

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

Campaña de Mercadeo Social: “Pedalea en Ciclopaseo por un Ecuador solidario y sin discriminación”

Diana Paola Bonilla Pazos
Silvana Caccio, Directora de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, diciembre de 2013

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

Diana Paola Bonilla Pazos

Silvana Caccio.
Directora de Tesis

.....

Hugo Burgos, PhD.
Decano de Colegio de Comunicación y
Artes Contemporáneas

.....

Quito, diciembre de 2013

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: -----

Nombre: Diana Paola Bonilla Pazos

C. I.: 1716382880

Fecha: Quito, diciembre de 2013

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios y mi familia, en especial a mis padres que han sido el soporte principal en todos los emprendimientos que he realizado a lo largo de mi carrea y de mi vida personal.

A mi Papi por su paciencia, su dedicación, su apoyo incondicional y en especial su ejemplo.

A mi Mami por seguir apoyándome en todo lo que he hecho a pesar de mis errores, ella está de mi lado siempre, no solo con sus hijas sino con su hija adoptiva. Mi madre ha sido un gran ejemplo para ayudar a los demás.

A mi hermana Patricia, a mí cuñado Benjamín y a mi sobrina Viktoria que se dedica hacer perfectos todos mis días.

A mi prima Katy que ha sido como una hermana y un complemento perfecto para mi casa, a su familia, a mi sobrino Manuel Emilio que junto con Viktoria me hacen sonreír todas las mañanas.

A mis amigos Pioja, Madero, Charlie, Tania y la Pame que a pesar de la distancia siento su apoyo incondicional.

A mis profesores Gus, y María Isabel, por sus intachables enseñanzas.

Resumen

En base a la necesidad de que las empresas sean socialmente responsables estas realizan constantemente campañas en apoyo a cualquier causa social muchas veces relacionado con el trabajo que realizan o con los productos que comercializan. Mediante la campaña se espera que la sociedad civil se informe sobre los problemas de violencia y discriminación que se vive diariamente en nuestro país.

El siguiente trabajo es netamente académico, realizado para la materia de graduación, se asegura su precisión en su realización, ya que es un trabajo basado en hechos reales.

Abstract

Based on the need for companies to be socially responsible these constantly campaigning to support any social causes are often related to the work they do or the products they sell. Through the campaign is expected to civil society report and know about the problems of violence and discrimination that exists in our country daily.

The following study is purely academic; it has been done to ensure a graduating degree. One can assure its accuracy because it is a study based on real facts.

Índice	
Resumen	6
Abstract	7
Introducción	9
Capítulo 1.	10
1.- Problemática	10
2. Refugio y violencia contra las mujeres en el Ecuador	12
2.1 Tema de Refugio en el Ecuador	12
2.2 Derechos y Obligaciones de los Refugiados:	14
2.3 Mujeres refugiadas Víctimas de Violencia	17
3. Discriminación y Xenofobia	19
3.1. Manifiesto contra ca Discriminación y la Xenofobia	19
Capítulo 2	22
2.1 Entidades involucradas en este tipo de problemas sociales	22
2.2 Campañas Encargadas	22
2.2.1. Carta de Mujeres	22
2.2.2 Convivir en Solidaridad	25
Capítulo 3	26
3.1. Alianza Estratégica (Perfil de las Entidades)	26
3.2 Perfil del Organismo Internacional	26
3.2.1 Grupos de interés: Actuales y potenciales	27
3.2.2 Imagen del Organismo Internacional	28
3.2.3 Identificación de la competencia del Organismo Internacional	28
3.3 Perfil de la Empresa Privada	29
3.3.1 Cultura Organizacional de la Empresa	30
3.3.2 Mercado actual y potencial	31
3.2.3 Productos	31
3.2.4 Productos para la Campaña de Mercadeo Social	32
3.2.5 Campañas de Mercado Social (Adidas)	33
Capítulo 4	36
4.1 Campaña: “Pedalea en el Ciclipaseo por un Ecuador solidario y sin discriminación”	36
4.2 Etapas	41
Conclusiones	42
Recomendaciones	43
Anexos	44

Introducción

El siguiente es un trabajo que analiza la situación de muchas personas víctimas de violencia residentes en nuestro país, el 70% de refugiados registrados en el Ministerio de Relaciones Laborales, son mujeres y niños, que han sido separados de sus familiares por distintos motivos, como violencia, secuestro, asesinato, entre otros.

