³

1.2. Manifestaciones Culturales del Cantón Girón

El cantón Girón con raíces de las culturas andinas, es un cantón muy antiguo que cuenta con sus propias manifestaciones culturales, costumbres y tradiciones; la cual expresa su identidad cultural dentro de su espacio territorial, estas han sido practicadas desde la antigüedad y que en la actualidad todavía se practica estas tradiciones, festividades religiosas y cívicas, las mismas que son identificadas de la siguiente manera:

Fechas Cívicas.

- ✓ 27 de Febrero – de cada año se recuerda con civismo la batalla de Tarqui este fecha es trascendental para el país ya que se ratifica la firma del tratado de Girón donde se realiza actos cívicos culturales.
- ✓ 26 de Marzo – (1897) Se conmemora la cantonización de Girón.
- ✓ 20 de Diciembre –(2006) Declaratoria de Patrimonio Cultural del Ecuador

Fiestas Religiosas.

- ✓ **Febrero:** Carnaval (tradicionales festejos)
- ✓ **Marzo:** Semana Santa
- ✓ **Junio:** Corpus Christi.
- ✓ **Noviembre:** La fiesta de los Toros, del Señor de las Aguas
- ✓ **Diciembre:** Navidad (Pases del Niño).

³ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GIRÓN. Reseña Histórica.2010 Disponible en:http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=86 Consulta (11/08/2013)



Las festividades religiosas son desarrolladas por la Iglesia del Cantón y la festividades cívicas son desarrolladas por el Gobierno del Cantón

La fiesta de los Toros del Señor de las Aguas

El cantón Girón mantiene mucha tradición en sus costumbres religiosas. La Fiesta de Toros del Señor de las Aguas de Girón, es una de las más importantes de la provincia del Azuay y muy reconocida a nivel nacional.

La fiesta es muy antigua y conserva mucha tradición. En esta festividad, se venera una gran escultura de Cristo Crucificado que se encuentra en la Iglesia de Girón y que tiene un gran valor artístico.

La población de Girón y de la provincia del Azuay, considera a esta imagen muy milagrosa para atraer las aguas a los campos sembrados. Venerar a la imagen para atraer sus bendiciones sobre los cultivos y los animales de pastoreo, es el motivo principal de la fiesta.

La duración de la fiesta depende del número de Priostes. El generoso auspicio y financiamiento de los emigrantes, priostes de la fiesta, ha permitido que la fiesta siga creciendo. Son 6 semanas de fiesta.**(Ver Anexo 1)**.

1.3. Realidad del Cantón Girón

Junto con la expansión urbana, el desarrollo industrial y comercial está muy latente en Girón gracias al proyecto del nuevo Centro Eco Productivo. El cantón Girón también tiene problemas propios como los de la delincuencia, desempleo y barrios marginales donde los servicios básicos aún no son suficientes.



Objetivos del GAD de Girón

- *“Promover el buen vivir y el desarrollo sustentable del cantón.*
- *Procurar la equidad dentro del territorio cantonal.*
- *Planificar el desarrollo cantonal en concordancia con el Plan Nacional de Desarrollo, con participación activa de los sectores público y privado de la comunidad local y rendir cuentas públicas de los actos del gobierno cantonal.*
- *Ejecutar eficientemente las competencias exclusivas y adicionales que le corresponden de conformidad con la Constitución y la Ley, para mejorar las condiciones y la calidad de vida de sus habitantes.”⁴*

PRINCIPALES OBRAS Y PROYECTOS

El Gobierno Provincial del Azuay y el GAD de Girón encabezado por el alcalde el Señor Jorge Duque Illescas, llevan fomentando varias obras en el cantón Girón entre las cuales destacan el Centro Eco Productivo, el Lanzamiento del proyecto de la Virgen de la Asunción, el Museo “Casa de los Tratados”, las vías asfaltadas, la reconstrucción del coliseo, Esteban Lucero, entre otros. **(Ver anexo 2)**

⁴ Tramites ciudadanos. Disponible en: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/institucion.php?cd=112>
Consulta (21/08/2013)



CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO DE LA FACTIBILIDAD DE LA CARRERA ATLÉTICA

2.1. Auditoría Externa de la Carrera Atlética

Factores claves de éxito externos

El propósito de este análisis es elaborar una lista de oportunidades que podría beneficiar al desarrollo del plan para el gobierno cantonal de Girón y amenazas que se deberían eludir.

OPORTUNIDADES

Las siguientes variables son consideradas como las más importantes para este estudio, mas información **(Ver anexo 3)**.

- **Turismo.-** Existe una gran oportunidad de impulsar el turismo interno a los diferentes destinos turísticos del Cantón Girón y sus alrededores; en donde se destaca la flora, fauna, gastronomía, artesanías, museos, fiestas tradicionales, paisajes y paraderos turísticos que lo hacen un destino único. El cantón Girón posee alrededor de 16 sitios naturales y 23 manifestaciones culturales. Girón cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos en los que podemos mencionar el Chorro de Girón, el Museo de la Casa de los Tratados, el Parque Nacional Portete de Tarquí, Lentag, Parroquia la Asunción, el Cerro Fasana, la Laguna de Zhogra, la Loma de Mazta entre otros.

Guía turística y los lugares para visitar.- “El cantón Girón está ubicado al suroeste de Cuenca, a 40 Km. por la vía Girón- Pasaje; su centro cantonal se asienta a 2.162 m.s.n.m.; cuenta con una población de 12.067



*habitantes, posee un clima templado con una temperatura promedio entre 15 a 22° C.*⁵

- **Dinamización del Sector terciario.-** Existe un alto grado de potenciar estas actividades en las cuales se ubican el comercio, hoteles y restaurantes, los transportes y las comunicaciones, los servicios sociales y personales, las actividades relacionadas con el ocio y otras muy diversas.

*“En el Ecuador el sector terciario de la economía es el sector que más población laboral ocupa; es también el más heterogéneo, pues concentra el 55% de la población económicamente activa del país. La mayor parte de ella (35%) se ubica en comercio, hoteles y restaurantes, y el 32% en servicios sociales y personales. En Azuay, a 2001, se registraron 113,830 personas económicamente activas ubicadas en el sector terciario. Se concentran cuatro de cada diez en la rama de comercio, hoteles y restaurantes, mientras que el 33% se ubica en transporte, almacenamiento y comunicaciones.”*⁶

- **Publicity.-** Dentro de las Relaciones Publicas el Publicity es una herramienta del marketing que está tomando gran importancia ya que ofrece un alto grado de credibilidad y una imagen favorable. Antes y después del evento a realizarse en el Cantón Girón y por la gestión de comunicación de los organizadores, los medios masivos difundirán la noticia de la carrera atlética generando conciencia y percepciones agradables hacia el gobierno cantonal.

⁵ El MERCURIO. Girón y sus atractivos turísticos.23 septiembre, 2012. En línea. Disponible en:<http://www.elmercurio.com.ec/349984-giron-y-sus-atractivos-en-la-cuenca-del-jubones.html>Consulta (19/08/2013)

⁶ Fuente: INEC: Censo de Población y Vivienda 2001. Elaborado por Programa Población y Desarrollo Local Sustentable. PYDLOS-Universidad de Cuenca. En línea. Disponible en:http://www.unicef.org/ecuador/LIBRO_DEL_AZUAY_Parte2.pdfConsulta (19/08/2013)



*Publicity: "Dar una razón para que hablen de ti. Es crear noticias sobre nuestra corporación para obtener publicidad gratuita en medios masivos y no convencionales, sin que esto implique un gasto significativo."*⁷

- **Nuevas fuentes de Empleo.-** En todo el mundo existen emprendedores y empresarios que saben aprovechar ciertas oportunidades. Con el desarrollo de la carrera atlética varios negocios serán impulsados este es el caso de Almacenes de implementos deportivos, Escuelas de Atletismo, Gimnasios, Sector ambulante, Sector del turismo, Restaurantes, Hoteles, entre otros.
- **Plan Anual.-** Como se han venido desarrollando las carreras atléticas a nivel nacional en principales ciudades como Cuenca, Guayaquil y Quito son planes que tienden a convertirse en un evento anual y cada año con más fuerza, mas competidores e instituciones interesadas en ser parte de la misma, por ejemplo:

Huarmi Runner 5K.- Por el día internacional de la Mujer, se desarrollará la segunda edición de Huarmi Runner 5K, simultáneamente en tres ciudades Cuenca, Quito y Guayaquil.

Las Cruces.- En la ciudad de Cuenca se desarrollaran la 49 Edición del Circuito Internacional de las Cruces de Cuenca.

- **Participación de la provincia del Azuay.-** Existe una gran oportunidad de hacer llegar la comunicación a nivel de la provincia del Azuay y conseguir más gente participando del evento promocionando a Girón a nivel provincial.
- **Cultura y tradición.-** Vemos la oportunidad de difundir la cultura y tradición de Girón al ser la primera actividad a desarrollarse antes de las festividades, Girón es un cantón rico en cultura y tradiciones que datan de

⁷ Fuente: Comunicación Organizacional Ecuador, Publicity. Jueves, abril 1, 2013. *En línea. Disponible en:* <http://comunicacionorganizacionalecuador.blogspot.com/2013/04/publicity-dar-una-razon-para-que-hablen.html> Consulta (19/08/2013).



años, la carrera atlética se realizara como pregón de las fiestas en honor al señor de las Aguas, donde se verá involucrada la Cultura del gironense haciendo que este se vea aún más involucrado en el evento.

Las festividades en Homenaje al Señor de Girón.- “se destacan por la generosidad de su gente, su tiempo de duración que son seis semanas y la corrida de los toros, el mismo que es sacrificado como una ofrenda al Señor de Girón.”⁸

AMENAZAS

- **Clima.-** Girón posee un clima templado con una temperatura promedio entre 15 a 22° C, la incertidumbre por el mal clima hace que el evento tenga cierto riesgo, aunque el mes de noviembre suele ser de verano.

*“Su clima es variado desde el tropical en las zonas bajas hasta el frío en los páramos, así en las cercanías del Nudo de Portete - Tinajillas, hay valles subtropicales con 21 °c de temperatura y 500 mm.de precipitación como es el caso de la Asunción y páramos con 8 -°c y 2000 mm.de precipitaciones sobre los cerros: Sombrerera, Huagrín, etc. Existen dos estaciones bien marcadas el invierno de enero a mayo y el verano de junio a diciembre.”*⁹

- **Contraste de ideas con la comunidad.-** Al desarrollarse la carrera atlética en el mes de noviembre como pregón de las festividades de los toros en honor al Señor de Girón y al ser un Cantón lleno de tradiciones, se espera reacciones contradictorias de algunas personas resistentes a los cambios y al acoplamiento de nuevas formas de entretenimiento que puede resultarles contraproducentes.

⁸Fuente. Youtube. ECUATRADICIONES - FIESTA DE TOROS EN GIRÓN. 30/11/2012. En línea. Disponible en:<http://www.youtube.com/watch?v=pqL1zm-IMGcConsulta> (19/08/2013)

⁹Fuente: Wikipedia, Cantón Girón. En línea. Disponible en:http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Gir%C3%B3nConsulta (19/08/2013)



Al no existir ningún vínculo entre el municipio de Girón y la iglesia nunca se ha desarrollado ningún evento en las festividades del Señor de Girón por parte del municipio.

- **El tiempo.-** El tiempo juega un factor importante en la difusión de la carrera atlética y en su organización, a pocos meses de la festividad de los Toros podríamos encontrar problemas en la planificación y desarrollo del evento.
- **Falta de interés de la gente por la carrera atlética.-** En Girón las personas se preparan para las fiestas tradicionales más grandes del Cantón a desarrollarse en el mes de noviembre lo cual podría opacar y generar desinterés por la carrera atlética.
- **Disminución del interés por el deporte.-** Un reciente estudio del INEC revela datos importantes acerca del uso del tiempo, después de dormir a lo que más tiempo le dedican los ecuatorianos es a ver televisión con 12,75 horas a la semana y al deporte y actividades al aire libre con 4,24 horas a la semana un promedio menor que el año anterior de 4,63 horas a la semana.

Los adultos mayores son los que más tiempo le dedican a realizar deportes con 4,89 horas a la semana con respecto al año anterior de 4,93. Seguido por los adolescente y jóvenes que dedican 4,43% horas a la semana con respecto al año anterior de 4,97%.¹⁰

- **Falta de colaboración de instituciones.-** Teniendo en cuenta que la participación de auspiciantes para un evento trae un beneficio mutuo, es fundamental encontrar patrocinadores y auspicios para llevar adelante la propuesta de los organizadores, ya que ayudarán a financiar los costos y además atraerán más público, porque en algunos casos pueden darle mayor jerarquía y difusión al evento en nuestro caso a la carrera atlética.

¹⁰INEC. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Modulo UT - ENEMDU Junio 2010 y Junio 2012) *En línea*. Disponible en: <http://www.inec.gob.ec/variosdos/Usotiempo.pdf> Consulta (19/08/2013)



2.1.1. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)				
Factores clave de éxito		Peso	Calificación	Peso Ponderado
OPORTUNIDADES				
1	Turismo	0,20	4	0,80
2	Dinamización del sector terciario	0,10	3	0,30
3	Publicity	0,05	3	0,15
4	Nuevas fuentes de Empleo	0,10	3	0,30
5	Plan anual	0,10	4	0,40
6	Participación de la provincia del Azuay	0,05	3	0,15
7	Cultura y tradición	0,05	3	0,15
AMENAZAS				
1	Clima	0,10	2	0,20
2	Contraste de ideas con la comunidad	0,05	3	0,15
3	El tiempo	0,08	2	0,16
4	Falta de interés de la gente por la carrera atlética	0,04	3	0,12
5	Disminución del interés por el deporte	0,05	3	0,15
6	Falta de colaboración de instituciones	0,03	3	0,09
7				
TOTAL		1,00		3,12
Especificación:				
4=Respuesta Superior / 3=Respuesta superior media / 2=Respuesta madia / 1=Respuesta Mala				

Con un Peso ponderado de 3,12 la propuesta planteada está aprovechando las oportunidades existentes y minimizando las amenazas.



2.2. Auditoría Interna de la Carrera Atlética

Factores claves de éxito internos

FORTALEZAS

- **Lugar estratégico.-** Le diseño de la carrera atlética estará diseñado de tal manera que cubrirá las principales calles de Girón como la vía a San Vicente, también las calles aledañas al coliseo, el ingreso al colegio Nacional de Girón y finalmente el tramo Girón-Jefatura de Policía.
- **Creatividad y originalidad.-** Al ser la primera edición realizada por el GAD de Girón, usaremos el deporte; su poder y potencial como vehículo de comunicación, además como herramienta de movilización masiva y como un medio poderoso de persuasión e información sobre mensajes clave en torno al Plan de trabajo del Gobierno de Girón.
- **Seguridad.-** Debido a la aglomeración que se espera el resguardo policial y la colaboración de los bomberos será imprescindible generando seguridad y confianza en los espectadores y atletas.
- **Medios de comunicación.-** Este plan contara con la planificación de una comunicación integral tanto ATL, BTL, Digital y de Relaciones Publicas de esta forma llegaremos al segmento objetivo.
- **Fecha.-** Al pretender realizar la carrera atlética en el mes de noviembre como pregón de las festividades más grandes de Girón en honor al Señor de Girón, se espera la acogida por parte de los fieles devotos y del cantón en general.



- **Permisos reglamentarios de la carrera.-** Al ser el GAD de Girón el ente organizador facilita la obtención de permisos necesarios para la realización de la carrera atlética.

DEBILIDADES

- **Falta de comunicación entre departamentos del GAD de Girón.-** El Gobierno de Girón se maneja con diferentes departamentos y pueden llegar a ser difícil la coordinación entre los mismos.
- **Presupuesto.-** Las instituciones públicas en este caso el Gobierno cantonal de Girón, generalmente no toman decisiones de organizar eventos de un día para el otro, ya que cuentan con un presupuesto anual para estas acciones, por lo que el desarrollo de la carrera podría ser aplazado.

Desde recursos económicos, recursos humanos, materiales y suministros podrían cambiar el giro del evento. Además el contar con un presupuesto bajo, los premios y el evento pueden ser de poco atractivo para los participantes.

- **Capacitación del personal.-** Al ser un evento que se realizara por primera vez en Girón el personal que se contrate será de manera eventual, el mismo que no cuenta con una experiencia o conocimiento de causa en la parte operativa de la carrera atlética.



2.2.1. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES INTERNOS (EFI)				
Factores clave de éxito		Peso	Calificación	Peso Ponderado
FORTALEZAS				
1	Lugar estratégico	0,20	3	0,60
2	Creatividad y originalidad	0,20	4	0,80
3	Seguridad	0,05	3	0,15
4	Medios de comunicación	0,05	3	0,15
5	Fecha	0,15	4	0,60
6	Permisos reglamentarios de la carrera	0,05	4	0,20
DEBILIDADES				
1	Falta de comunicación entre departamentos del GAD de Girón	0,05	2	0,10
2	Presupuesto	0,08	2	0,16
3	Capacitación del personal	0,04	2	0,08
TOTAL		0,87		2,84
Especificación: 1=Debilidad mayor/ 2=Debilidad menor / 3= Fuerza menor / 4=Fuerza mayor				

Para el análisis de esta matriz se ha considerado las principales fortalezas y debilidades, dando mayor peso a los factores de más importancia, y calificando de acuerdo a si la propuesta tienen una debilidad mayor o menor, o una fortaleza mayor o menor con respecto a cada una de los factores críticos estudiados.

Con un peso ponderado de 2,84 la propuesta refleja solides y confianza, pudiendo cumplir con los objetivos planteados.