En trabajo está compuesto por entender el significado de los términos de violencia, de igual manera conocer los derechos y obligaciones de los refugiados y desplazados colombianos e internacionales que llegan a nuestro país en busca de ayuda, para poder sobrevivir y emprender en su vida. Según los testimonios de esta investigación lamentablemente no han sido víctimas únicamente por la sociedad ecuatoriana sino por la misma policía nacional, al discriminarlos por su nacionalidad y de igual forma a las mujeres intimidar su vulnerabilidad sexual.

Muchos de los refugiados no conocen sus derechos, y se ven inmersos en abusos laborales entre otros problemas que sufren al intentar integrarse al nuestra sociedad, lamentablemente el acoso sexual y el acoso laboral no es únicamente en mujeres extranjeras sino también en ecuatorianas, porque al tener la necesidad de trabajar han tenido que soportar todo tipo de situaciones para no prescindir de dinero, además la falta de conocimiento de sus derechos afecta más su situación psicológica.

Capítulo 1.

1.- Problemática

Es necesario saber con exactitud el significado de la palabra violencia, por eso se ha extraído el significado textual del Diccionario de la Real Academia Española que establece el significado de la palabra violencia de la siguiente manera; “Cualidad de violento, acción y efecto de violentar o violentarse, acción violenta contra el natural modo de proceder, acción de violar a una mujer”.

Mientras tanto significado de género es; “Construcción cultural mediante la que se adscriben roles sociales, actitudes y aptitudes diferenciados para hombres y mujeres en función de su sexo biológico. Este concepto hace referencia a las diferencias sociales que, por oposición a las particularidades biológicas, han sido aprendidas, cambian con el tiempo y presentan multitud de variantes. Se utiliza para demarcar estas diferencias socioculturales entre mujeres y hombres que son impuestas por los sistemas políticos, económicos, culturales y sociales a través de los agentes de socialización y que son modificables.” El citar este significado podemos establecer que la palabra género viene de un contexto socio-cultural.

En el texto de Ortega y Ospina menciona al organismo de ONU Mujeres (Entidad de las Naciones Unidas para la igualdad de Género y empoderamiento de las Mujeres) define a la violencia de género de la siguiente manera:

“La violencia de género es todo acto, omisión o abuso, que constituye una expresión desigual de poder de una persona respecto a otra. Estas expresiones se pueden manifestar mediante el uso de la fuerza, la intimidación, la desvalorización u otras formas ofensivas, bien sean físicas, psicológicas y/o sexuales, que no permiten a la persona disfrutar de una vida plena y digna.”

“La violencia es una forma de comunicación perversa entre las personas, pero, comunicación al fin” (Briceño-León, 2007).

“La violencia machista, esa particular forma de violencia de los hombres sobre las mujeres, esa especie de plus violencia que recibimos las mujeres, por el mero hecho de serlo, no es un fenómeno social que haya aparecido recientemente, ni es exclusivo de las sociedades contemporáneas. Por el contrario, forma parte de nuestras costumbres, de nuestras tradiciones, de nuestras relaciones y formas de organización sociales, en suma de nuestra cultura” (García y Carrasco 2003).

En base a las definiciones antes mencionadas anteriormente existen muchos tipos de violencia, como el hecho de que es una manera de comunicarse, es un fenómeno socio-cultural, es parte de la sociedad y de las tradiciones, no se discute que la violencia forma parte del diario vivir, y que estemos conscientes de este problema, muchas veces se ignora a la violencia que no es extrema por considerarla actitudes normales de una persona hacia otra, pero las experiencias personales y además de características como género, raza entre otras pueden agravar el problema.