2.3. Matriz de las Amenazas Oportunidades Debilidades Fortalezas (FODA)

	FORTALEZAS – F	DEBILIDADES - D
	1. Lugar estratégico	1. Falta de comunicación entre las autoridades del GAD de Girón
	2. Creatividad y originalidad	
	3. Seguridad	2. Presupuesto
	4. Medios de Comunicación	3. Falta de recursos para la coordinación del evento
	5. Fecha	4. Capacitación del personal
	5. Permisos reglamentarios de la carrera	5. Premios
OPORTUNIDADES - O	RESULTANTES FO	RESULTANTES DO
1. Turismo	<ul style="list-style-type: none"> ➤ F1.F3.O1.O7.- Promover el turismo, la cultura y las tradiciones mediante la ruta. ➤ F2.O2.O4.- Incrementar la participación de algunos negocios del sector. ➤ F5.O3.- Mediante la comunicación ATL crear publicity para el cantón Girón. ➤ F4.O6.- Dar a conocer Girón a nivel provincial. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ D1.O5.-Delegacion de funciones para el evento. ➤ D5.O6.- Participación a nivel provincial generara mayores ingresos. ➤ O4.D4.- Capacitación y coordinación del personal.
2. Dinamización del sector terciario		
3. Publicity		
4. Nuevas fuentes de Empleo		
5. Plan anual		
6. Participación de la provincia del Azuay		
7. Cultura y tradición		
AMENAZAS - A	RESULTANTES FA	RESULTANTES DA
1. Clima	<ul style="list-style-type: none"> ➤ F5.A2.A4.45.- Dar a conocer los beneficios del desarrollo de la carrera. ➤ A2. F2.- Hacer uso las manifestaciones culturales en la carrera atlética. ➤ A6.F5.- Exponer los beneficios de realizar en esa fecha en dichas festividades. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ A2.A4.A5.D2.- Contrarrestar mediante Publicidad creativa. ➤ A3.D2.D5.- Buscar auspiciantes a nivel provincial.
2. Contraste de ideas con la comunidad		
3. El tiempo		
4. Falta de interés de la gente por la carrera atlética		
5. Disminución del interés por el deporte		
6. Falta de colaboración de instituciones		



CAPITULO III

3. COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING DE LA CARRERA ATLÉTICA

3.1. Desarrollo de la Estrategia Creativa de la Carrera Atlética

3.1.1. Oportunidad del Plan

Siendo importante para el GAD de Girón el promover el buen vivir y el desarrollo sustentable del cantón sostenemos que el deporte y en si la carrera atlética es una oportunidad que nos permitirá cumplir con los objetivos y a su vez aprovechar cada uno de los elementos que integran la misma en beneficio del cantón pues dejara resultados positivos, tanto económicos, turísticos, culturales, difundiendo y manteniendo viva la tradición tanto en sus habitantes como de la provincia en general.

3.1.2. Objetivo de Carrera Atlética

Posicionar al GAD de Girón como ente preocupado por el desarrollo del cantón, en favor del bienestar del pueblo, de su salud incentivando al deporte mediante la carrera atlética, como actividad integradora y cultural en la festividad más importante del Cantón promoviendo la participación del 10% de la población de Girón en el año 2013-2014.



3.1.3. Segmento Objetivo

Es importante utilizar una técnica de micro segmentación que permitirá dividir el público objetivo de la carrera y dirigir los esfuerzos de marketing con el fin de obtener resultados positivos.

Para este análisis se ha tomado en cuenta los siguientes datos: “*el número de habitantes del Cantón según datos del INEC*”¹¹, los que oscilan entre 6-60 años, edad en la que pueden practicar deporte; además se dividió por género para las categorías.

De la “*Encuesta de Condiciones de Vida 1999 y 2005-2006 realizada por el INEC*”¹² donde se indica que 31.6% de las personas practican algún deporte estudio más reciente hasta la fecha. Se determinó que 2.922 habitantes según el porcentaje del INEC practican deporte en el Cantón de Girón.

También se ha considerado la variable el nivel socioeconómico de las personas ya que será decisiva a la hora de tomar la decisión de participar, “*según datos obtenidos de una encuesta de los niveles de estratificación*”¹³ donde no solo se toma en cuenta la variable ingresos sino por otro tipo de variables como vivienda, educación, económica, bienes, tecnología, hábitos de consumo, etc.; de estos datos el porcentaje de Niveles socio económicos Alto(1.9%), Medio Alto(11.2%), Medio Típico(22.8%) los que dan un total de 35.9% . **(Ver anexo 4).**

Realizando los respectivos cálculos y aplicando la variable nivel socioeconómico contamos con un total de **1.049** personas que serían los posibles participantes de la carrera atlética en el cantón Girón. **(Ver anexo 5).**

El objetivo de participación del GAD de Girón que es el 10% de la población del cantón **1.261** participantes en la carrera atlética; este objetivo es fijado en base al

¹¹CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA; INEC 2010 en línea disponible en: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl> Consulta (01/09/2013)

¹² PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR; Objetivo 2; Diagnóstico; En línea disponible en: <http://plan.senplades.gob.ec/diagnostico2> Consulta (01/09/2013)

¹³EL COMERCIO. com ; Negocios ; En línea disponible en: http://www.elcomercio.com.ec/negocios/nivel-socioeconomico-solo-define-ingreso_0_613138794.html Consulta 5/09/2013



presupuesto que se estima se utilizara para el desarrollo del evento deportivo y al tamaño del cantón, ya que es un cantón pequeño con calles estrechas y no cuenta con la capacidad para más participantes.

3.1.4. Idea de Venta principal

El GAD de Girón organiza la primera carrera atlética del cantón en la festividad más importante “FIESTAS DE LOS TOROS”, la misma que permitirá generar empatía entre los ciudadanos y el GAD de Girón.

La carrera atlética dinamizara el turismo, comercio y la economía del cantón permitiendo no solo ser reconocido por sus propios ciudadanos sino por la provincia en general pues además del evento deportivo se realizara un show artístico y gastronómico donde no solo participaran deportistas sino los ciudadanos en general.

3.1.5. Declaración de la estrategia Creativa

Se desarrollara la primera Carrera Atlética por el GAD de Girón el día 20 de octubre (fecha tentativa). Luego de haber hecho un análisis y una investigación se consideró importante tomar en cuenta diversos factores culturales y los medios de comunicación a utilizar.

El Cantón Girón es muy tradicional por lo que para la carrera se ha decidido utilizar elementos gráficos y de color relacionados a las costumbres y tradiciones propias del cantón y en especial dirigida a la Fiesta de los Toros ya que es una festividad muy reconocida no solo en el Cantón sino en toda la provincia.



3.2. Desarrollo de la Táctica Creativa de la Carrera Atlética en las Piezas Publicitarias.

3.2.1. Encabezado

5K SEÑOR DE GIRÓN

3.2.2. Texto

GAD MUNICIPAL DE GIRÓN INVITA:

5K SEÑOR DE GIRÓN 1RA. EDICIÓN

SLOGAN: UN RECORRIDO DE CULTURA Y TRADICIÓN

\$8000.00 EN PREMIOS

Fecha del evento: domingo 20 de octubre 2013

Festival Gastronómico

Festival Artístico y premiación con la animación del Mono Candela:

- ✓ Manuelito Duchi
- ✓ Gerardo Moran
- ✓ Show del Hombre Voz (Santhiagolllescas)
- ✓ Grupos de Danza Invitados

Costo de la Inscripción:

\$8 dólares general

\$6 dólares niños y estudiantes

\$ 5 Entrada Show y Premiación:



CATEGORÍAS:

FEMENINO	MASCULINO	EDAD
Guaguas		6-10
Cholit@s		11-15
Lecher@s		16-20
Achiras	Retos	21-34
Platilleras	Toros	35-46
Guías	Cuentayos	47- en adelante
Libre elección	Libre elección	Institucional

INSCRIPCIONES:

- ❖ WESTERN UNION (Arenal- Cuenca),(Girón)
- ❖ Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Girón (Cuenca y Girón)
- ❖ Oficinas del Gobierno Descentralizado del Cantón Girón (TESORERÍA)

3.2.3. Elementos Visuales (Ver anexo 6. Imágenes)

ELEMENTOS VISUALES	SIGNIFICADO
TORO	Icono principal de las fiestas de 24 octubre al 4 de diciembre, este animal representa 150 años de tradición, sacrificio fuerza y energía.
LOGO DE LA CARRERA	Representa deporte, fuerza, velocidad, cultura, icono del cantón.
LOGO DEL GAD DE GIRÓN	Ente organizador del evento.
ruta de la CARRERA	Diagrama los 5km de la carrera y su señalización con salida, llegada, puntos de hidratación y cruz roja.
COLORES AZUL, BLANCO Y VERDE	Colores representativos del cantón; el azul simboliza el cielo que nos cubre y las aguas. El blanco representa la libertad y la paz. El verde representa la naturaleza y es el color del GAD de Girón.
LOGOS DE AUSPICIANTES	Serán todas las instituciones públicas y privadas que respaldan el evento



3.3. Plan IMC 360° de la Carrera Atlética

3.3.1. INSIGHTS

CREENCIA ACTUAL	CREENCIA DESEADA
<i>El GAD de Girón es un ente pasivo</i>	<i>El GAD de Girón ente activo preocupado por el desarrollo social y cultural de su pueblo.</i>
COMPORTAMIENTO ACTUAL	COMPORTAMIENTO DESEADO
<i>Rechazo y antipatía de los ciudadanos del Cantón hacia el GAD de Girón</i>	<i>Empatía y apoyo al GAD en sus obras y actividades realizadas</i>

3.3.2. ESTRATEGIAS ATL

Para la realización de las estrategias ATL se seleccionaron la prensa, radio, medio impreso y exterior por ser medios de comunicación que llegan fácilmente al público y a más cantidad de personas. Estos medios fueron seleccionados por la preferencia del público hacia los mismos, según los resultados de las encuestas(Ver Anexo 7).

Descripción: Se desarrollara en el cantón de Girón la primera edición de una carrera atlética 5k y se dará a conocer en algunos medios a la Provincia del Azuay, principalmente en el cantón Girón.

ACTIVIDADES

- Realizar una campaña por la radio tanto en el Azuay como en el cantón Girón. (Anexo Audio)
- Otorgar material P.O.P con información llamativa sobre la carrera atlética por todo el Cantón. (Anexo 6)
- Visitar escuelas y colegios brindando información sobre el evento deportivo.
- Colocar un Pasacalle en la Av. principal Girón- Pasaje (Anexo 6)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Objetivo: Informar al público en general del Cantón Girón sobre la carrera atlética y lograr el interés para participar en la misma.

Soporte del objetivo Comunicacional: El deporte incentiva la salud física y mental manteniendo vivas las tradiciones.

Tono de la comunicación: Manejar un lenguaje sencillo involucrando temas culturales y tradicionales del cantón “LA FIESTA DE LOS TOROS”.

Elementos ejecucionales obligatorios: Colores azul y blanco que representan al cantón Girón, el Toro como el icono representativo de las festividades.

Organizador: “GAD de Girón”

Nombre de la Carrera: 5K SEÑOR DE LAS AGUAS DE GIRÓN

Slogan: Un recorrido de Cultura y Tradición



DESCRIPCIÓN DE MEDIOS ATL

MEDIO	VEHÍCULO	SUBVEHÍCULO	DESCRIPCIÓN	TIEMPO	COSTO TOTAL
IMPRESO (Anexo 6)	Volantes	Contenido: Ruta y descripción de la carrera más auspiciantes y elementos ejecucionales obligatorios	Full color 3000 unidades, tamaño A5	1 octubre 15 octubre	400,00
	Afiches	Contenido: Ruta y descripción de la carrera más auspiciantes y elementos ejecucionales obligatorios	Full color 1000 unidades, tamaño A3	1 octubre 15 octubre	250,00
RADIO (Anexo Audio)	96.1 Suprema Estación Provincia del Azuay	Mañana de 8am a 10am Medio día de 12pm a 2pm Tarde de 3pm a 5pm.	Presentación y despedida	Del 1 de Oct. al 19 de Oct.	1400,00
	100.1 Armonía Cantón de Girón	Mañana de 8am a 10am Medio día de 12pm a 2pm. Tarde de 3pm a 5pm. Noche de 7pm a 9pm.	Presentación, intermedia y despedida	Del 1 de Oct. al 19 de Oct.	950,00
EXTERIOR (Anexo 6)	Pasa Calle (1)	Descripción de la carrera y elementos ejecucionales obligatorios	Full color Tamaño de 8m por 1,5m Ubicación: Av. Girón - pasaje	Mes de octubre	200,00
	Lona(1)	Descripción de la carrera y elementos ejecucionales obligatorios	Full color Tamaño de 2,5m por 4m Ubicación: centro de Girón	Mes de octubre	150,00
				TOTAL	3350,00



3.3.3. ESTRATEGIAS BTL

Usaremos esfuerzos de comunicación no convencional de alto impacto y bajo presupuesto aplicada al cantón Girón.

Descripción: Anunciar el evento mediante un anuncio perifoneo gravado por altoparlantes que estarán colocados en un vehículo forrado con material impreso de la carrera, el mismo que recorrerá todas la parroquias del cantón Girón, repartiendo volantes del evento.

Objetivo: Persuadir al target a interesarse, inscribirse y participar de la primera edición de la carrera atlética.

Soporte del objetivo Comunicacional: El deporte incentiva la salud física y mental manteniendo vivas las tradiciones.

Tono de la comunicación: Manejar un lenguaje sencillo involucrando temas culturales y tradicionales del cantón “LA FIESTA DE LOS TOROS”.

Elementos ejecucionales obligatorios: Colores azul, blanco y verde que representan al cantón Girón, el Toro como el icono representativo de las festividades.

Organizador: “GAD de Girón”

Nombre de la Carrera: 5K SEÑOR DE GIRÓN

Slogan: Un recorrido de Cultura y Tradición

DESCRIPCIÓN DE MEDIOS BTL

RECURSOS	PRESUPUESTO	TIEMPO
ALQUILER DE AUTO	300,00	Se realizara los días 2, 5, 6, 9, 12, 13, 15 de octubre en el horario de 2pm a 7pm recorriendo el Cantón Girón.
CD CON JINGLE	5,00	
BRANDING	200,00	
ASISTENTE	100,00	
TOTAL	605,00	



3.3.4. ESTRATEGIA DIGITAL

Descripción: Se creara cuentas en las principales redes sociales Facebook y Twitter con información sobre el evento la cual la administrara una persona durante todo el mes de octubre, además de ello se publicara en la cuenta de Achiras.net algunos anuncios sobre el evento los fines de semana y luego de la premiación, se hará público el evento en la página del GAD de Girón.

Objetivo: Informar del evento a un gran número de personas en el Austro ecuatoriano y Gironenses en el extranjero. **(Ver Anexo 8)**

Soporte del objetivo Comunicacional: El deporte incentiva la salud física y mental manteniendo vivas las tradiciones.

Tono de la comunicación: Manejar un lenguaje sencillo involucrando temas culturales y tradicionales del cantón “la fiesta de los Toros”.

Elementos ejecucionales obligatorios: Colores azul, blanco y verde que representan al cantón Girón, el Toro como el icono representativo de las festividades.

Organizador: “GAD de Girón”

Nombre de la Carrera: 5K SEÑOR DE GIRÓN

Slogan: Un recorrido de Cultura y Tradición

DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

RECURSOS	PRESUPUESTO	TIEMPO
FACEBOOK Y TWITTER	300	Mes de Octubre
ACHIRAS.NET	100	Días 5,6,12,13,21 de Octubre
PAGINA DEL GAD DE GIRON		Mes de Octubre
TOTAL	400	



3.3.5. ESTRATEGIA DE RELACIONES PÚBLICAS

Descripción: Se organizara una rueda de prensa del Evento Deportivo , donde se invitaran a los medios de comunicación del cantón que den cobertura del evento, en la rueda de presa se oficializa la carrera con los organizadores, director técnico, auspiciantes, artistas y público.

Objetivo: Informar al público de Girón sobre detalles de la competencia atlética y dar realce al evento.

Soporte del objetivo Comunicacional: El deporte incentiva la salud física y mental manteniendo vivas las tradiciones.

Tono de la comunicación: Manejar un lenguaje sencillo involucrando temas culturales y tradicionales del cantón “LA FIESTA DE LOS TOROS”.

RECURSOS	PRESUPUESTO	FECHA
INVITACIONES A LA RUEDA DE PRENSA	\$50,00	Las invitaciones se enviarán el 15 de
CATERING SERVICE	\$200,00	septiembre y la rueda
REFRIGERIO	\$100,00	de prensa se llevara a
AMPLIFICACIÓN	\$50,00	cabo el 27 de
TOTAL	\$400.00	Septiembre



3.3.6. BRIEF DE LA BTL “CARRERA ATLÉTICA”.

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN
Brief de la estrategia
Plan de IMC360° de Noviembre 2013

Nombre de la Carrera: 5K SEÑOR DE GIRÓN
Slogan: Un recorrido de Cultura y Tradición

Descripción: El gobierno autónomo descentralizado del Cantón Girón realizara la primera competencia atlética de resistencia “5K SEÑOR DE GIRÓN”, pensada en un público masivo del cantón Girón usando medios de comunicación ATL, BTL, Digital y Relaciones Publicas, se espera la participación de 1000 atletas que competirán en 7 categorías tanto en damas como en caballeros, además de la asistencia de los ciudadanos en general; esta actividad deportiva incentiva a la ciudadanía al deporte y a afianzar lazos con su Gobierno.

Target: Son hombres y mujeres entre los 6 y 60 años, deportistas, estudiantes, profesionales, oficinistas o amas de casa, ciudadanos del cantón Girón, que les guste practicar deporte y actividades al aire libre, que pertenecen a los niveles socioeconómicos alto, medio alto, medio típico.

Objetivo Comunicacional: Posicionar al GAD de Girón como ente preocupado por el desarrollo del cantón, en favor del bienestar del pueblo y de su salud, incentivando al deporte mediante la carrera atlética, como actividad integradora y cultural en la festividad más importante del Cantón promoviendo la participación del 10% de la población de Girón en el año 2013-2014.

Soporte del objetivo Comunicacional: El deporte incentiva la salud física y mental manteniendo vivas las tradiciones.

Tono de la comunicación: Manejar un lenguaje sencillo incluyendo temas culturales y tradicionales del cantón “LA FIESTA DE LOS TOROS”.