Cabe recalcar algunos datos estadísticos que menciona Briceño- León (2007) en su texto:

Según la Organización Mundial de la Salud, OMS (2003): “mueren en promedio por homicidio unas 140.000 personas al año y la mayoría son producidas por la violencia interpersonal y cotidiana que afecta en mayor medida a las ciudades”

“Cada año, entre 1,5 y 3 millones de mujeres y niñas pierde la vida como consecuencia de la violencia o el abandono por razón de su sexo” (citado en Asamblea de Mujeres de Quito, et al. 2006).”

Lamentablemente estos datos van en aumento, a pesar del arduo trabajo que realizan las entidades gubernamentales, la violencia sigue latente por múltiples factores,

como es el económico, muchas veces las mujeres son dependientes completamente de la cabeza de familiar para subsistir y por la simple necesidad se ven obligadas a soportar todo tipo de maltrato tanto, a ellas y a su familia.

En el caso de las mujeres en situación de refugio en el Ecuador la violencia empieza por el conflicto armado en Colombia, por el desalojo obligado de sus viviendas, el rapto de sus hijos, o el simple hecho de ser mujer.

2. Refugio y violencia contra las mujeres en el Ecuador

2.1 Tema de Refugio en el Ecuador

En el texto elaborado por el ACNUR (2011) recalca la labor y las políticas que tiene el estado ecuatoriano en cuenta a la materia de refugio, “En el año 2000 miles de ciudadanos colombianos y de otros países han ingresado a territorio ecuatoriano en calidad de personas con necesidad de protección internacional. Hasta finales de 2007 se ha presentado más de 55 mil solicitudes de refugio, pero la realidad sobrepasa considerablemente esta cifra.”

El conflicto armado en Colombia es un problema latente que obliga a miles de personas diariamente a desalojar sus viviendas, muchos de ellos están en localidades fronterizas con el Ecuador, y muchos de ellos prefieren venir a nuestro país que ir a otras ciudades de Colombia.

Adicionalmente cabe mencionar que el estado ecuatoriano adquirió un compromiso en: “la convención de Ginebra en 1951 sobre el Estatuto de los Refugiados, su Protocolo de 1967, la Declaración de Cartagena de 1984 y Plan de Acción México de 2004, en la medida de sus realidades y posibilidades y con un enfoque de solidaridad y corresponsabilidad, tanto con el Estado colombiano como con la comunidad internacional.” El resumen de este documento establece cinco elementos mencionados en el texto del ACNUR (2012) que:

- Se aplicara el “modelo mixto” esto quiere personas registradas o no serán atendidas e informadas sobre sus derechos
- Aplicación del registro ampliado a “personas invisibles”
- Inclusión de la población con necesidad de protección internacional
- Implementación del programa de Fronteras Solidarias con el apoyo de otras ciudades del Ecuador
- Informar sobre los avances de esta política por lo menos cada año

Según el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana del Ecuador, se modificó este documento de la siguiente manera:

“Ecuador ratificó la Convención de 1951 sobre el Estatuto de los Refugiados en 1958 y su Protocolo Adicional de 1967, en 1969. Estos instrumentos están reglamentados en el Decreto Presidencial No. 1182, de 30 de mayo de 2012, que regula el sistema de asilo en el país. Este decreto eliminó la definición de refugiado contenida en la Declaración de Cartagena sobre Refugiados de 1984 que era parte del anterior Decreto Presidencial No. 3301, hoy derogado. La Constitución de la República del Ecuador de 2008 reconoce los principios de movilidad humana y ciudadanía universal, así como "los derechos de asilo y refugio" (art. 41).

Estos elementos son los encargados de velar por el bienestar de los refugiados en el Ecuador, informar sobre sus derechos, y obligaciones. Muchos de los migrantes colombianos, no tienen conocimiento de que pueden recibir ayuda, ya sea en albergues u otras instituciones encargadas del bienestar de los mismos.

Existen varios estereotipos acerca de la situación de los refugiados, debido a que la falta de conocimiento se los ha catalogado como personas peligrosas, muchas veces y en algunos lugares se los ha discriminado por el simple hecho de ser colombianos, una vez acabado el proceso de tramitación de refugio en el Ecuador, estas personas reciben

una carnet que equivale igual a una cédula, este es un documento de identidad, perfectamente válido para todos los trámites legales necesarios, pero lamentablemente muchas veces no los hacen válidos y las personas se ven envueltos en problemas burocráticos y papeleos innecesarios debido a la falta de información.

2.2 Derechos y Obligaciones de los Refugiados:

El ACNUR, al igual que el Ministerio de Relaciones Exteriores son los encargados de informar a los refugiados sobre sus derechos y obligación, a continuación un detalles de los mismos, texto extraído de sitio web del ACNUR.

“Derechos y Obligaciones

De las personas refugiadas Ecuador un país solidario, un país de paz

Derechos

A transitar libremente

Por el territorio nacional ecuatoriano.

A la No devolución

Usted y su familia no podrán ser devueltos o expulsados a ningún país donde su libertad, seguridad o integridad peligren.

A la educación pública

Usted y su familia podrán inscribirse en los centros de estudio del país.

Al trabajo

Usted podrá ser contratado/a o trabajar por cuenta propia. La remuneración deberá ser conforme a la ley.

A la salud

Usted y su familia tendrán acceso a todos los centros de salud u hospitales públicos del país.

A vivienda

Usted podrá arrendar una casa, apartamento o cuarto y tener un contrato legal de alquiler.

A tener una cuenta de ahorros

Usted tendrá acceso a todos los servicios bancarios y financieros del país.

A una licencia de conducir

Siguiendo los trámites necesarios.

A la Seguridad Social

Usted y su familia tienen derecho a la seguridad social del país.

Obligaciones

Cumplir con la Constitución y las leyes del Ecuador

De no hacerlo, será sancionado como cualquier ciudadano/a ecuatoriano/a.

Registrarse en las oficinas de la Policía de Migración una vez cada año

Todos los extranjeros que viven legalmente en el Ecuador tienen la obligación de registrarse.

¿Quiénes son las personas refugiadas?

Son todas aquellas personas que huyen de su país a causa de un temor fundado de persecución por motivos de raza, religión, nacionalidad, opinión política o pertenencia a un grupo social y que no puedan o, a causa de dichos temores, no quieran acogerse a la protección de su país; o que careciendo de nacionalidad y hallándose a consecuencia de tales acontecimientos fuera del país de residencia habitual, no puedan o, a causa de dichos temores no quieran regresar a él.

También son refugiados/as todas las personas que huyen de su país porque su vida, seguridad o libertad han sido amenazadas por la violencia generalizada, la agresión extranjera, los conflictos internos, la violación masiva de los derechos humanos u otras circunstancias que hayan perturbado gravemente el orden público.

Raza: El concepto de raza debe entenderse en su sentido más amplio, abarcando todos los grupos étnicos habitualmente denominados como “razas”. La discriminación racial constituye un elemento importante al determinar la existencia de una persecución.

Religión: La persecución por motivos de religión puede adoptar diversas formas. Por ejemplo, la prohibición de pertenecer a una comunidad religiosa o graves medidas de discriminación impuestas a las personas debido a su práctica religiosa.

Nacionalidad: El término nacionalidad no debe entenderse sólo como “ciudadanía”, sino que designa también la pertenencia a un grupo nacional (como los indígenas) o lingüístico. La persecución por motivos de nacionalidad puede consistir en medidas y comportamientos contrarios a una minoría nacional, incluyendo la anulación arbitraria del derecho a una nacionalidad, creando grupos de apátridas.