Elementos ejecucionales obligatorios: Colores azul, blanco y verde que representan al cantón Girón, el Toro como el icono representativo de las festividades.

Organizador: “GAD de Girón” con su logo.
Nombre de la Carrera: 5K SEÑOR DE GIRÓN
Slogan: Un recorrido de Cultura y Tradición

Recursos	Presupuesto	Responsable
Estrategia ATL	3350,00	S&M Eventos
Estrategia BTL	605,00	S&M Eventos
Estrategia Digital	400,00	S&M Eventos
Estrategia de Relaciones Publicas	400,00	S&M Eventos
TOTAL	4755,00	



CAPITULO IV

4. PLANIFICACIÓN DE LA CARRERA ATLÉTICA

4.1. Lineamientos de la carrera atlética

Para la organización de la carrera atlética se consideró realizar antes de la gran FIESTA DEL SEÑOR DE GIRÓN como el acto que dé inicio a esta celebración.

El evento deportivo se llevara a cabo el día domingo ya que es un día de descanso, de distracción, dedicado a actividades al aire libre y la familia.

Fecha del evento:domingo 20 de octubre (fecha tentativa)

Hora: 09H00 am.

Lugar de Concentración: (Ver Anexo 9)

- Punto de Salida: Calle Juan Vintimilla y Andrés Córdova
- Recorrido: El trayecto de la carrera es de 5 km y se realizar por la siguientes calles del Cantón empezando por la calle Juan Vintimilla, Julio Calle, Arturo Sandes, José Guaricela, Ricardo Torres, Av. Cuenca, Luciano Vallejo, Raúl Vallejo, Simón Bolivar, Andrés Córdova, 3 de Noviembre, Luis Arce, Antonio Flor, retomando la calle Andrés Córdova, Arturo Sandes, Leopoldo Peñaherrera y finalizando en calle Juan Vintimilla
- Distancia: 5 Kilómetros

Sugerencias y reglamento

En este documento se redactara una guía que ayudara a los participantes a tener claro las reglas establecidas por los organizadores y algunas



sugerencias para evitar contratiempos y el evento se desarrolle son absoluta normalidad. **(Ver Anexo 10).**

Premios y categorías:

Se premiara económicamente a los 3 primeros lugares de las 6 categorías tanto de género femenino como masculino y se les otorgara una medalla de acuerdo al lugar en el que se ubiquen, se entregara un total de 12 trofeos, 12 medallas de oro, 12 de plata, 12 de bronce.

	Primer Lugar	Segundo Lugar	Tercer Lugar
Trofeo	✓		
Medalla	✓	✓	✓

Los premios económicos se entregaran para las distintas categorías distribuidas por edades, género, y se entregara un trofeo y premio económico de \$1000 a la institución que tenga mayor número de participantes que hayan llegado a la meta de la siguiente manera:

Descripción de premios económicos

CATEGORÍAS		EDAD	GÉNERO	1er. Lugar	2do. Lugar	3er. Lugar	Total
Guaguas		6-10	2	200,00	100,00	80,00	760,00
Cholit@s		11-15	2	250,00	150,00	100,00	1000,00
Lecher@s		16-20	2	300,00	200,00	150,00	1300,00
Achiras	Retos	21-34	2	360,00	300,00	200,00	1720,00
Platilleras	Toros	35-46	2	260,00	180,00	120,00	1120,00
Guías	Cuentayos	47- en adelante	2	250,00	180,00	120,00	1100,00
Institucional		Libre elección	1	1.000,00			1000,00
		TOTAL	13	2.620,00	1.110,00	770,00	8000,00



4.2. Negociación y Trámites a realizarse para la carrera atlética

Para la realización de este evento en el Cantón Girón, se adquirirá con los respectivos permisos otorgados por los entes públicos y los auspicios necesarios de entes privados.

- Municipalidad
- Policía Nacional
- Cuerpo de Bomberos
- Cruz Roja
- Intendencia
- Contratos con auspiciantes
- Otros

4.3. Logística

a. Medición y Certificación de la ruta

Se solicitará la aprobación de la municipalidad del cantón Girón para que realice la respectiva medición de los 5 kilómetros que se propone en la carrera atlética y a su vez aprueben la misma.

b. Inscripciones

1. Elaboración de la ficha de inscripción
2. Captura de inscripciones a través de:
 - ✓ WESTERN UNION (Arenal- Cuenca),(Girón)
 - ✓ Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Girón (Girón)
 - ✓ Gobierno Descentralizado del Cantón Girón (TESORERÍA)

c. Preparación y entrega de Kits

1. Lugar donde el organizador los solicite o directamente en las oficinas del GAD de Girón,



2. Preparación de kits para los competidores antes de la carrera, incluyendo:

- ✓ Números
- ✓ Seguros
- ✓ Camiseta
- ✓ Medalla
- ✓ Bolso
- ✓ Regalos de auspiciantes

d. Recursos materiales para la carrera atlética

a) Salida-Meta

- ✓ Vallas de contención
- ✓ Alfombras
- ✓ Reloj digital y cronometro
- ✓ Arcos de Salida y Meta
- ✓ Carpas
- ✓ Montaje de publicidad de patrocinadores
- ✓ Podio

b) Equipo de sonido, amplificación

c) Abastecimientos en ruta y meta

- ✓ Posible auspiciante Vivant con carpa de hidratación en el km 2.5 y en la llegada de la carrera.
- ✓ En la meta se entregara el chip por parte de deportista y se le obsequiara el kit pos-competencia.

d) Renta de Radios para equipo de logística y organización

e) Señalización de kilómetros y transito

f) Camioneta de seguridad

g) Mesas y Sillas

h) Guardarropa y fundas

i) Cámara Fotográfica del evento



e. Recursos humanos para la carrera

1. Comité Organizador(**Ver anexo 11**)
2. Inscripciones
3. Cronometradores
4. Voluntarios
5. Jueces invitados
6. Personalidades para premiación
7. Guardarropa
8. Servicio medico
9. Animador
 - ✓ Mono Candela (Locutor de la Suprema Estación)
10. Artistas
 - ✓ Gerardo Moran
 - ✓ Manuelito Duchi
 - ✓ Santiago Illescas(Hombre Voz)
11. Grupos Invitados

f. Durante el evento

- a) Captura de fichas de inscripción
- b) Un cronometro digital gigante
- c) Cronometraje de salida y meta de los participantes
- d) Jueces para verificar y respaldar el evento.
- e) Listado de resultados inmediato para prensa, premiación y competidores
- f) Premios en especie (trofeos y medallas) y dinero \$8000.00

g. Después del evento

- a) Impresión de resultados por parte de Silvio Guerra Sports (certificados de tiempo)



- b) Publicación de resultados por Internet pagina
 - ✓ <http://www.silvioguerrasports.com/sgsp/index.php/resultados>
 - ✓ <http://www.giron.gob.ec/>
- c) Gran show artístico
- d) Danzas
- e) Festival Gastronómico
- f) Premiación

4.4. Evaluación del Evento realizado por el GAD de Girón

La evaluación del mismo se medirá mediante los siguientes ratios:

1. **Valoración de Inscripciones = #de Inscritos /Objetivo 10% de la población**
Meta:100%
2. **Reconocimiento del Organizador= Respuesta positiva/Muestra de Encuestados**
Meta:100%
3. **Comentarios en Redes Sociales= Comentarios positivos/ Total de Comentarios**
Meta:80%
4. **Variación de Inscripciones= Inscripciones 2ª Edición /Inscripciones 1ª Edición**
Meta: 150% el número de inscritos



4.5. Presupuesto

Para la elaboración del presupuesto se ha tomado en cuenta el segmento y los objetivos del GAD de Girón, así como los posibles auspiciantes. **(Ver anexo 12 y 13)**

RESUMEN INGRESOS Y GASTOS		
INGRESOS		52.333,00
GASTOS		44.433,93
TOTAL		7899,07

4.6. Acciones de Contingencia

1. HIDRATACIÓN

Contaremos con puestos de abastecimiento de agua para los atletas en el 2.5 Km. necesaria para cualquier deshidratación, los puntos son los siguientes:

1.- Hidratación en el Km 2.5 en la calle Luciano Vallejo entre Simón Bolívar y Raúl Vallejo

2.-Llegada Juan de Vintimilla y Andrés Córdova (km. 5)

2. PRIMEROS AUXILIOS

- ✓ Se instalarán dos puestos de primeros auxilios de la Cruz Roja, uno en el Km 2,5 y el otro en la llegada
- ✓ Se contará con el resguardo del Benemérito Cuerpo de Bomberos a la salida y llegada de la carrera.
- ✓ Se contará y dispondrá de la colaboración de la Policía Nacional, Ejército ecuatoriano, Bomberos, Cruz Roja, Guardia Ciudadana, Empresa de Seguridad privada, antes y después de la carrera, además con algunas instituciones educativas que darán más realce a la carrera y que estamos difundiendo.



3. SEÑALIZACIÓN

La señal ética estará en cada kilómetro, y cada vía transversal será cerrada con cinta amarilla o vallaje de acuerdo a la disponibilidad del espacio. Para este tema se contará con el apoyo de instituciones educativas que estarán como protocolo y seguridad voluntaria del evento.

4. COMUNICACIÓN

Se mantendrá una comunicación permanente antes y durante la carrera. Se contará con celulares y radios Motorola, que estarán ubicados en la salida, llegada y puntos estratégicos para circunstancias emergentes.

5. LLEGADA

Para la llegada los participantes largaran todo el trayecto de la carrera de acuerdo al croquis adjunto en su kit de inscripción y llegarán a la explanada de la Plazoleta de la Escaramuza e inmediatamente a un sitio estratégico para:

- Entrega de chips
- Entrega de kits post competencia (acorde a incentivos de auspiciantes)

6. CONFIRMACIÓN DE ASISTENCIA

Se confirmara viajes, hospedaje y asistencia de todos los artistas, invitados al evento, voluntarios, policía nacional, bomberos, cruz roja, instituciones educativas, autoridades del GAD de Girón, auspiciantes y colaboradores



CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Este capítulo se dedicara a mostrar las conclusiones y recomendaciones obtenidas a lo largo del desarrollo de esta tesina, en el cual se muestra las oportunidades y limitantes del plan de comunicación y promoción para el GAD de Girón.

El objetivo de este proyecto era elaborar un plan de comunicación y promoción de una carrera atlética para proponer al Gobierno Descentralizado del Cantón Girón en el año 2013 con el fin de lograr afinidad entre el gobierno y sus mandantes.

Hoy en día es importante utilizar herramientas mercadotécnicas que mejore la productividad y la competitividad no solo de empresas privadas si no de empresas públicas. Es así que se pueden aplicar diversas estrategias de marketing para posicionar entes públicos, a sus autoridades ya que sus labores juegan un papel importante en beneficio del desarrollo sustentable del Cantón mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Girón se caracteriza por ser rico en cultura y tradición que vienen desde sus ancestros, la fiesta de los Toros del Señor de las Aguas es una de las principales festividades religiosas de la provincia del Azuay, es por eso su importancia para el GAD de Girón y su preocupación por ser partícipe de las mismas.

Al realizar un análisis de las oportunidades del plan vemos que este plan de comunicación y promoción de una carrera atlética tendrá diversos beneficios para el cantón ya que permitirá promover el turismo, dinamizará el sector terciario,



promoverá la cultura y tradición del cantón, además de influir a los ciudadanos a hacer deporte y mantener una vida sana.

Para el diseño de la estrategia creativa se ha tomado en cuenta ciertos elementos de la cultura de Girón que buscan darle originalidad a la campaña y generar pertenencia en los ciudadanos de Girón.

Se pretende llegar a un público masivo usando medios de comunicación ATL, BTL, Digital y Relaciones Publicas con un mensaje claro, sencillo y en concordancia con el GAD de Girón, sus objetivos y la ciudadanía en general.

Al ser el público objetivo los ciudadanos del cantón Girón, mediante la investigación exploratoria pudimos descubrir que los medios ATL “la prensa y la televisión” no tendrían gran impacto ya que no son medios usados frecuentemente y estos solo incrementarían los costos al plan.

RECOMENDACIONES

Es importante que estos eventos que promueven el deporte y el buen vivir de cada uno de los ciudadanos no se pierda la costumbre, sino que sea la primera edición y luego se vaya dando año a año extendiendo la participación del Cantón y la provincia del Azuay en general.

Un aspecto importante para que el evento deportivo tenga éxito es la planificación, coordinación, logística y control de los recursos a emplearse en este plan de comunicación para un mejor aprovechamiento de los recursos y resultados que se obtengan.

Para este evento deportivo es importante que se contrate una empresa de Cronometraje pues esto le dará mayor realce y seriedad al mismo pudiendo obtener resultados fiables durante y después del evento, la misma deberá ser contratada con la debida anticipación.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Es de vital importancia que luego de haber planificado el evento su proceso de organización y desarrollo se lleve a cabo con seis meses de anticipación puesto que al ser un evento financiado por auspicios se deberá asegurar la participación de diversas empresas, ya que al ser un evento al final de año y de cierre de presupuestos muchas empresas le será difícil participar.



BIBLIOGRAFÍA

Libros

- GROSS Richard, PSICOLOGÍA LA CIENCIA Y DE LA MENTE Y LA CONDUCTA, Tomo 1, Tercera Edición, Editorial Manual Moderno, México, 2004.
- KOTLER, Philip; AMTRONG, Gary. FUNDAMENTOS DE MARKETING. México DF. Edit. Pearson. 2003, Sexta Edición.
- KOTLER, Philip; DIRECCIÓN DE MARKETING, CONCEPTOS ESENCIALES. México. Edit. Pearson Educación. 2002.
- NARESH K. Malhotra, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Quinta Edición, PERSON Educación, México, 2008.
- RUSSELL, J. Thomas; LANE, W. Ronal; WHITEHILL KING, Karen; PUBLICIDAD. Decimosexta edición. Pearson Educacion, México, 2005
- RIVERA J., ARELLANO R., MOLERO V., CONDUCTA DEL CONSUMIDOS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS APLICADAS AL MARKETING, ESIC Editorial, Madrid, 2009.

Ponencias

- ORTIZ, Luis Alfredo. *Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.*
- CASTILLO, Juan Fernand . *Comunicación de Marketing con BTL.. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Junio de 2013.*
- GAD de Girón. *Departamento de Turismo. LA FIESTA DE TOROS DEL SEÑOR DE GIRÓN, 2011.*

Documentos en internet (Libros, Monografías, Tesis, y Trabajos de investigación)

- GOSENDE, Javier .*El método AIDA aplicado a estrategias de marketing online.abc.com.07/082012. En línea.*
- HARTLINE, Michael D. O.C. Ferrell. *Estrategia de marketing. Tercera edición. En línea. Disponible*



- **MARKETING EN EL SIGLO XXI** En línea Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com/patrocinio-y-mecenazgo-116>. Fecha de Consulta; (05/08/2013).
- Disponible en: <http://www.abc.es/20120807/local-comunidad-valenciana/abci-aida-analitica-201208071737.html> Consulta (08/08/2013)
- **ALVAREZ, Fidel. COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL MARKETING(CMI).** Mundo Administrativo, 25 de Febrero 2013. En línea Disponible en: <http://mundoadministrativo.net/comunicacion-integral-de-marketing/>. Consulta (03/08/2013)
- **ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE GIRÓN. Reseña Histórica.2010** Disponible en: http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=86
- **La hora. Azuay se proyecta como un centro industrial. Sábado, 18 de mayo de 2013.** Disponible en: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101508392#.UhUvdtI98iw>
- **Municipalidad de Girón. Lanzamiento del proyecto de la Virgen de la Asunción. 21 de Agosto de 2013** Disponible en: http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1
- **Municipalidad de Girón. El Museo “Casa de los Tratados”. 21 de Agosto de 2013** Disponible en: http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1
- **Azuay Prefectura. Vías asfaltadas del cantón Girón. 2012-06-08.** Disponible en: <http://www.azuay.gob.ec/noticias/detalles/vias-asfaltadas-del-canton-giron-presenta-una-imagen-renovadora-63/>
- **El Telégrafo. Mipro inauguró un centro de desarrollo en el cantón Girón. 9 de julio del 2013.** Disponible en: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/mipro-inauguro-un-centro-de-desarrollo-en-el-canton-giron.html>
- **INEC. Sistema integrado de encuesta de hogares** http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_religion.pdf
- **Fuente: EL MERCURIO: Pichincha y Azuay aportan con el 46% de deportistas olímpicos. 21 junio,2012. En línea. Disponible en:** <http://www.elmercurio.com.ec/337739-pichincha-y-azuay-aponan-con-el-46-de-deportistas-olimpicos.html>
- **INEC. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Modulo UT - ENEMDU Junio 2010 y Junio 2012** En línea. Disponible en: <http://www.inec.gob.ec/variosdos/UsosTiempo.pdf>
- **Fuente: Wikipedia, Cantón Girón. En línea. Disponible en:** http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Gir%C3%B3n
- **INEC. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Modulo UT - ENEMDU Junio 2010 y Junio 2012** En línea. Disponible en: <http://www.inec.gob.ec/variosdos/UsosTiempo.pdf>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- *CENSO DE POBLACIÓN Y VIVIENDA; INEC 2010 en línea disponible en:*
<http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>



ANEXOS

ANEXO 1. FIESTA DE LOS TOROS DEL SEÑOR DE GIRÓN

LA FIESTA DE LOS TOROS DEL SEÑOR DE GIRÓN

“El Cantón Girón, ubicado al sur de la provincia del Azuay, fue habitado antiguamente por pueblos cañaris. En las Relaciones Geográficas de Indias, se la llamaba Leoquina, que significa “Laguna de la Culebra”. En la zona del Incario, esta zona fue conocida como Pacaybamba. Este centro poblado mantiene mucha tradición en sus costumbres religiosas. La Fiesta de Toros del Señor de las Aguas de Girón, es una de las más importantes de la provincia del Azuay y posiblemente, del país.