Opinión política: La persecución por motivo de opinión política se refiere a las medidas de represión tomadas por las autoridades de un Estado o por un grupo que ejerza poder contra personas por no tolerar sus opiniones políticas, o por considerar que tiene opiniones políticas contrarias a las del Estado o del grupo de poder.

Pertenencia a un grupo social determinado: Un determinado grupo social comprende a personas de antecedentes o condición social similares. La pertenencia a un determinado grupo social puede convertirse en la causa de persecución cuando el Estado, sus representantes u otra agrupación que ejerza el poder son intolerantes ante este grupo social, sus actividades económicas o sus costumbres.” (ACNUR 2012)

La información antes mencionada, establece que los refugiados tienen los mismos derechos que los ecuatorianos a excepción del voto, no se los debe discriminar ni por su nacionalidad o su raza, y tampoco al pertenecer a un grupo social por tener una manera diferente de pensar. Es importante que la sociedad ecuatoriana rompa con estereotipos hacia las personas necesitadas, en este caso se confunde la necesidad o la obligación de

salir de un país, a la de salir de un país de forma voluntaria, en busca de un trabajo, o de manutención.

Ahora en los medios de comunicación podemos ver día a día los conflictos armados que obligan a las familias a salir de sus hogares, como es el caso de Siria, que actualmente existen campos de refugiados en las zonas fronterizas, con más de un millón de personas desplazadas por el conflicto.

Autoridades, líderes de opinión, artistas y celebridades se han unido para recaudar fondos y ayudar de alguna manera a esta gente tan necesitada.

Pocas personas logran llegar a estos campamentos donde son atendidas sus necesidades básicas, pero algunas de ellas han migrado en condiciones deplorables a países desarrollados en busca de ayuda, en estos casos en cuando se ven actos de violencia, o abusos contra las mujeres y niñas.

2.3 Mujeres refugiadas Víctimas de Violencia

Aparte de la discriminación por nacionalidad, se suma la discriminación por género, de personas desplazadas hacia nuestro país.

Un testimonio recogido en un grupo focal realizado en el 2009 por los autores del libro “No se puede ser refugiado toda la vida” de Ortega y Ospina relata el siguiente evento con la policía ecuatoriana en la ciudad de Ibarra:

“Cuando llegamos a Ibarra los policías nos cogían y nos decían: -es que nosotros somos alérgicos a los colombianos-, y en ocasiones nos encendían a garrote... nos jodían. Y llegan, miran a las mujeres, y eso, si las desvisten con los ojos y que - ¡uy! Que colombiana tan bella- que sé qué”

“Los hombres son confrontados con la fuerza física y las mujeres con su vulnerabilidad sexual.” (Ortega y Ospina 2012)

Lamentablemente en nuestro país es muy común la mala actitud de los policía por la falta de información, este grupo de refugiados nos solo han sido agredidos físicamente, sino que han sido discriminados por su nacionalidad.

El siguiente testimonio representa el acoso sexual que sufren las mujeres colombianas al llegar a nuestro país, según el texto de Ospina y Ortega, las mujeres son las que tienen mayor oportunidad de trabajo, pero lamentablemente esto acarrea a un posible acoso sexual, por parte del empleador.

“A mí por lo menos, donde quiera que he entrado a trabajar siempre, los hombres acá son muy horribles. No alcanzan a preguntarle a uno ni siquiera el nombre y ya lo están invitando a uno para cierta parte. El solo hecho de que uno dice que es colombiana ya está, como si la cara la lleva a uno de la mano.”

Existen muchos calificativos, como “fáciles”, que estereotipan a la mujer colombiana, con en este testimonio los hombres en el entorno de esta mujer no tienen reparo en decirle o proponerle algo a cambio de sexo. Estos estereotipos son una fuerte barrera para la integración de los refugiados en nuestro país, se han visto limitados en conseguir una vivienda, un trabajo por el simple hecho de ser colombianos. Existen algunos barrios en diferentes ciudades del Ecuador donde solamente están presentes gente de Colombia, de esta manera es más fácil para estos grupos poder asentarse en lugar seguro con su familia.

En el ámbito laboral, las mujeres colombianas refugiadas son víctimas de acoso, y en la mayoría de los casos cuando estas mujeres no acceden son despedidas de su lugar de trabajo, es un hecho que las mujeres migrantes son más vulnerables a los acosos y a los abusos sexuales. Es acoso sexual laboral, no es únicamente para las mujeres extranjeras es también para las ecuatorianas, pero lamentablemente muchas veces no se han realizado las respectivas denuncias por el miedo de perder su trabajo y no tener el

sustento para mantener a su familia, ya que el caso de refugiadas, las cabezas de familia son las mujeres. “En un grupo de refugiados, el 70% son mujeres y niños” (ACNUR 2007)

3. Discriminación y Xenofobia

3.1. Manifiesto contra la Discriminación y la Xenofobia

“Ecuador, 9 de diciembre 2010

Los abajo firmantes organismos, instituciones y personas, considerando que:

1. La Declaración Universal de Derechos Humanos señala que “todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos, y que toda persona tiene los derechos y libertades proclamados en ella, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición”.

Por ello la no discriminación es la esencia de los derechos humanos.

2. Día a día hombres, mujeres, niños, niñas y adolescentes, de distintas nacionalidades, etnias y clases sociales son víctimas de discriminación y xenofobia en nuestra sociedad. Esta se manifiesta como un elemento de exclusión social que limita las capacidades individuales y colectivas para alcanzar una vida digna.

3. Las mujeres son quienes sufren mayor discriminación. Sea cual sea su origen, nacionalidad, extracción siguen siendo marginadas en la valoración de su trabajo. Estos factores se unen a la violencia intrafamiliar, sexual y a agresiones físicas y psicológicas; 8 de cada 10 de ellas, en el Ecuador han sufrido violencia en manos de diversos sectores. Como resultado se destruye la igualdad en el disfrute de sus derechos y la equidad de género, principios fundamentales de los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales.

4. Los pueblos y nacionalidades indígenas, afro descendientes, montubios y los pobres del campo y la ciudad continúan siendo marginados y discriminados por razones étnicas, culturales, sociales y económicas. Estos son factores que generan estereotipos en los que se sostienen conductas discriminatorias y xenofóbicas como la criminalización o condición de sospechoso de personas por el simple hecho de pertenecer a uno de estos grupos o de ser de otra nacionalidad (incluidas refugiadas y refugiados u otros migrantes que llegan al Ecuador). En este marco se incluyen jóvenes y adolescentes que son sindicados en el imaginario social como un sector de la población culpable de aumento de violencia en barrios y poblaciones marginales.

5. Ecuador es el país de América Latina con el número más alto de refugiadas, refugiados y solicitantes de asilo y a pesar de la solidaridad del pueblo ecuatoriano y de la legislación vigente, se muestra a su vez cómo estos colectivos, pero también otros migrantes se enfrentan al aumento de situaciones que evidencian reacciones xenófobas. A pesar de la demostrada generosidad del pueblo ecuatoriano, se observan en diversos sectores sociales y medios de comunicación, cómo esas manifestaciones sesgadas y generalizadoras tienden a culpar a personas de otras nacionalidades de las situaciones de violencia o inseguridad urbana.

6. En el conjunto de las personas en situación de movilidad humana, como en la sociedad, existen quienes transgreden la ley y cometen delitos, pero cualquier generalización sobre cualquier grupo social es discriminatoria y contraria a los principios de convivencia social, y socava profundamente los principios de justicia, derechos humanos y Estado de derechos que garantiza la Constitución.

7. La Constitución de la República del Ecuador, reconoce el derecho a migrar, proscribela consideración de ilegal para cualquier persona, y reconoce la noción de ciudadanía universal, categorías excepcionales para la integración y coexistencia entre todos los

sectores de la sociedad. La misma Constitución garantiza los derechos mencionados y reconocemos los esfuerzos del Gobierno, de la Sociedad Civil, el Estado en todos sus niveles y de las agencias de Naciones Unidas para fortalecer su espíritu garantista.