La fiesta es muy antigua y conserva mucha tradición. En esta festividad, se venera una gran escultura de Cristo Crucificado que se encuentra en la Iglesia de Girón y que tiene un gran valor artístico. La fiesta de Toros gira en torno a la casa del Prioste que, generalmente es de lugares cercanos: Santa Marianita, Zapata, San Vicente, Bellavista, Zhatazhi y otros.

La población de Girón y de la provincia del Azuay, considera a esta imagen muy milagrosa para atraer las aguas a los campos sembrados. Venerar a la imagen para atraer sus bendiciones sobre los cultivos y los animales de pastoreo, es el motivo principal de la fiesta.



La duración de la fiesta depende del número de Priostes. El generoso auspicio y financiamiento de los emigrantes, priostes de la fiesta, ha permitido que la fiesta siga creciendo. Son 6 semanas de fiesta. De cada semana de fiesta es responsable un Prioste principal llamado “Fiesta Alcalde” y dos Priostes secundarios o ayudantes, conocidos como “Incierros izquierdo y derecho”.

Los priostes se organizan con mucha anticipación. En sus casas, se engordan con suficiente tiempo, gallinas, cuyes, cerdos y algunos toros para sacrificarlos el día principal de la fiesta.

El “Incierro derecho” se encarga de organizar las comparsas de los disfrazados y de contratar a los músicos acompañantes. El “Incierro Izquierdo”, organiza el grupo de “contradanza”, o de las comparsas de bailarines.



Esta fiesta tiene actividades propias cada día de la semana. El martes, es el día de “servicio” o de “uyanzas”. Familiares y amigos acuden a la casa del Prioste con regalos de alimentos, que serán utilizados durante los días de fiesta.

Antiguamente, las “uyanzas” eran un ritual anual de redistribución. El miércoles, “Llamada de la Chirimía” entonada por músicos contratados.

Por la tarde, priostes, músicos y acompañantes van a la Iglesia a recibir del sacristán, la urna con el Señor de Girón y el bastón de mando, como símbolo de poder. Se denomina “mover al Señor”.

El jueves es el día en que los Guías ensayan las figuras y movimientos que harán durante el juego de la escaramuza. En el día viernes, los “Guías” son los principales protagonistas de la fiesta. El sábado es el principal día de fiesta. Comienza con el “albazo” tocado por el “Maestro Chirimía” y otros músicos en las primeras horas de la mañana.



A las siete de la mañana, ofrecen al “Fiesta Alcalde” el toro que va a ser sacrificado.

El ruido de cohetes, música de la chirimía, el redoblante y la algarabía de los jóvenes, asustan al toro. Finalmente logran atraparlo.



El altar con la imagen del Señor de Girón está arreglado en el exterior de la casa del prioste, en el lugar donde se sacrificará al animal.

La sangre del animal es tomada por el “Fiesta Alcalde”, los “Guías” y los concurrentes. Muchos creen que al tomarla, asimilarán la fuerza y energía del animal.



En este ritual sólo pueden participar los “Señores de la Escaramuza”. El “Guía Mayor” procede a sacar entera la médula espinal del animal, y una membrana llamada “pañuelo” que una vez secada, es colocada por el “Guía Mayor Izquierdo” sobre los hombros y cabeza de la esposa del prioste.

La médula es amarrada en el cuello del Prioste, en forma de corbata.



Los protagonistas de esta fiesta forman dos bandos de “Guías” y de “Cuentayos”. Con el pesado cuero del animal y encabezados por la chirimía y el redoblante, realizan una serie de figuras de distintas formas. Tratan de representar al animal como si estuviera vivo y corren a toda velocidad tratando de embestir a la gente.



En las casas de los otros Priostes: “Incierno Izquierdo y Derecho” ocurren actividades parecidas. En la casa del prioste principal, el cuarto donde está la imagen del Señor de Girón, ha sido arreglado como si fuera una capilla.

Cumplidos los actos sociales, todos salen en procesión hacia Girón para la misa de las siete de la noche.

Finaliza el desfile con el Fiesta Alcalde rodeado de sus “Incierros” con sus bastones de mando y seguidos por los “Guías Mayores” en caballos elegantemente enjaezados y formando dos hileras. Al llegar a Girón, recorren varias calles y son admirados por la población.



El domingo, el “Fiesta Alcalde” con sus “Incierros”, los “Guías” y los “Señores de la Escaramuza” bajan desde su casa hasta el pueblo en un desfile a caballo. Les acompañan los disfrazados y los músicos que bailan y dan vueltas por la plaza central.



Al terminar la misa, la imagen del Señor de Girón recorre varias calles, y regresa a la Iglesia para ser depositada en el altar.

Regresan al atrio de la Iglesia acompañados por dos nuevos personajes: la “Loa” y el “Reto”. La niña que hace de “Loa” declama un poema de alabanza al Señor de Girón.

A continuación interviene el “Reto”, montado a caballo y vestido de militar, usa una careta y otras veces se maquilla con grandes patillas y bigote. Lleva charreteras,



un sable, gafas y enormes espuelas. Su intervención es una crítica a la sociedad, a las autoridades y finaliza vivando al Señor de Girón, al sacerdote y a los priostes.

El lunes, es el día de los “Guías”. Después de la misa en su honor, los “Guías” llevan en andas la imagen de la Iglesia y realizan una importante procesión. Luego del almuerzo, se dirigen al pueblo montados a caballo para el “Juego de la Escaramuza”, en el cual son los principales protagonistas. Una vez en la plaza, realizan una serie de figuras.

La duración de las semanas de fiesta dependerá del número de Priostes anotados. El éxito de la fiesta depende del número de priostes que quieran auspiciarla. La mayoría de ellos son emigrantes que viven en Estados Unidos, especialmente en Nueva York. Se organizan entre los nativos de Girón,



seleccionan a los que serán los “Fiesta Alcalde” e “Incierros” y escriben a sus familiares de Girón, para que les anoten para “coger la fiesta”. Los priostes inscritos regresan a su pueblo solo para pasar la fiesta.



Además de la gran devoción que despierta esta imagen entre los priostes y la población, en general, hay un fuerte deseo, aunque no expresado directamente, de mostrar su progreso económico en Estados Unidos, a través del agasajo a sus amistades y familiares. El deseo de mejorar de status y alcanzar prestigio es una motivación muy importante. Por ello, mientras más generosidad demuestre en los gastos en comida, bebida, juegos pirotécnicos, música, etc, mayor admiración y prestigio tendrá en su comunidad.

En el caso del Señor de Girón, el sacrificio podría ser en homenaje y agradecimiento. Los Priostes comentan que lo hacen por devoción, porque “El Señor de Girón cumplió con nosotros al llevarnos a Nueva York, nosotros también cumplimos nuestra palabra de hacerle la fiesta”. Es decir, el valor del sacrificio estaría en estrecha relación con el beneficio conseguido.

Los “Priostes” son personas conocidas y respetadas en su localidad. El costo de la fiesta, aumenta en forma permanente. Los “priostes” tienen una cómoda situación económica.

Se cree que mientras más gastos hagan los priostes, más recompensas y bendiciones divinas recibirán en las actividades que emprendan, especialmente agrícolas. Los abundantes regalos en alimentos entregados por vecinos y familiares al prioste principal de la fiesta, es una muestra de solidaridad y generosidad, muy apreciadas en la cultura campesina.

La fiesta del Señor de Girón, permite relacionar a parientes y personas que viven alejados. De allí que algunas parejas se enamoraron y casaron. Esto se da



especialmente entre los jóvenes de la “Escaramuza”, el “Reto”, los “Guías”, con las “Platilleras” y otras jóvenes que asisten a los diferentes actos en casa del Prioste. Esta oportunidad es más propicia durante el baile o los distintos juegos en los que los muchachos son admirados por las jóvenes por su valentía en agarrar al toro, darle muerte o en montar briosos caballos. No solo los “Priostes” logran prestigio dentro del grupo, también las personas que realizan trabajos especializados que exigen destrezas y conocimiento: los “Guías”, el “Reto”, las “Platilleras”, etc.



En la Fiesta de Toros en honor del Señor de Girón, como en otras, se observa claramente el campo de lo sagrado y de lo profano que con frecuencia se encuentran estrechamente unidos. La velación, la misa, la procesión, constituyen las prácticas rituales más importantes.



La mayor riqueza de la “Fiesta de Toros” es el simbolismo de sus ritos. La fiesta se celebra en la época de siembras, porque se necesita de lluvias para fertilizar la semilla. Posiblemente, esta fiesta es un recuerdo de la costumbre española de las corridas de toros que se realizaban desde tiempos remotos en los pueblos andinos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

El toro tendría, en el caso de Girón, los atributos de un animal sagrado, porque se lo consagra a la divinidad, al Señor de Girón, ya que todo el rito de la persecución y matanza del toro se hace delante del altar de la imagen.

La Fiesta de Toros del Señor de Girón es una fiesta religiosa popular de profundo significado y gran riqueza cultural que tiene que ver con las tradiciones de antaño de Girón, ahora una fiesta vinculada al fenómeno migratorio, muy fuerte en la provincia del Azuay y, concretamente al Cantón Girón.”¹⁴

¹⁴GAD de Girón. Departamento de Turismo. LA FIESTA DE TOROS DEL SEÑOR DE GIRÓN, 2011.



ANEXO 2. PRINCIPALES OBRAS DEL CANTÓN GIRÓN

- **Centro Eco productivo.**-*“Con el objetivo de dinamizar su actividad industrial de una manera ordenada la Prefectura del Azuay, el sector empresarial y el Municipio de Girón, presentaron el proyecto centro eco productivo Girón, con el que se espera generar 13.882 puestos de trabajos directos y 3.471 indirectos a nivel provincial.”*¹⁵
- **Lanzamiento del proyecto de la Virgen de la Asunción.**- *“El día 15 de Agosto, el Sr. Jorge Duque Illescas ALCALDE DE GIRÓN junto al GAD Municipal, realizaron el Lanzamiento del Parador Turístico de la Mama Ashuca, dando a conocer la Construcción de la misma en el Cerro San Alfonso. Presupuesto: \$ 57.000.00”*¹⁶
- **El Museo “Casa de los Tratados”.**-*“Creado con el propósito de mantener latente las hazañas de nuestros héroes, en el que se suscribió el Tratado de Paz y Límites entre Perú y la Gran Colombia el 28 de febrero de 1829, luego de la victoriosa “Batalla del Portete de Tarqui” suscitada el día 27 del mismo mes y año. En la actualidad, gracias al aporte del Sr. Jorge Duque Illescas, alcalde del Cantón Girón, con un monto de 15 mil dólares, para la obra de fundición de la loza, en el Museo Casa de los Tratados, se podrá tener una mejor imagen y utilidad de esta instalación.”*¹⁷
- **Vías asfaltadas.**- *“La prefectura del Azuay avanza continuamente mejorando la vialidad del cantón Girón, hasta la actualidad a nivel de carpeta asfáltica se ha trabajado en una longitud de 4,23 km. En diferentes*

¹⁵ La hora. Azuay se proyecta como un centro industrial. Sábado, 18 de Mayo de 2013. Disponible en:<http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101508392#.UhUvdtl98iw> Consulta (21/08/2013)

¹⁶ Municipalidad de Girón. Lanzamiento del proyecto de la Virgen de la Asunción. 21 de Agosto de 2013 Disponible en:http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1 Consulta (21/08/2013)

¹⁷ Municipalidad de Girón. El Museo “Casa de los Tratados”. 21 de Agosto de 2013 Disponible en:http://www.giron.gob.ec/index.php?option=com_content&view=frontpage&Itemid=1 Consulta (21/08/2013)



sectores de esta jurisdicción con una inversión que sobrepasa los 750.000 dólares.”¹⁸

- **La reconstrucción del coliseo, Esteban Lucero.**- *“El proyecto consiste en la refacción total del escenario deportivo, entre ellos adecuación de los graderíos, baños, camerinos, implementación de dos canchas en los exteriores, parqueadero, baños, acceso para personas con discapacidad, reparación del techo, paredes, instalaciones eléctricas, de agua potable y más. La inversión en la obra es de 502.000 dólares.”*¹⁹
- **Festival de la achira.**- En el mes de junio con la participación de más de 15 stands se llevó a cabo el III Festival de La Achira, organizado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Girón.
- **El Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).**- *“inauguró en Girón, provincia del Azuay, un Centro de Desarrollo Empresarial y Apoyo al Emprendimiento (Cdeae). Con la presencia del alcalde de Girón, Jorge Duque, y de autoridades locales, se dio la apertura de la oficina. El Ministerio invirtió \$10 mil dólares en la adquisición de 6 computadoras, mobiliarios, señalética, capacitaciones técnicas y la instalación del software ERP.”*²⁰

¹⁸ Azuay Prefectura. Vías asfaltadas del cantón Girón. 2012-06-08. Disponible en: <http://www.azuay.gob.ec/noticias/detalles/vias-asfaltadas-del-canton-giron-presenta-una-imagen-renovadora-/63/> Consulta (21/08/2013)

¹⁹ Coliseo de Girón con el 45 por ciento de avance, Publicado el: 02/04/2013 19:56:00. Disponible en: <http://www.achiras.net/web/local/7324.html> Consulta (21/08/2013)

²⁰ El Telégrafo. Mipro inauguró un centro de desarrollo en el cantón Girón. 9 de julio del 2013. Disponible en: <http://www.telegrafo.com.ec/regionales/regional-sur/item/mipro-inauguro-un-centro-de-desarrollo-en-el-canton-giron.html> Consulta (21/08/2013)



ANEXO 3. FORTALEZAS

- **Religión.-** Girón es muy conocida por las fiestas católicas del señor Girón y en su honor se realiza la fiesta de los toros y otros eventos que dan renombre a la fiesta.

“El 80,44% de los ecuatorianos pertenecen a la Religión Cristiana Católica, y el 31,1% dedica una vez por semana a misas, actividades y eventos religiosos, el 21,4% una vez al mes.”²¹

- **Talento de los atletas de Girón.-** *“Con la carrera atlética Girón tendrá la oportunidad de exhibir el talento de sus deportistas. La Federación Deportiva del Azuay está en constante búsqueda de talento que integren sus diferentes escuelas de formación, prospectos que destaquen y se unan a entrenar sin ningún costo. Entre una de las principales disciplinas destaca el atletismo siendo el deporte con más éxito entre los Azuayos lo que se traduce en un 35% de participación entre las diferentes disciplinas, hasta el momento Azuay aporta con el 26% de deportistas olímpicos según estudios del Diario El Mercurio.”²²*

- **Infraestructura Vial.-** *“Para beneficio de la carrera atlética las calles del cantón Girón que serán parte de la pista, presentan una nueva imagen luego de la intervención en la zona con la colocación de asfalto por parte de la Prefectura del Azuay. Hasta el momento se ha trabajado en la colocación de carpeta asfáltica en una longitud de cuatro kilómetros con la inversión de 750.000 dólares.”²³*

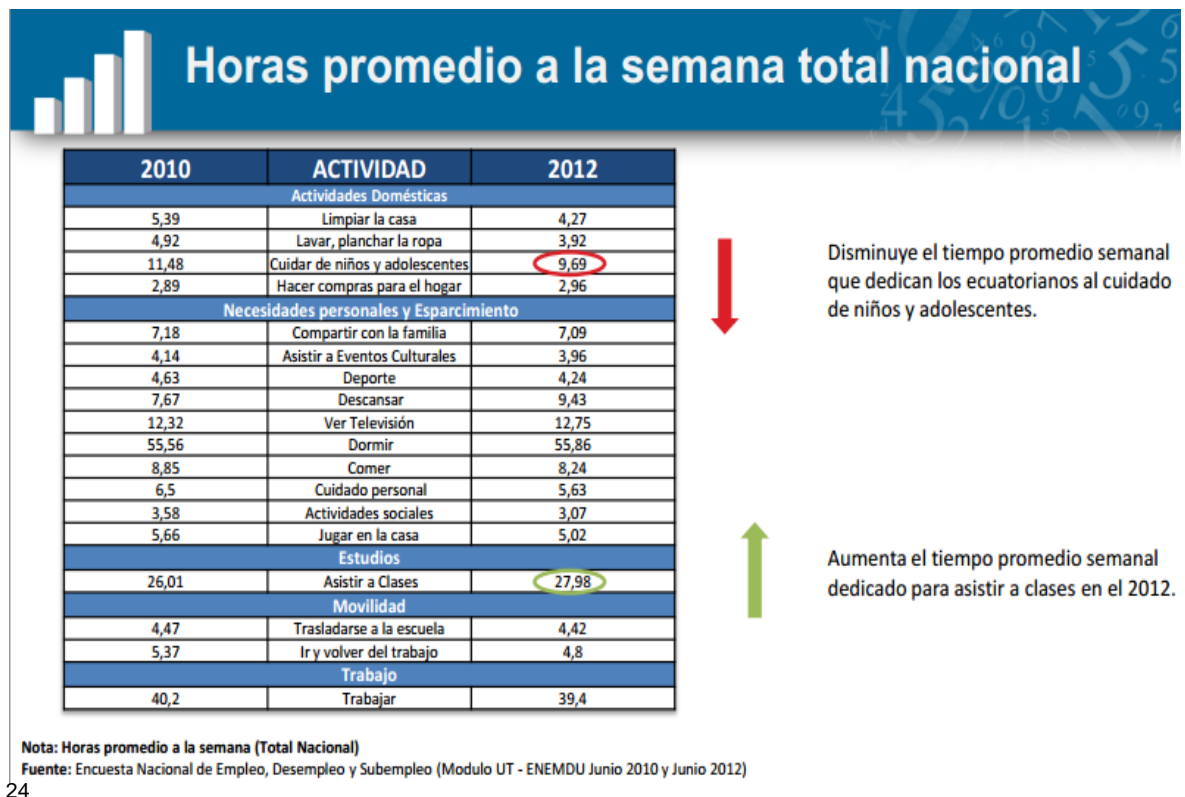
²¹INEC. Sistema integrado de encuesta de hogares http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/presentacion_religion.pdf

²² Fuente: EL MERCURIO: Pichincha y Azuay aportan con el 46% de deportistas olímpicos. 21junio,2012. En línea. Disponible en: <http://www.elmercurio.com.ec/337739-pichincha-y-azuay-aportan-con-el-46-de-deportistas-olimpicos.html> Consulta (19/08/2013)

²³ Fuente: El Tiempo, Las calles de Girón cambian de Imagen. 2012-06-13 00:00. En línea. Disponible en: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/98733-las-calles-de-gira-n-cambian-de-imagen/> Consulta (20/08/2013)



- **Calendario.-** Según el Calendario de Carreras Ecuador no hay una fecha cercana de una carrera atlética a desarrollarse en la provincia del Azuay. La última carrera atlética fue la Ultramaratón en el mes de Julio del 2013 en la Ciudad de Cuenca.
- **Influir en las personas a hacer deporte y mantenerse activos.-** Ya que cada año disminuye el porcentaje de personas que practican deporte y actividades al aire libre, la carrera atlética está pensada para influir en ese comportamiento haciendo que las personas dediquen más tiempo a actividades como el atletismo, mejorando su salud física y mental.



- **Participación General.-** Los ciudadanos del cantón Girón serán parte del evento ya sea como espectadores de la carrera atlética o como participantes de la misma.

²⁴ INEC. Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Modulo UT - ENEMDU Junio 2010 y Junio 2012) *En línea. Disponible en:* <http://www.inec.gob.ec/variosdos/Usotiempo.pdf> Consulta (19/08/2013)



- **Transporte interprovincial.-** Dentro del cantón Girón es fácil el traslado de un lugar a otro tanto a pie como vehicular. Girón también tiene buenas conexiones de acceso a la ciudad. Salidas frecuentes de transporte público como del Terminal Terrestre Sur (sector El Arenal) de la ciudad de Cuenca. Cooperativas de buses como: Girón, San Fernando, Santa Isabel, Sucre, Azuay y Rutas Orenses, Cooperativa Ciudad de los Tratados y Claquisay, Taxis.

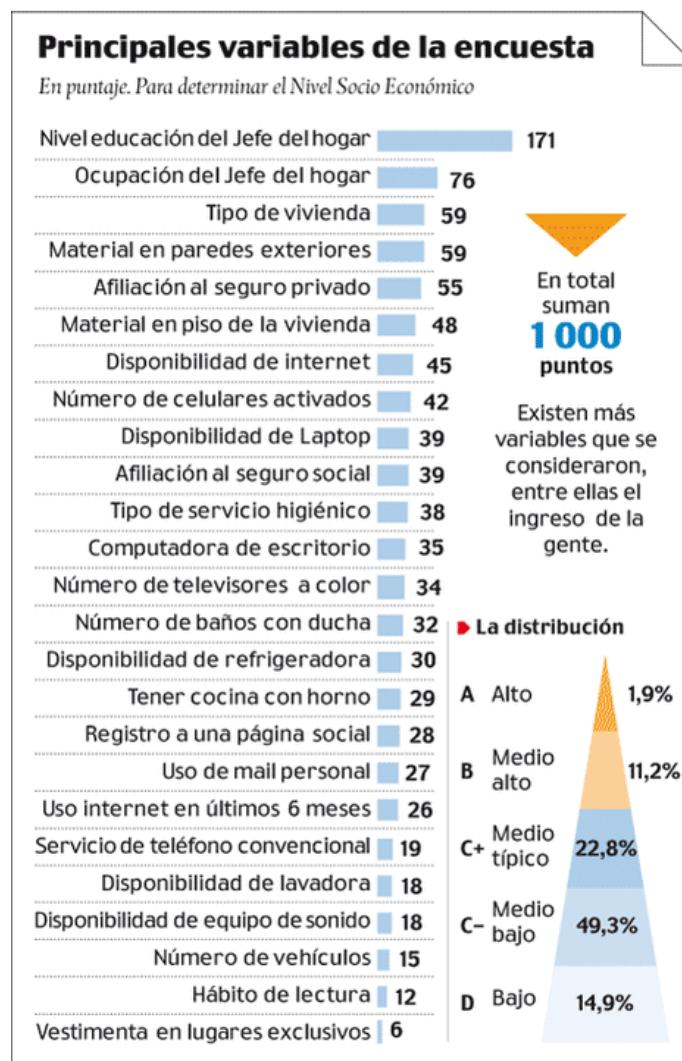
ANEXO 4. CUADRO DE CÁLCULO DE LOS POSIBLES PARTICIPANTES

	EDAD	TOTAL	GENERO	TOTAL	PARTICIPACIÓN DEPORTIVA 31,6%	ESTRATOS ALTO MEDIO ALTO MEDIO TÍPICO = 35,9%	
TOTAL DE HABITANTES 12.706 (0 - 105)	6 - 10	1390	HOMBRES	672	212	76	
			MUJERES	718	227	81	
	11 - 15	1299	HOMBRES	646	204	73	
			MUJERES	653	206	74	
	16 - 20	1273	HOMBRES	646	204	73	
			MUJERES	627	198	71	
	21 - 34	2590	HOMBRES	1151	364	131	
			MUJERES	1439	455	163	
	35 - 46	1306	HOMBRES	499	158	57	
			MUJERES	807	255	92	
	47 - 60	1389	HOMBRES	555	175	63	
			MUJERES	834	264	95	
			9247		9247	2922	1049



ANEXO 5. DATOS PARA LA MICRO SEGMENTACIÓN

En la micro segmentación que se realizó se tomó en cuenta estos datos obtenidos de una fuente del INEC publicado en el Diario el Comercio donde nos muestra la distribución por estratos del Ecuador donde se han tomado diversas variables para determinar el nivel socioeconómico llegando a una conclusión de : 1.9% pertenece a Nivel Socio económico Alto; 11.2% pertenece a Nivel Socio económico Medio Alto; 22.8% pertenece a Nivel Socio económico Medio Típico; 49.3% pertenece a Nivel Socio económico Medio Bajo 14.9 a Nivel Bajo.²⁵



Fuente: Inec / EL COMERCIO

²⁵EL COMERCIO.COM; Negocios; Disponible en línea en: http://www.elcomercio.com.ec/negocios/nivel-socioeconomico-solo-define-ingreso_0_613138794.html; Consulta :10/08/2013



ANEXO 6. DISEÑO DE MEDIOS IMPRESOS

FLAYER TIRO

GAD Municipal de Girón
INVITAN

SEÑOR DE GIRÓN
1ª EDICIÓN

Un recorrido de Cultura y Tradición

9H00
Domingo 20 de Octubre 2013
\$8.000 EN PREMIOS

Festival artístico
Animación del Mono Candela:
Manuelito Duchi
Gerardo Moran
Show del Hombre Voz (Santiago Illescas)
Grupos de Danza Invitados

Festival Gastronómico

Costo de la Inscripción:
\$10.00 General
\$6.00 niños
Entrada Show y Premiación
en el Coliseo Esteban Lucero del Cantón Girón
\$ 5.00 Publico General

61 la empresa, estación
AZUAY PREFECTURA
Vivant
S&M EVENTOS



FLAYER RETIRO

DIAGRAMA DE RECORRIDO

punto de hidratación

cruz roja

policia

CATEGORIAS

EDAD	FEMENINO	MASCULINO
6-10	GUAGUAS	
11-15	CHOLIT@S	
16-20	LECHER@S	
21-34	ACHIRAS	RETOS
35-46	PLATILLERAS	TOROS
47- EN ADELANTE	GUIAS	CUENTAYOS
INSTITUCIONAL	LIBRE ELECCIÓN	LIBRE ELECCIÓN

Inscripciones
 WESTER JUNIOR
 Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Girón
 Oficinas del GAD de Girón (TESORERÍA)
 Consorcio de la Cuenca del Río Jubones

PASA CALLE

GAD Municipal de Girón INVITAN

SEÑOR DE GIRÓN

5K DE GIRÓN

1ª EDICIÓN

Un recorrido de Cultura y Tradición

9H00

Domingo 20 de Octubre 2013

\$8.000 EN PREMIOS

Festival artístico

Animación del Mono Candela:
Manuelito Duchi
Gerardo Moran
Show del Hombre Voz (Santhiago Illescas)
Grupos de Danza Invitados

Festival Gastronómico



AFICHE

GAD Municipal de Girón INVITAN

SEÑOR DE GIRÓN
1ª EDICIÓN
Un recorrido de Cultura y Tradición

9H00
Domingo 20 de Octubre 2013
\$8.000 EN PREMIOS

Festival artístico
Animación del Mono Candela:
Manuelito Duchi
Gerardo Moran
Show del Hombre Voz (Santiago Illescas)
Grupos de Danza Invitados

Festival Gastronómico

COSTO de la Inscripción:
\$10.00 General
\$6.00 niños
Entrada Show y Premiación en el Coliseo Esteban Lucero del Cantón Girón
\$ 5.00 Público General

Inscripciones
WESTER JUNIOR
Cooperativa de Ahorro y Crédito Señor de Girón
Oficinas del GAD de Girón (TESORERÍA)
Consortio de la Cuenca del Río Jubones

CATEGORIAS

EDAD	FEMENINO	MASCULINO
6-10	GUAGUAS	
11-15	CHOLIT@S	
16-20	LECHER@S	
21-34	ACHIRAS	RETOS
35-46	PLATILLERAS	TOROS
47- EN ADELANTE	GUIAS	CUENTAYOS
INSTITUCIONAL	LIBRE ELECCIÓN	LIBRE ELECCIÓN

AZUAY PREFECTURA **Vivant** **S&M EVENTOS**



BANNER

 **GAD Municipal de Girón**
INVITAN

SEÑOR DE GIRÓN
1ª EDICION
Un recorrido de Cultura y Tradición

9H00
Domingo 20
de Octubre 2013
\$8.000 EN PREMIOS

  **Vivant** 



CAMISETA



MEDALLA





ANEXO 7. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Definición del Problema

- Cuáles son los gustos y preferencias en medios de comunicación de los habitantes del Cantón Girón.

Determinación del Objetivo de investigación

- Identificar cuáles son los medios de comunicación con mayor audiencia de los habitantes del Cantón Girón.

Tipo de Investigación

El diseño de investigación que emplearemos será exploratorio, nos va a permitir conocer las preferencias en cuanto a medios de comunicación más usados dentro del cantón Girón y nos dará una mejor visión de cómo usar los esfuerzos comunicacionales.

Plan de Muestreo

1. **Determinación de la población objetivo**
Hombres y mujeres residentes del cantón Girón.
2. **Unidad y elemento muestral**
Las encuestas serán realizadas en el cantón Girón a hombres y mujeres que residan en el mismo.
Determinación del marco de muestreo
Debido al tiempo y a los recursos de los investigadores, se considera que un número de 50 encuestas nos dará una clara visión del objetivo.
3. **Elección de la técnica de muestreo**
Muestreo Discrecional.- Este tipo de muestreo no probabilístico nos permitirá elegir los elementos que pueden aportar información importante para el estudio.



Trabajo de Campo

El levantamiento de la información se la realizara mediante encuestas, estos cuestionarios serán aplicados directamente, es decir en una encuesta personal. La misma será aplicada a un grupo de 50 personas entre hombres y mujeres, mayores de 18 años residentes del cantón Girón.

En esta encuesta se definirá información puntual acerca de los principales medios de comunicación usados por los residentes del cantón Girón, para informarse sobre los eventos, hechos y acontecimientos del mismo.

Análisis de los resultados

Los días que se llevó a cabo la investigación fueron sábado 24 y domingo 25 de agosto del año 2013.

Genero de los encuestados		Edad Promedio
Masculino	59%	32 años
Femenino	41%	28 años

De los encuestados el 59% son hombres y el 41% son mujeres, las edades de los que fueron encuestados oscilan entre los 18 y 50 años.

Practica Deporte	
Hombres	85%
Mujeres	75%

De las personas encuestadas el 85% de los hombres practica algún deporte como aficionado o profesional, y el 75% de las mujeres encuestadas practica algún deporte.



Figura 1. Radio de mayor preferencia dentro del Cantón Girón

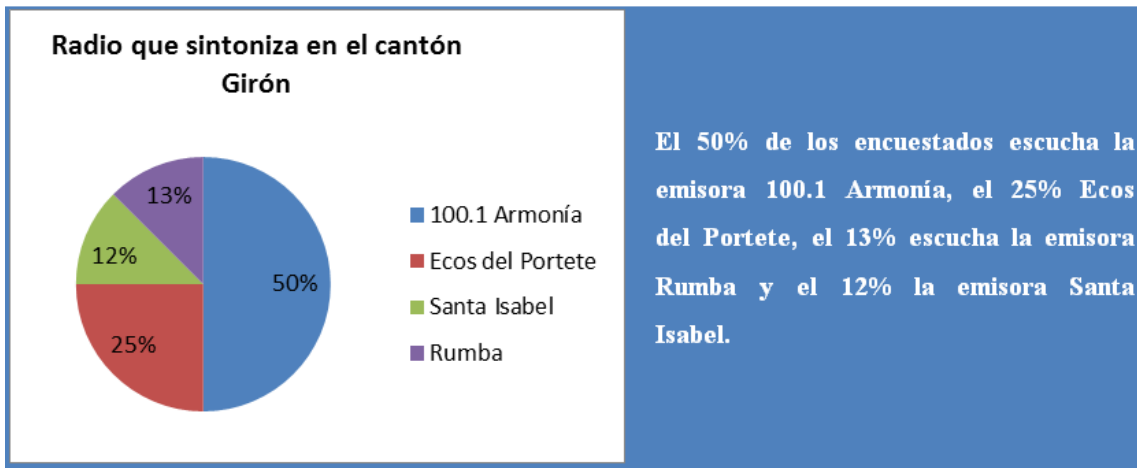


Figura 2. Radio de mayor preferencia del Cantón Girón a nivel del Azuay

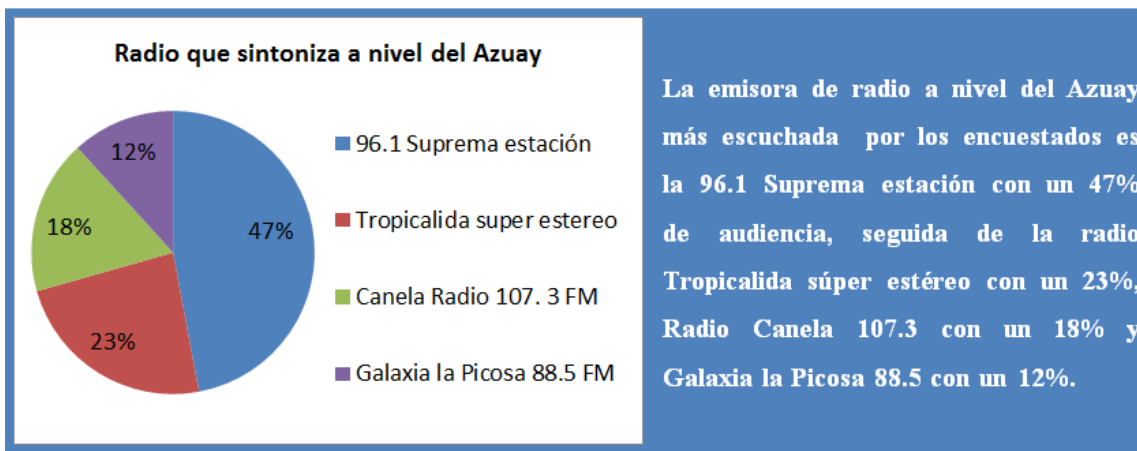


Figura 3. Periódico de mayor circulación dentro del cantón Girón

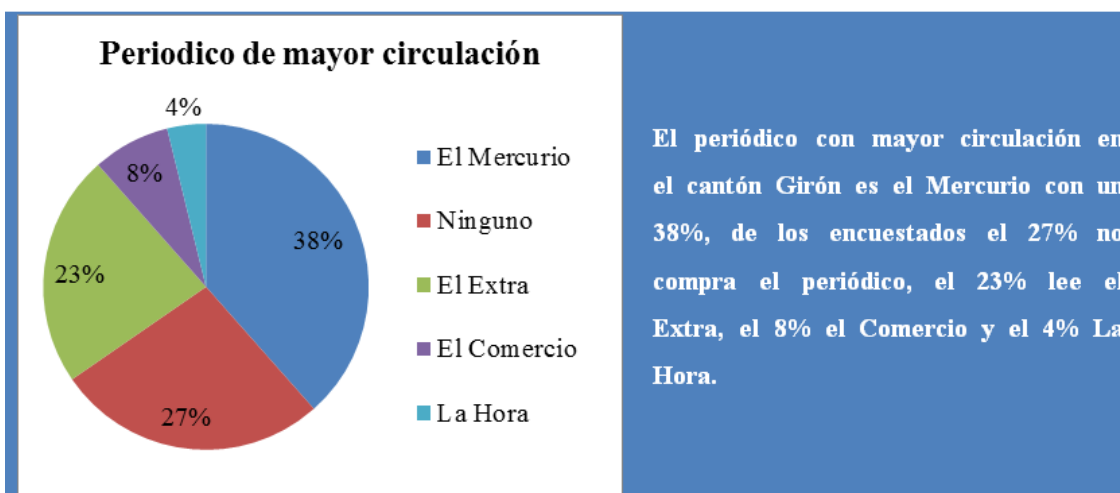
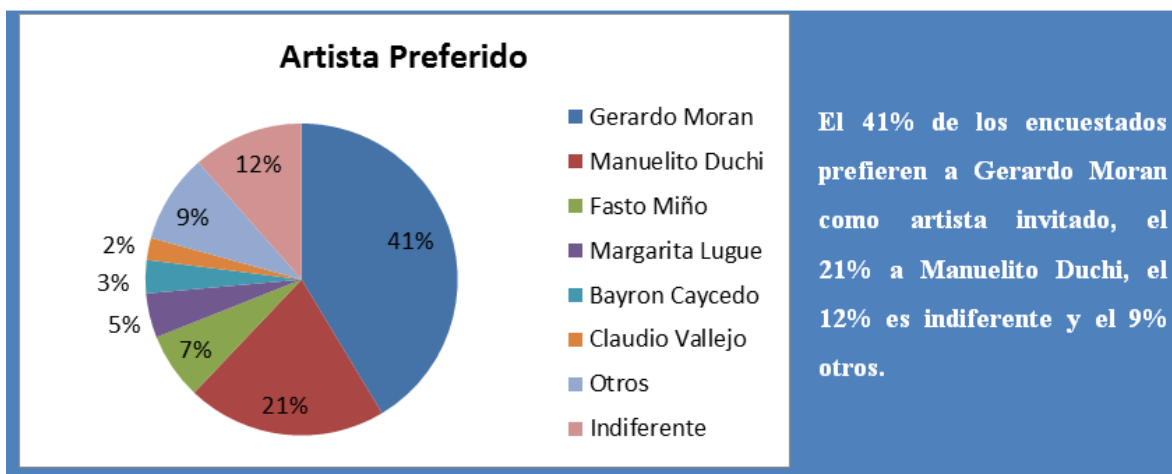