(Fuente ACNUR).

Capítulo 2

2.1 Entidades involucradas en este tipo de problemas sociales

Empresa Privada

Distrito Metropolitano de Quito

Ecuavisa

El Telégrafo

Yanbal

Correos de Ecuador

ONG's (Organismos no Gubernamentales)

Giz

ONU Mujeres

ACNUR

Únete Ecuador

2.2 Campañas Encargadas

2.2.1. Carta de Mujeres

“Cartas de Mujeres es una Campaña que se planteó para buscar la transformación de las relaciones inequitativas de género y la eliminación de la violencia en el espacio público mediante el estímulo a la ocupación de la ciudad por hombres y mujeres a través del ejercicio de escritura, y del uso de la carta como una herramienta de interpelación y de expresión de vivencias cotidianas. 6 Cartas de Mujeres se formula en concordancia con los mandatos constitucionales que establecen que el Ecuador es un Estado de derechos y justicia, social, unitario e intercultural; que garantiza a las personas el acceso y participación en el espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad; y, el derecho a difundir en el espacio público las propia expresiones culturales (Constitución Política del Ecuador

2008). Se trata de una iniciativa que se enmarca en de la campaña global "UNIDOS para poner fin a la violencia contra la mujer", del Secretario General (SG), BanKi--moon (2008--2015), concebida para canalizar los esfuerzos que, en esa dirección, realiza ONUMUJERES en la región y que se inserta en el Plan de Trabajo 2011--2015 del Grupo.

La Campaña Cartas de Mujeres, tenía como objetivo “Contribuir al aumento de la concienciación y la movilización social y pública para prevenir, sancionar y eliminar todas las formas de violencia contra las mujeres, las adolescentes y las niñas; el proyecto estuvo orientado a estimular el cambio de patrones socio--culturales para la construcción de sociedades igualitarias y no violentas”. A partir de esta iniciativa, se lograron recolectar 9.736 cartas de todo el país, el 84% eran provenientes del Distrito Metropolitano de Quito.

El Proyecto partió de la comprensión de que la carta es una expresión cultural de la cotidianidad y de la acción política, que responde a un ejercicio ciudadano y a la responsabilidad frente a la violencia contra las mujeres, las niñas y las adolescentes. La carta es una práctica explícitamente política cuando se utiliza para denunciar, hacer pedidos y expresar opiniones. Las historias personales son políticas y, en este sentido, se entendió el uso de la carta como instrumento para 7 generar conciencia pública (sensibilización), como instrumento interpelante y de exigibilidad de derechos.

El éxito de la campaña se basó en las alianzas estratégicas con diversos actores, en primer lugar el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito con el apoyo y asesoría de la Comisión de Equidad de Género, las Secretarías de Desarrollo Territorial, Inclusión Social, Seguridad Ciudadana y Cultura, así como el Patronato Municipal a través del Programa Ciudades Seguras.

A su vez fue importante la alianza con la con ECUAVISA y YANBAL quienes permitieron llegar a un mayor número de personas a través de estrategias mediáticas y el

posicionamiento del de la Campaña. Correos del Ecuador fue otro aliado fundamental para la recepción de cartas provenientes de Quito y de diferentes lugares del país. También fue importante la articulación con organizaciones de mujeres, jóvenes, fundaciones, colegios, y todas las personas interesadas en participar en esta iniciativa.

Con el objetivo de motivar la escritura de cartas se plantearon diferentes estrategias como: los buzones, los puntos de escritura y los talleres.

A través de los talleres se logró sensibilizar a las mujeres y a los hombres participantes en el conocimiento de sus cuerpos, y en la ubicación de fortalezas y debilidades socialmente construidas acerca de lo femenino. Asimismo, se trabajó en la relación de los y las participantes con el espacio público en aras de presentar la importancia de la desbinarización del espacio público, es decir en dejar de lado la concepción que reconoce y diferencia los espacios como de hombres y mujeres para hacerlos incluyentes para toda la población.