Figura 4. Medio por el cual se informa de las festividades



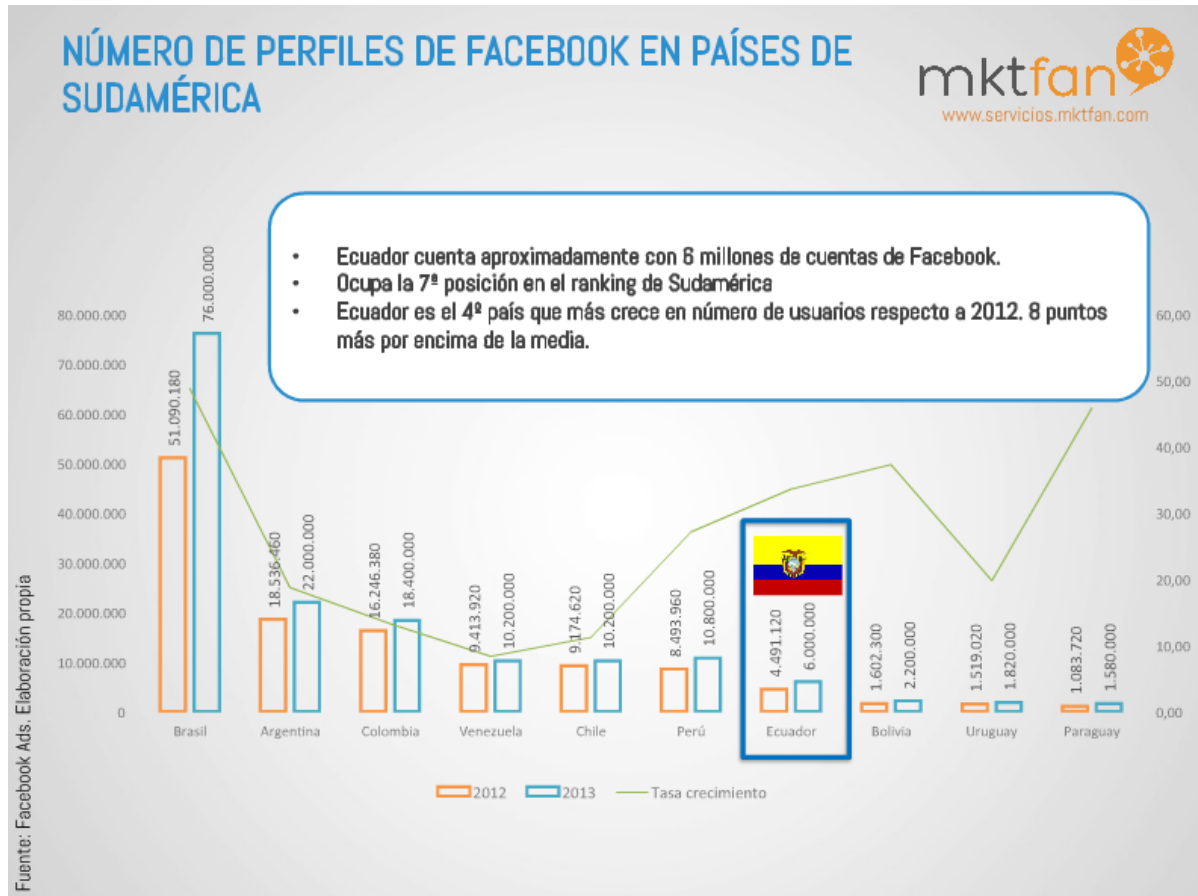
Figura 5. Preferencia de Artistas Nacionales



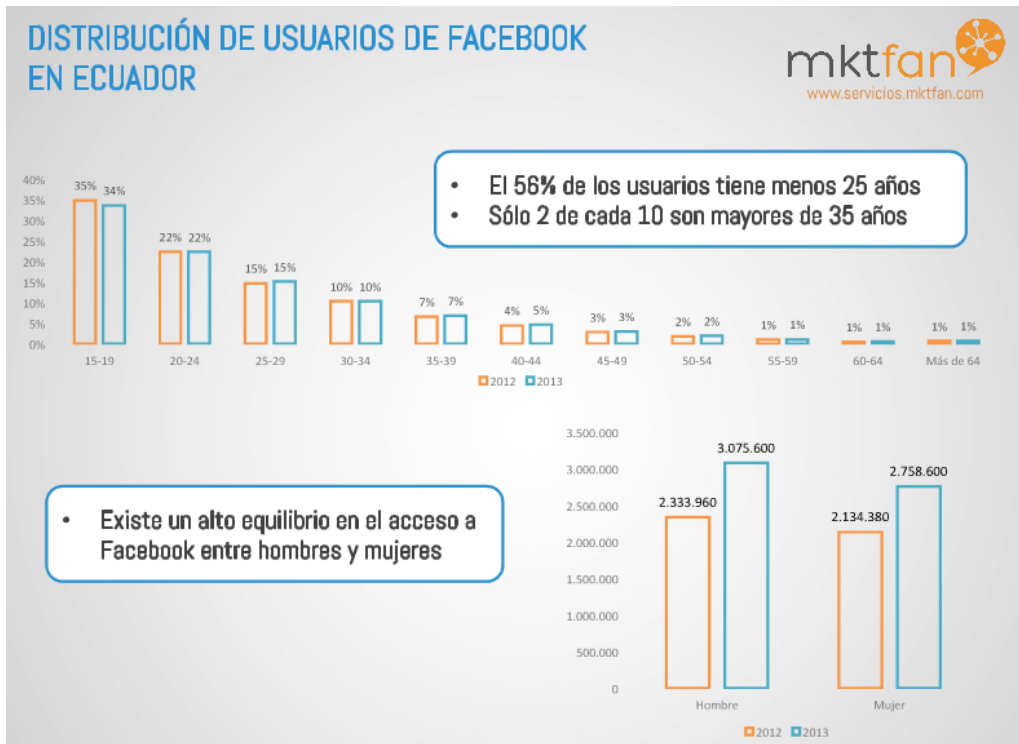


ANEXO 8. USUARIOS DE REDES SOCIALES

Es importante tomar en cuenta estos datos ya que utilizaremos la red social más utilizada en el Ecuador Facebook, de acuerdo a estudios realizados por **Mktfan** el número de usuarios en el 2013 es 6'000.000, es un número considerable y por el que hoy en día muchos lo utilizan como medio de información, es por ello que la hemos considerado en nuestro plan de medios.



Fuente: <http://www.slideshare.net/mktfan/informe-usuarios-facebookmarcasecuador2013-24291684>

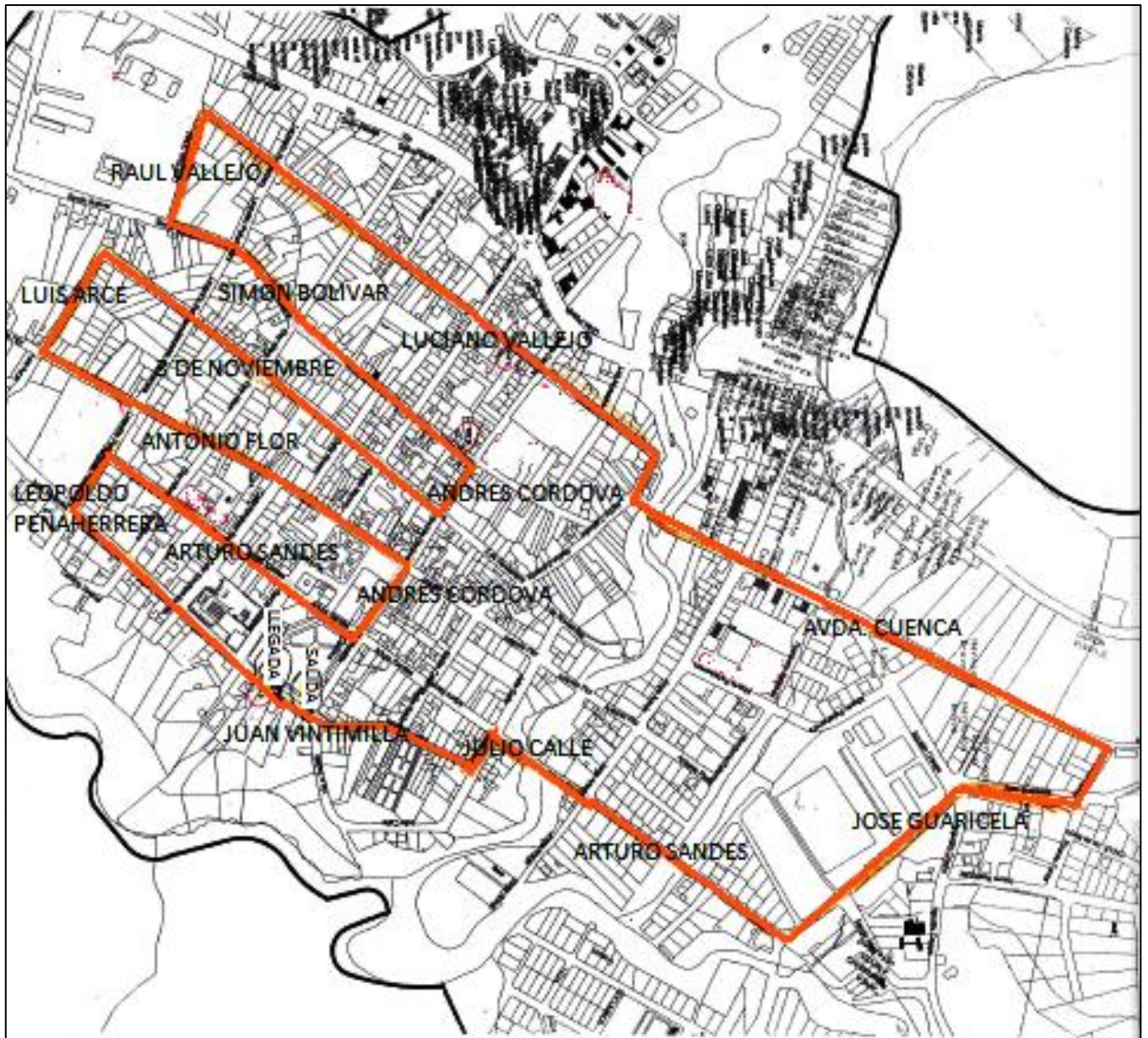


Fuente: <http://www.slideshare.net/mktfan/informe-usuarios-facebookmarcasecuador2013-24291684>

El mayor número de usuarios de Facebook oscilan entre 15-29 años de edad, no existe mayor diferencia en el año 2013 entre hombres y mujeres



ANEXO 9. MAPA DEL RECORRIDO





ANEXO 10. SUGERENCIAS Y REGLAMENTOS PARA LOS PARTICIPANTES

Sugerencias y reglas en general a tomar en cuenta por los participantes de la carrera atlética

- La concentración de los participantes deberá ser mínimo 1 hora antes de la salida. El tiempo máximo para arribo de los atletas es de 1 hora, o sea hasta las 10h00.
- Al participar en este evento, los deportistas asumen plena responsabilidad de sus gastos antes, durante y después del evento.
- Al participar de este evento, los atletas transfieren todos los derechos de uso de su imagen a la organización incluido el derecho escenario. Los derechos de televisión cualquier otro tipo de transmisión y/o la difusión, promoción por internet y cualquier medio de comunicación en cualquier momento que la organización difundiere.
- Existe puntos de atención de emergencia en el recorrido para los atletas y un servicio de apoyo médico.
- La organización no tiene la responsabilidad de los gastos médicos que el deportista tendrá durante o después de la prueba.
- La organización recomienda no llevar objetos de valor y no se hará responsable por pérdidas o daños en los mismos.
- Recomendamos exhaustiva evaluación médica antes de la participación a todos los atletas.
- La organización del evento y sus patrocinadores no son responsables por pérdidas o daños causados por los atletas en el evento a la propiedad pública, a terceros u otros participantes, son de única y exclusiva responsabilidad del autor.
- Cualquier reclamo sobre los resultados oficiales de la competencia debe hacerse por escrito a la Organización, dentro de las 24 horas después de la primera publicación de los resultados en el sitio web oficial del evento.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Los organizadores no pueden detener los accionistas que se produzcan por razones de seguridad pública, actos públicos, vandalismo y/o razones de fuerza mayor.
- Cada atleta tiene la obligación de proporcionar información veraz y verificada a la organización en el momento de la inscripción y durante todo el evento.
- Los atletas participan en este evento por libre voluntad, libera de cualquier responsabilidad a los organizadores, patrocinadores y aplicar en su nombre y sucesores.
- La organización se reserva el derecho de cambiar cualquiera de los artículos de este reglamento sin previo aviso, ya que las necesidades de información así lo requieran, ante lo cual los atletas decidirán si participa o no.
- La organización no se responsabiliza por transportación o asistencia de los atletas que decidieran no continuar en la competencia. Los atletas deberán buscar por sus propios medios de transporte.
- Los deportistas asumen y se declaran expresamente que son conocedores de su salud y su capacidad atlética, y una formación adecuada para el evento.
- La participación es individual y podrá hacerlo en una sola categoría.



ANEXO 11. COMITÉ ORGANIZADOR

COMITÉ ORGANIZADOR 7k SEÑOR DE GIRÓN

Iván Contreras
COORDINADOR GENERAL

CHOLITAS GIRONENSES
Reina y Corte de Honor (Girón)

POR DEFINIR (Silvio Guerra)
DIRECTOR TÉCNICO

Carmita Carchi
Coordinador de Diseño y Publicidad

Francisco Liud
COORDINADOR PÁGINA WEB Y REDES SOCIALES

Mónica Pasaca
COORDINADOR DE INSCRIPCIONES

Jorge Yupa
COORDINADORA DE VOLUNTARIOS

Alcalde del Cantón (Jorge Duque)
PADRINO OFICIAL DE LA CARRERA

S&M EVENTOS
PLANIFICACIÓN DEL EVENTO



ANEXO 12. PRESUPUESTO DE LA CARRERA ATLÉTICA

PRESUPUESTO DE LA CARRERA ATLÉTICA

Grafico 1. Ingresos

INGRESOS				
INGRESOS POR INSCRIPCIONES				
Edad	# Participantes	Costo Inscripción		Total
6-10 años	157	6,00	942,00	
11- en adelante	892	8,00	7136,00	
TOTAL	1049			8078,00
INGRESOS POR EVENTOS POST CARRERA				
Eventos post Carrera		Costo Entrada	Total	
Espectadores	1451	5,00		7255,00
INGRESOS POR AUSPICIANTES				
AUSPICIANTES				
1	AUSPICIANTE AA		12000,00	
2	AUSPICIANTE A1		6000,00	
3	AUSPICIANTE A2		6000,00	
5	AUSPICIANTE B1		4500,00	
6	AUSPICIANTE B2		4500,00	
7	AUSPICIANTE C1		1000,00	
8	AUSPICIANTE C2		1000,00	
9	AUSPICIANTE C3		1000,00	
10	AUSPICIANTE C3	C4	1000,00	
TOTAL			37000,00	37000,00
TOTAL INGRESOS				52333,00



Grafico 2. Gastos

GASTOS			
kit de participación	1049	5,97	6262,53
COSTO DE INSCRIPCIÓN	1049	0,25	262,25
CRONOMETRAJE			4145,55
Fichas de Inscripción			150,00
Entradas al Show			200,00
PREMIOS ECONÓMICOS			8000,00
ARTISTAS			9000,00
AMPLIFICACIÓN, ESCENARIO, DJ			3800,00
VIÁTICOS			1784,00
MEDALLAS DE PREMIACIÓN Y TROFEOS			234,60
COMUNICACIÓN ATL			3350,00
COMUNICACIÓN BTL			605,00
COMUNICACIÓN DIGITAL			400,00
RELACIONES PUBLICAS			400,00
PERDIDAS DE CHIPS			150,00
CHIPS AUSPICIANTES			250,00
IMPROVISTOS			1000,00
COSTO COMISIÓN S&M EVENTOS			4440,00
TOTAL GASTOS			44433,9

Grafico 3. Resumen Ingresos y Gastos

RESUMEN INGRESOS Y GASTOS		
INGRESOS		52333,00
GASTOS		44433,93
TOTAL		7899,07



DETALLE DE LOS GASTOS

Grafico 4. Gastos por categorías

	CATEGORÍAS	EDAD	#	1er. Lugar	2do. Lugar	3er. Lugar	Total
	Guaguas	6-10	2	200,00	100,00	80,00	760,00
	Cholit@s	11-15	2	250,00	150,00	100,00	1000,00
	Lecher@s	16-20	2	300,00	200,00	150,00	1300,00
Achiras	Retos	21-34	2	360,00	300,00	200,00	1720,00
Platilleras	Toros	35-46	2	260,00	180,00	120,00	1120,00
Guías	Cuentayos	47- en adelante	2	250,00	180,00	120,00	1100,00
Libre elección	Libre elección	Institucional	1	1.000,00			1000,00
							8000,00

Grafico 5. Kit Pre y Post competencia

KIT PRE Y POST COMPETENCIA	
medalla, camiseta, chip, bolso	
	MEDALLA 1,10
	CAMISETA 4,00
	NUMERO 0,37
	BOLSO 0,50
	TOTAL 5,97

Grafico 6. Artistas

ARTISTAS	
Gerardo Moran	5000
Manuelito Duchi	2000
Santiago Illescas	1000
Mono Candela	1000
TOTAL	9000



Grafico 7. Viáticos

VIÁTICOS			
Transporte	busetas, avión, bus, combustible		500
Alimentación	40	10,00	400
Hospedaje	40	15,00	300
SUBTOTAL			1200
IVA			84
TOTAL			1784

Grafico 8. Premiación Medallas

PREMIACIÓN MEDALLERO				
MEDALLAS PREMIACIÓN	36	12 oro 12 plata 12 bronce	1,1	39,60
TROFEOS PREMIACIÓN	13	primeros puestos y élites	15	195,00
TOTAL				234,60

Grafico 9. Cronometraje

Cronometraje			
Vallaje	6,00 dólares x c/m	300m.	1800
Arcos y Reloj Digital			300
Alquiler Chips	\$1,95 c/u		2045,55
TOTAL			4145,55



ANEXO 13. PAQUETES PARA AUSPICIANTES

PAQUETES PARA AUSPICIANTES

PAQUETE PLATINUM (TOP SPONSOR AA)

Es un plan Exclusivo para un auspiciante TOP SPONSOR AA, con el mayor beneficio publicitario que tiene un costo de \$10.714,19 (DIEZ MIL SETECIENTOSCATORCE CON 19/100 DÓLARES MAS IVA), que tendrá derecho a los siguientes beneficios:

- Primera posición en todo material comunicacional
- Logo corporativo en la manga de las camiseta de los atletas
- Logo corporativo en pasacalle en la vía Girón - Pasaje
- 4 Roll Ups en Ruedas de Prensa y Eventos de entrega de chips y premiación de los ganadores
- Logo corporativo e imagen en largada y llegada de la carrera
- Publicidad en 10 vallas de 1,50 x 0,50; las cuales estarán a la llegada de los atletas, arte entregado por el cliente
- Espacio para muestra o información en funda o bolso post competencia.
- Doble presencia en Backing, Ruedas de prensa y Podium.
- Logo institucional o de una marca en 3.000 volantes informativos o trípticos hasta la realización de la carrera
- Logo corporativo y publicidad en 1.000 afiches (distribuidos en todo el cantón y provincia en general)
- Publicidad en medallas



- 100% pauta radial (menciones radiales)
- Activación y promoción de ventas para participantes
- 40 inscripciones gratuitas de la carrera (para colaboradores o clientes)
- Autorización para explotar comunicacionalmente la competencia a favor de su marca
- Espacio para montar una carpa de información a la llegada de la carrera
- Imagen de marca en sitios estratégicos en la largada de la carrera

PAQUETE GOLD (TOP SPONSOR A)

Este paquete está destinado para 2 auspiciantes tipo TOP SPONSOR A, para los auspiciantes que busquen una notoriedad especial en el evento. Tiene un costo de \$5.803,57 (CINCO MIL OCHOSCIENTOS TRES CON 57/100 MAS IVA) con los siguientes derechos:

- Posición privilegiada en la camiseta de los atletas (parte superior de la espalda).
- 2 Roll Ups en Ruedas de Prensa y Eventos de entrega de chips y premiación de los ganadores.
- Logo corporativo e imagen en largada y llegada de la carrera.
- Publicidad en 5 vallas de 1,50 x 0,50; las cuales estarán a la llegada de los atletas, arte entregado por el cliente.
- Espacio para muestra o información en funda o bolso post competencia.
- Logo institucional o de una marca en 2000 volantes informativos o trípticos hasta la realización de la carrera.
- 75% pauta radial (menciones radiales) .



- 20 inscripciones gratuitas de la carrera (para colaboradores o clientes).
- Autorización para explotar comunicacionalmente la competencia a favor de su marca.
- Espacio para montar una carpa de información a la llegada de la carrera.
- Presencia en el backing de los auspiciantes privilegiada.

PAQUETE SILVER (TOP SPONSOR B)

Este paquete está destinado para 2 auspiciantes tipo TOP SPONSOR B, con un costo de \$2.857,14 (DOS MIL OCHOCIENTOS CINCUENTA Y SIETE CON 14/100 DÓLARES MAS IVA), en los cuales los participantes tendrán los siguientes beneficios:

- Posición estándar en camiseta (parte posterior).
- 1 Roll Up en Ruedas de Prensa y Eventos de entrega de chips y premiación de los ganadores.
- Logo corporativo e imagen en largada y llegada de la carrera.
- Espacio para muestra o información en funda o bolso post competencia.
- Logo institucional o de una marca en 1.500 volantes informativos o trípticos hasta la realización de la carrera.
- 50% pauta radial (menciones radiales).
- 12 inscripciones gratuitas de la carrera (para colaboradores o clientes).
- Autorización para explotar comunicacionalmente la competencia a favor de su marca.
- Presencia en el backing de los auspiciantes privilegiada.



- Espacio para montar una carpa de información a la llegada de la carrera.

PAQUETE ESTÁNDAR (TOP SPONSOR C)

Este paquete está destinado para 4 auspiciantes tipo TOP SPONSOR B, con un costo de \$1.250,00 (MIL DOSCIENTOS CINCUENTA DÓLARES MAS IVA), en los cuales los participantes tendrán los siguientes beneficios:

- Posición estándar en camiseta (parte posterior).
- 1 Roll Up en Ruedas de Prensa y Eventos de entrega de chips y premiación de los ganadores.
- Logo corporativo e imagen en largada y llegada de la carrera.
- Espacio para muestra o información en funda o bolso post competencia.
- Logo institucional o de una marca en 1.000 volantes informativos o trípticos hasta la realización de la carrera.
- 25% pauta radial (menciones radiales).
- 8 inscripciones gratuitas de la carrera (para colaboradores o clientes).
- Autorización para explotar comunicacionalmente la competencia a favor de su marca.
- Presencia en el backing de los auspiciantes.



ANEXO 14. DISEÑO DE TESIS

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

PROBLEMA CENTRAL

¿Cuáles son los planes de comunicación y promoción que empleara el Gobierno Descentralizado del Cantón Girón en el año 2013-2014?

PROBLEMAS COMPLEMENTARIOS

¿Cuáles serán las herramientas del mix de promoción idóneas para alcanzar los objetivos que tiene el Gobierno Cantonal de Girón?

¿Qué estrategias y tácticas creativas permitirá que los ciudadanos del cantón participen en las actividades que realiza el Gobierno Cantonal de Girón?

2. DELIMITACIÓN DEL TEMA

- **CONTENIDO:**

PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA

- **CAMPO DE APLICACIÓN:** GOBIERNO DESCENTRALIZADO Y AUTÓNOMO DEL CANTÓN GIRÓN
- **ESPACIO:** CANTÓN GIRÓN
- **TIEMPO:** AÑOS 2013-2014



- **TITULO DE LA TESIS**

“PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA CARRERA ATLÉTICA PARA EL GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN EN EL AÑO 2013-2014”.

3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

ACADÉMICOS

El Plan que se desarrollara pretende exponer de una manera detallada los conceptos y metodología teórica recibidas en las diferentes cátedras durante nuestra vida estudiantil y módulos del curso de graduación pues de esta manera dotar a catedráticos y alumnos de una guía, que servirá como material bibliográfico para la carrera de Marketing y otras materias relacionadas, así como apoyo en el desarrollo práctico de planes de marketing.

Al desarrollar el presente tema de tesina con los requisitos reglamentarios que solicita la facultad y la escuela de Marketing para la obtención del título, se justifica ya que no ha sido un tema antes elaborado.

SOCIALES

El deporte dentro de la economía mundial ha crecido en esta última década de manera exponencial y lo ha hecho de tal manera que, en los países desarrollados, el deporte llega a formar parte, en promedio, del 1% del PIB. En el caso ecuatoriano, el deporte ha crecido sustancialmente es así que en el Ecuador se desarrollan 124 carreras reconocidas en todo el país y en Cuenca 6 carreras muy reconocidas en todo el Ecuador, sin contar carreras desarrolladas por instituciones privadas, es importante tomar en cuenta que en el cantón Girón no se ha desarrollado carreras atléticas por lo que se cree que existe una gran



oportunidad, usaremos el deporte, su poder y potencial como vehículo de comunicación, además como herramienta de movilización social que reúne a comunidades de diferentes culturas o etnias y como un medio poderoso de persuasión e información sobre mensajes clave en torno al Plan de trabajo del Gobierno de Girón.

El deporte en los últimos años ha tomado importancia ya que desempeña un papel importante ya que tiene un impacto positivo en la salud de las personas y es recomendado por médicos para mantener un cuerpo y mente sana, desarrollando confianza, se estima que entre un 9 a un 16 por ciento de las muertes producidas en los países desarrollados pueden ser atribuidas a un estilo de vida sedentario.

Finalmente, el entorno social de los ciudadanos también puede ser integrado directamente en el trabajo organizando eventos públicos o torneos especiales. Es posible incluir a toda una ciudad organizando una carrera atlética, el deporte puede ser divertido, promueve la cohesión del grupo moviendo masas de personas. El amplio reconocimiento social del deporte puede utilizarse con provecho en el campo de la salud, ampliando incluso sus beneficios. Es importante comprender aquí el medio cultural y tenerlo en cuenta en actividades en beneficio de la sociedad en general

Es un tema que brindará un aporte al GOBIERNO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN GIRÓN, a los ciudadanos del mismo, con este plan sé que busca desarrollar eventos que permitan consolidar los lazos de apoyo con organizaciones e instituciones públicas y privadas que trabajan por el bienestar del cantón incentivando al deporte a los ciudadanos en homenaje al Señor De Girón, masificando la actividad atlética y con prospectos a desarrollar la primera edición de esta carrera atlética en Girón.

PERSONALES

Profundizar en nuevas áreas de conocimiento adquiridos en los módulos recibidos en los últimos meses además de ello, esta tesina será una oportunidad para poner en práctica los conocimientos adquiridos en años anteriores en la carrera



de Marketing, fortaleciendo nuestras competencias y obteniendo experiencias, para en el futuro desempeñarnos como profesionales eficientes y eficaces.

FACTIBILIDAD

Existe el interés y la predisposición tanto de catedráticos y autoridades del Cantón Girón para colaborar con el presente tema debido a la importancia y actualidad del mismo ya que se espera una contribución significativa hacia estas actividades que involucran el desarrollo de la comunidad. Aplicando principalmente conocimientos adquiridos en el módulo de estrategias BTL y con la tutoría de profesionales en el tema lograremos cumplir con éxito los objetivos planteados en el presente proyecto.

4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO CENTRAL

Elaborar un plan de comunicación y promoción de una carrera atlética para proponer al Gobierno Descentralizado del Cantón Girón en el año 2013 con el fin de lograr afinidad entre el gobierno y sus mandantes.

OBJETIVOS COMPLEMENTARIOS

1. Analizar la realidad del Cantón Girón, eventos y actividades realizadas históricamente por el Gobierno Descentralizado del Cantón Girón con respecto a la salud y re creatividad de los ciudadanos.
2. Determinar factores internos y externos que pueden afectar a la carrera atlética en el Cantón Girón



3. Establecer las acciones necesarias para llevar a cabo el plan de promoción y comunicación para el Gobierno Cantonal de Girón para la Carrera Atlética como esquema integral de BTL.
4. Señalar los Lineamientos de planificación, negociación, Ejecución y Evaluación de la Competencia Atlética.

5. MARCO TEÓRICO

Lo que se pretende realizar es un plan de comunicación y promoción de una carrera atlética para el Gobierno Descentralizado del Cantón Girón el mismo que contendrá un análisis de factores internos y externos que están involucrados en el plan y elaborar el plan de comunicación y promoción como esquema integral de BTL.

Los conceptos que utilizaremos en la presente tesina se consideran importantes para facilitar la comprensión de la misma ya que serán usados a lo largo del desarrollo de cada capítulo a elaborarse.

CARRERA ATLÉTICA

“La carrera en ruta se refiere a la carrera celebrada normalmente en espacios exteriores, no destinados a la práctica de competiciones deportivas, tales como calles de pueblos, ciudades o carreteras. Normalmente el terreno suele ser llano y duro. Por tanto, la distancia destinada para realizar esta prueba es muy variable y se mide principalmente la resistencia del corredor. En consecuencia, no es importante realizar la prueba con gran velocidad, sino que cabe ajustarse a un ritmo cómodo pero constante que te permita resistir la prueba hasta el final.”²⁶

AUDITORIA EXTERNA.

²⁶ROMERO, Alexandre. Principales disciplinas del atletismo, about.com.deportes En línea. Disponible en: <http://deportes.about.com/od/Atletismo/a/Principales-Disciplinas-Del-Atletismo.htm> Consulta (19/08/2013)



“Es un sistema de inteligencia que permite reunir información de factores críticos de éxito externos que influyen el desempeño de una empresa.”²⁷

Realizar la auditoría externa nos permitirá reunir una lista de oportunidades y amenazas de la carrera atlética en el Cantón Girón lo que nos permitirá identificar variables claves para tomar acciones en el desarrollo.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE FACTORES EXTERNOS (EFE)

“La matriz efe permite abreviar y ajustar todos los datos obtenidos traducidos en oportunidades y amenazas.”²⁸

AUDITORIA INTERNA

“Es el proceso que requiere reunir, assimilar y estudiar información en cuanto a la dirección corporativa, UEN y diferentes departamentos de la empresa, determinando los FCE internos que influyen en el desempeño.”²⁹

MATRIZ DE FACTORES INTERNOS (EFI)

“Es un instrumento que evalúa las fuerzas y debilidades dentro de las áreas funcionales de una empresa”³⁰

MATRIZ F.O.D.A.

“Es un instrumento importante que ayuda a desarrollar estrategias ofensivas y defensivas ajustando los factores críticos para el éxito a las capacidades reales de la empresa”³¹

²⁷ ORTIZ, Luis Alfredo. Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.

²⁸ ORTIZ, Luis Alfredo. Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.

²⁹ ORTIZ, Luis Alfredo. Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.

³⁰ ORTIZ, Luis Alfredo. Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.



Es importante conocer cada una de estas matrices y conocer su contenido pues nos permitirán tomar acciones necesarias en un tiempo prudente que permitirá que se desarrolle la carrera atlética exitosamente aplicando estrategias para las enfrentar las debilidades y amenazar y estrategias para aprovechar las fortalezas y oportunidades de la misma.

COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING

*“El termino comunicación integral de marketing (CIM) se refiere a la coordinación e integración de todas las herramientas, vías y fuentes de comunicación de marketing de una empresa dentro de un programa uniforme que maximice el impacto sobre los clientes y otras partes interesadas a un costo mínimo”.*³²

Hoy en día lo que se busca es planificar, coordinar e integrar todas las herramientas de comunicación con el fin de disminuir recursos trasmitiendo un mensaje claro de lo que en este caso el Gobierno del Cantonal desea trasmitir con este evento a los ciudadanos para posicionarse de manera competitiva.

MIX DE PROMOCIÓN

*“Es un elemento del marketing mix de la empresa que sirve para informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos y servicios.”*³³

*“La **mezcla de promoción** o "mezcla total de comunicaciones de marketing de una empresa, consiste en la combinación específica de herramientas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y*

³¹ORTIZ, Luis Alfredo. Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.

³²ALVAREZ, Fidel. *COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL MARKETING(CMI)*. Mundo Administrativo, 25 de Febrero 2013. En línea Disponible en: <http://mundoadministrativo.net/comunicacion-integral-de-marketing/>. Consulta (03/08/2013)

³³THOMPSON, Iván .*La mezcla de promoción. PromonegocioS.net, Octubre 2005. En línea. Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-promocion-mix.html>*. Consulta (03/08/2013)



*marketing directo que la empresa utiliza para alcanzar sus objetivos de publicidad y marketing*³⁴

Conociendo cada uno de los elementos que integran el mix de promoción (mix de comunicación), combinaremos cada uno de ellos para cumplir con el objetivo que el Gobierno Cantonal desea transmitir con la Carrera Atlética a desarrollarse.

A continuación se detalla los elementos del Mix de promoción:

PUBLICIDAD

“Cualquier forma pagada de presentación no personal por un patrocinador identificado.”

PROMOCIÓN DE VENTAS

*“Incentivos a corto plazo que fomentan la compra o venta de un producto o servicio.”*³⁵

RELACIONES PÚBLICAS

“Cultivar buenas relaciones con los públicos diversos de una empresa mediante la obtención de publicidad favorable, la creación de una buena “imagen corporativa” y el manejo o bloqueo de los rumores, las anécdotas o los sucesos desfavorables.”

VENTAS PERSONALES:

“Presentación personal que realiza la fuerza de ventas de la empresa con el fin de efectuar una venta y cultivar relaciones con los clientes.

³⁴KOTLER, Philip; AMTRONG, Gary. *Fundamentos de Marketing*. México DF. Edit. Pearson. 2003, Sexta Edición. Pág. 470.

³⁵ INCUBADOR, Agencia Creativa. *Fundamentos de mercadotecnia*. En línea. Disponible en: <http://www.slideshare.net/rocco12/fundamentos-de-mkt21>. Consulta (08/08/2013)



MARKETING DIRECTO

“Comunicación directa con los consumidores individuales, seleccionados cuidadosamente, con el fin de obtener una respuesta inmediata y cultivar relaciones directas con ellos.”³⁶

Es importante conocer cada una de las herramientas que nos servirán para comunicar, informar y persuadir a los ciudadanos de Girón acerca de las actividades que va realizar el Gobierno para que sean partícipes de las mismas y de esta manera lograr los objetivos que tiene el Gobierno Cantonal.

BELOWTHE LINE (BTL)

“Traducido literalmente al castellano significa debajo de la línea, es una técnica de Marketing consistente en el empleo de formas de comunicación no masivas dirigidas a segmentos específicos desarrollada para el impulso o promoción de productos o servicios mediante acciones cuya concepción se caracteriza por el empleo de altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de oportunidad, creándose novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios, y corporativos internos.”³⁷

ABOVETHE LINE ATL

“Traducido al español sobre la línea, más conocido por su acrónimo ATL, es una técnica publicitaria que consiste en usar los medios de comunicación costosos y masivos, tal como televisión, radio, cien, vía pública, diarios y revistas entre otros. Suele reforzarse con campañas”³⁸

³⁶KOTLER, Philip; AMTRONG, Gary. *Fundamentos de Marketing*. México DF. Edit. Pearson. 2003, Sexta Edición. Pág. 470.

³⁷FUENTES, Irene. *Marketing y el incremento de las ventas*.blogspot.com. 3 de abril de 2008. En línea. Disponible en: <http://incrementodeventas.blogspot.com/2008/04/atl-y-btl.html>Consulta (08/08/2013)

³⁸FUENTES, Irene. *Marketing y el incremento de las ventas*.blogspot.com. 3 de abril de 2008. En línea. Disponible en: <http://incrementodeventas.blogspot.com/2008/04/atl-y-btl.html>Consulta (08/08/2013)



Se debería basar en estos conceptos claves para elaborar este plan de comunicación y promoción en este caso señalando que se desarrollara una estrategia BTL ya que lo que se pretende es llegar a un segmento específico (ciudadanos del Cantón Girón) de una forma creativa, apelando a manifestaciones culturales que tiene Girón, pero es también importante recalcar que se pretende es establecer una estrategia integral ya que en la estrategia BTL se puede combinar con estrategias ATL para dar a conocer de forma masiva a los ciudadanos del cantón sobre la carrera atlética que realizara el Gobierno del Cantón Girón

AIDA

“El término «AIDA» hace referencia a un modelo clásico que describe los efectos que produce secuencialmente un mensaje publicitario. La palabra «AIDA» es un acrónimo que se compone de las siglas de los conceptos en inglés de atención (attention), interés (interest), deseo (desire) y acción (action).”³⁹

Es importante que el mensaje que vamos a comunicar en la Carrera Atlética se llame la atención, interés, deseo y acción de los ciudadanos necesariamente es que no solo se llame la atención con las actividades a realizar sino hacerlo protagonistas de las misma para que tenga éxito el plan de comunicación.

SEMIÓTICA DEL MENSAJE

“Se conoce como semiótica a la teoría que tiene como objeto de interés a los signos, ciencia que se encarga de analizar la presencia de estos en la Sociedad y por ende en el mercado.”⁴⁰

³⁹GOSENDE, Javier .El método AIDA aplicado a estrategias de marketing online.abc.com.07/082012. En línea. Disponible en: <http://www.abc.es/20120807/local-comunidad-valenciana/abci-aida-analitica-201208071737.html>Consulta (08/08/2013)

⁴⁰ CASTILLO, Juan Fernando . Comunicación de Marketing con BTL.. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing.Junio de 2013.



Es importante tener en cuenta la semiótica del mensaje ya que el Cantón de Girón y su cultura e ideología está lleno de signos y connotaciones que pueden agregar valor al mensaje que se tratara de transmitir si se lo usa de la correcta manera.

ESTRATEGIA CREATIVA

“Una estrategia es el conjunto de acciones que deberán ser desarrolladas para lograr los objetivos estratégicos, lo que implica definir y priorizar los problemas a resolver, plantear soluciones, determinar los responsables para realizarlas.”⁴¹

“La creatividad que se apoye en la estrategia es la que buscara traducir el objetivo de comunicación en una expresión adecuada para que el público objetivo responda en los términos deseados por el anunciante, ya que la libertad que exige la creatividad no se refiere al que decir, sino al cómo decirlo en mensajes impactantes, originales y persuasivos.”⁴²

La estrategia creativa de comunicación nos permitirá orientar los esfuerzos hacia la construcción de las ideas y el cumplimiento de los objetivos del Gobierno Cantonal de Girón.

Debemos determinar cuáles serán los medios y las acciones más efectivas de hacer llegar el mensaje del Gobierno al público objetivo, de forma clara, sencilla, creativa y eficiente. Hoy en día debemos buscar nuevas formas de competir, aprovechando las oportunidades y la utilización inteligente de los recursos disponibles.

TÁCTICA CREATIVA

“La implementación de la estrategia y su materialización, es la táctica. La táctica pertenece al mundo material y tangible. Yo veo o experimento la estrategia a

⁴¹ ACLE TOMASINI, Alfredo. *Planeación Estratégica y Control de Calidad*. Edit. Grijalbo. 1989. Pág. 84

⁴² GARCÍA-UCEDA, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid. Edit.

ESIC Editorial. 2011. En línea. Disponible en:

http://books.google.com.ec/books?id=5LDqKtCDMK8C&pg=PA264&dq=estrategia+creativa&hl=es&sa=X&ei=rcz_UefNpDO9ASM7YH4BA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=estrategia%20creativa&f=false. Consulta (05/08/2013).



*través de la táctica. En una metáfora se podría representar de la siguiente manera: el alma sería la estrategia, y el cuerpo la táctica de una campaña o un proyecto de comunicación. Ambas están ligadas simbólicamente”.*⁴³

*“Existen diversas tácticas creativas que las agencias de publicidad utilizan para impulsar sus recomendaciones de comunicación y el éxito de la marca. A menudo se confunden estas tácticas con lo que la marca representa. En lugar de esto se les debe considerar como una manera de darle vida creativamente a una marca”.*⁴⁴

Toda institución necesita planificar y tomar acción de la estrategia planteada, siguiendo los planteamientos preparados con la estrategia creativa intentaremos hacer frente a las diversas situaciones que se presenten a lo largo de la Carrera Atlética planteada para comunicar los objetivos del Gobierno Cantonal de Girón, tratando de disminuir las dificultades que se presentaran en el evento.

POSICIONAMIENTO

*Según (LAMB, 2005, pág. 197), “Es desarrollar una mezcla de marketing específica para influir en la percepción global de clientes potenciales de una marca, línea de productos o una organización en general.”*⁴⁵

“Los mercadólogos pueden diseñar sus programas de marketing para posicionar y mejorar la imagen de un producto en la mente de los cliente meta. Para crear una imagen positiva de un producto, una empresa puede elegir entre varias estrategias

⁴³ *La estrategia Creativa.* En línea. Disponible en:

<http://claudiobasile.files.wordpress.com/2011/06/la-estrategia-creativa.pdf>. Fecha de consulta (05/08/2013)

⁴⁴ SCOTTM, Davis. *La Marca: Máximo valor de su empresa.* México. Pearson Educación. 2002. En línea. Disponible en:

http://books.google.com.ec/books?id=dyLUCWVudfIC&pg=PA163&dq=tactica+creativa&hl=es&sa=X&ei=Xtj_UfWvEpL88QSSkYCQCQ&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=tactica%20creativa&f=false. Fecha de consulta (05/08/2013)

⁴⁵ Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. *Posicionamiento.* . En línea. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/42881343/Posicionamiento>. Fecha de consulta (05/08/2013)



de posicionamiento, entre las que se incluyen fortalecer la posición actual, reposicionar o tratar de reposicionar a la competencia.”⁴⁶

Lo que se intenta es llegar a la comunidad de Girón de forma natural con un mensaje de la gestión del Gobierno Cantonal, evitando los ruidos y creando un espacio en la mente del receptor, teniendo muy en cuenta lo que la población de Girón valora, sus costumbres y tradiciones.

Sabiendo que hoy en día estamos rodeados de información la mejor manera de llegar a la comunidad de Girón es con un mensaje claro y con medios creativos cubriendo la mayor parte del segmento objetivo.

SEGMENTO DE MERCADO

“Un segmento de mercado consiste en un grupo grande que se puede identificar dentro de un mercado y que tiene deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares.”⁴⁷

Los esfuerzos de marketing y sobre todo de la comunicación no pueden llegar a todos con la misma eficacia, por lo que es necesario segmentar e identificar nuestro segmento objetivo así desarrollar estrategias para ese segmento específico.

Dentro del Cantón Girón existen ciertos segmentos de mercado a los cuales se dirigirán los esfuerzos por comunicar la gestión del Gobierno Cantonal, su correcta identificación hará que el evento tenga los resultados esperados.

⁴⁶HARTLINE, Michael D. O.C. Ferrell. *Estrategia de marketing*. Tercera edición. En línea. Disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=02TcdnCCaKwC&pg=PA151&dq=posicionamiento+de+la+s+empresas&hl=es&sa=X&ei=yPj_UYHAOYG29QSK2YGQBQ&ved=0CEQQ6AEwAw#v=onepage&q=posicionamiento%20de%20las%20empresas&f=false. Fecha de consulta (05/08/2013)

⁴⁷KOTLER, Philip; *Dirección de marketing, Conceptos esenciales*. Mexico. Edit. Pearson Educación. 2002. Pag. 144.



PATROCINIO

“Según Westphalen y Piñuel, una empresa o persona jurídica, con carácter más general, realiza cierto desembolso para contribuir a sostener un acontecimiento u otra persona, ya sea esta una persona física o un equipo. Por lo tanto es una técnica diferente a la publicidad pues el patrocinio no suele llevar mensaje alguno, únicamente un logotipo y su difusión depende de la difusión del acto, la competición o la persona que luce dicho logotipo.”⁴⁸

Con el objetivo de impulsar y contribuir con el desarrollo del evento es importante la participación de patrocinadores que ayuden a crear la imagen de la Carrera Atlética buscando beneficios a corto plazo para las dos partes.

5. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

En el desarrollo de la tesina “PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIÓN” se recurrirá un método de investigación exploratoria ya que usualmente esta tipo de investigación está diseñada para hacer análisis preliminares de una situación con mínimo costo y tiempo.

Esta metodología de investigación se caracteriza por ser más flexibles en comparación con los estudios descriptivos o explicativos, permitirá además descubrir otros puntos de vista no identificados previamente. Se utilizara fuentes secundarias de información, observación, entrevistas con expertos, autoridades del cantón, ciudadanos lo que será útil para empatar cursos alternativos de acción, identificar conceptos o variables promisorias, y establecer prioridades que permitan al Gobierno Descentralizado del Cantón Girón establecer estrategias claves con un enfoque innovador de comunicación de las actividades que realiza en beneficio del Cantón y sus ciudadanos.

⁴⁸Patrocinio (publicidad).En línea. Disponible en:[http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_\(publicidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_(publicidad)).
Fecha de consulta (05/08/2013)



7. ESQUEMA TENTATIVO

CAPITULO I

1. ANTECEDENTES

- 1.1. Reseña Histórica del Cantón Girón
- 1.2. Realidad del Cantón Girón
- 1.3. Manifestaciones Culturales del Cantón Girón

CAPITULO II

2. DIAGNOSTICO DE LA FACTIBILIDAD DE LA CARRERA ATLÉTICA

- 2.1. Auditoría Externa de la Carrera Atlética
 - 2.1.1. Matriz EFE
- 2.2. Auditoría Interna de la Carrera Atlética
 - 2.2.1. Matriz EFI
- 2.3. Matriz FODA de la Carrera Atlética en el Cantón Girón

CAPITULO III

3. COMUNICACIÓN INTEGRAL DE MARKETING DE LA CARRERA ATLÉTICA

- 3.1. Desarrollo de la Estrategia Creativa de la Carrera Atlética



- 3.1.1. Oportunidad del Plan
- 3.1.2. Objetivo de Carrera Atlética
- 3.1.3. Segmento Objetivo
- 3.1.4. Idea de Venta principal
- 3.1.5. Declaración de la estrategia Creativa

- 3.2. Desarrollo de la Táctica Creativa de la Carrera Atlética en las Piezas Publicitarias.
 - 3.2.1. Encabezado
 - 3.2.2. Texto
 - 3.2.3. Elementos Visuales

- 3.3. Plan IMC360° de la Carrera Atlética
 - 3.3.1. Insigths
 - 3.3.2. Estrategias ATL
 - 3.3.2. Estrategias BTL
 - 3.3.3. Estrategia Digital
 - 3.3.4. Estrategia Publicitarias
 - 3.3.5. Brief de la BTL Carrera Atlética.

CAPITULO IV

4. PLANIFICACIÓN DE LA CARRERA ATLÉTICA

- 4.1. Lineamientos de la carrera atlética
- 4.2. Negociación y Trámites a realizarse para la carrera atlética
- 4.3. Diseño e Imagen del evento
- 4.4. Logística
- 4.5. Evaluación de la Competencia Atlética
- 4.6. Acciones de Contingencia



CAPITULO V

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA



CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	TIEMPO 5-Agosto al 12-Octubre del 2013												
	JULIO	AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
Aprobación del tema de tesis	X												
Aprobación del diseño de tesis				X									
CAPITULO I													
Búsqueda y recolección de información				X									
Análisis de la información				X									
Redacción del primer capítulo				X									
CAPITULO II													
Desarrollo de la Estrategia Creativa de la Carrera Atlética					X	X							
Desarrollo de la Táctica Creativa de la Carrera Atlética en las Piezas Publicitarias.						X	X						
Plan IMC 360° de la Carrera Atlética							X						
CAPÍTULO III													
Lineamientos de la carrera atlética								X					
Diseño e Imagen del evento								X					
Logística									X				
Evaluación de la Competencia Atlética									X				
Redacción del segundo capítulo									X				
CAPITULO IV													
Redacción de las conclusiones										X			
Redacción de las recomendaciones										X			
Revisión preliminar de la tesis										X			
Correcciones											X	X	
Presentación de la tesis													X



BIBLIOGRAFÍA

- ACHIG Lucas, QUEZADA Milton, GUÍAS Y FORMULARIOS PARA LA ELABORACIÓN DE DISEÑOS DE TESIS, Décimo Octava Edición, Editorial Idis, Cuenca, 1991.
- ALVAREZ, Fidel. *COMUNICACIÓN INTEGRAL DEL MARKETING(CMI)*.Mundo Administrativo, 25 de Febrero 2013. En línea Disponible en: <http://mundoadministrativo.net/comunicacion-integral-de-marketing/>.Consulta (03/08/2013)
- THOMPSON, Iván .*La mezcla de promoción. PromonegocioS.net, Octubre 2005. En línea.*
- Disponible en: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mezcla-promocion-mix.html>. Consulta (03/08/2013)
- KOTLER, Philip; AMTRONG, Gary. *Fundamentos de Marketing*. México DF. Edit. Pearson. 2003, Sexta Edición. Pág. 470.
- KOTLER, Philip; *Dirección de marketing, Conceptos esenciales. México. Edit. Pearson Educación. 2002. Pag. 144.*
- FUENTES, Irene .*Marketing y el incremento de las ventas.blogspot.com. 3 de abril de 2008. En línea Disponible en: <http://incrementodeventas.blogspot.com/2008/04/atl-y-btl.html>*Consulta (08/08/2013)
- GOSENDE, Javier .*El método AIDA aplicado a estrategias de marketing online.abc.com.07/082012. En línea.*
- Disponible en: <http://www.abc.es/20120807/local-comunidad-valenciana/abci-aida-analitica-201208071737.html>Consulta (08/08/2013)
- ORTIZ, Luis Alfredo.*Proceso de Desarrollo de Gerencia Estratégica. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Marzo de 2013.*
- CASTILLO, Juan Fernando . *Comunicación de Marketing con BTL.. Ponencia presentada en el Curso de Graduación de Ingeniería en Marketing. Junio de 2013.*



- ACLE TOMASINI, Alfredo. *Planeación Estratégica y Control de Calidad*. Edit. Grijalbo. 1989. Pág. 84
- GARCÍA-UCEDA, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid. Edit. ESIC Editorial. 2011. En línea. Disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=5LDqKtCDMK8C&pg=PA264&dq=estrategia+creativa&hl=es&sa=X&ei=rcz_UefNpDO9ASM7YH4BA&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=estrategia%20creativa&f=false. Consulta (05/08/2013).
- La estrategia Creativa. En línea. Disponible en: <http://claudiobasile.files.wordpress.com/2011/06/la-estrategia-creativa.pdf>. Fecha de consulta (05/08/2013)
- SCOTTM, Davis. *La Marca: Máximo valor de su empresa*. México. Pearson Educación. 2002. En línea. Disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=dyLUCWVudfIC&pg=PA163&dq=tactica+creativa&hl=es&sa=X&ei=Xtj_UfWvEpL88QSSkYCQCQ&ved=0CC4Q6AEwAA#v=onepage&q=tactica%20creativa&f=false. Fecha de consulta (05/08/2013)
- Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos. *Posicionamiento*. En línea. Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/42881343/Posicionamiento>. Fecha de consulta (05/08/2013)
- HARTLINE, Michael D. O.C. Ferrell. *Estrategia de marketing*. Tercera edición. En línea. Disponible en: http://books.google.com.ec/books?id=02TcdnCCaKwC&pg=PA151&dq=posicionamiento+de+las+empresas&hl=es&sa=X&ei=yPj_UYHAOYG29QSK2YGQBQ&ved=0CEQQ6AEwAw#v=onepage&q=posicionamiento%20de%20las%20empresas&f=false. Fecha de consulta (05/08/2013)
- Patrocinio (publicidad). En línea. Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_\(publicidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_(publicidad)). Fecha de consulta (05/08/2013)



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Como elaborar un plan de promoción. Slideshare. En línea Disponible en:<http://www.slideshare.net/puruxona/como-elaborar-un-plan-de-promocion> . Fecha de Consulta; *(05/08/2013)*
- PLAN DE COMUNICACIÓN INTEGRAL En línea Disponible en:
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque5/pag2.html> Fecha de Consulta; *(05/08/2013)*
- LA ESTRATEGIA CREATIVA En línea Disponible en:
- <http://claudiobasile.files.wordpress.com/2011/06/la-estrategia-creativa.pdf> Fecha de Consulta; *(05/08/2013)*
- PATROCINIO (PUBLICIDAD) En línea Disponible en:
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_\(publicidad\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Patrocinio_(publicidad)) Fecha de Consulta; *(05/08/2013)*