De esta manera se buscaba a su vez fortalecer las capacidades de las personas en contra de los modelos machistas y heteronormados que se desarrollan en las calles. En los talleres se trabajaron los temas de cuerpo, ciudad, espacio público y género por medio de dinámicas que involucraron prácticas artísticas, ejercicios corporales y trabajo en grupo. Como resultado final, se pasaba a la reflexión por medio de una carta acerca de las experiencias personales en las que confluían los temas trabajados. En total se realizaron 146 talleres con los cuales logramos llegar a 3521 personas en Quito y en provincias como Esmeraldas, Guayas, Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas, Napo, Tungurahua y Sucumbios.

Las cartas pasaron por un proceso de lectura y sistematización que permitió ver las principales inquietudes de las mujeres, los hombres, los niños y niñas en donde se identificó en primer lugar la necesidad de expresión, la cual se materializó a través de la

escritura. Gracias a la campaña miles de personas lograron comunicar sus vivencias, de esta manera se identificó una falencia de mecanismos de participación y veeduría ante las diferentes instituciones estatales y municipales. (Campaña Cartas de Mujeres 2010)

2.2.2 Convivir en Solidaridad

La campaña “Convivir en Solidaridad” se implementa en Ecuador y tiene como objetivo promover una convivencia armónica entre distintos grupos sociales que viven en el país que incluyen a mujeres, niños, niñas, adolescentes, indígenas, afro-descendientes, personas de otras nacionalidades, refugiados, personas con distintas orientaciones sexuales, personas con capacidades especiales, entre otros. Pretende ser una plataforma de trabajo conjunto, liderada por el ACNUR, y que cuenta con la participación de la sociedad civil, sistema de las Naciones Unidas, asociaciones de base y algunas entidades del Gobierno. Fomenta una cultura de respeto, inclusión y sororidad.

El país con el mayor número de refugiados en América Latina

La agencia de Naciones Unidas para los refugiados inició sus operaciones en el Ecuador en el año 2000 por pedido del Gobierno, en vista del creciente número de refugiados provenientes de Colombia como consecuencia del conflicto interno en ese país. Ecuador es el país con el mayor número de refugiados en América Latina. En el país viven alrededor de 54.000 refugiados reconocidos por el Estado ecuatoriano, el 98% de los cuales es de nacionalidad colombiana. (Fuente ACNUR 2012).

Capítulo 3

3.1. Alianza Estratégica (Perfil de las Entidades)

En este capítulo se hará una descripción de las entidades que participan en la campaña por la cual se realiza este trabajo, las cuales son ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados) y la empresa de calzado deportivo Adidas Ecuador.

3.2 Perfil del Organismo Internacional

ACNUR (Alto comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados)

“Si bien las Naciones Unidas han enfrentado la "cuestión refugiados" desde el principio de su actividad, y aun antes de su institución formal, la comunidad internacional ya había asumido esta responsabilidad - estrechamente ligada al principio fundamental de defensa de los derechos humanos - mucho antes, casi a principios del siglo XX.

Puede decirse que el fenómeno de los refugiados y de los desplazados del siglo XX comenzó a principios de 1912, con las guerras balcánicas, asumiendo dimensiones más preocupantes con la revolución rusa y el fracaso de la contrarrevolución de 1917. En esa época, la asistencia a los refugiados y desplazados estaba en manos de organismos humanitarios, como la Liga de las Sociedades de la Cruz Roja.”

El ACNUR, junto con otras organizaciones como HIAS y Cruz Roja Ecuatoriana, reparte ayuda humanitaria a las personas más necesitadas que llegan al Ecuador huyendo de la violencia y de amenazas contra su vida. Esta ayuda puede consistir en albergue para los primeros días, alimentos básicos y utensilios de cocina e higiene personal.

El ACNUR no entrega dinero en efectivo. La ayuda que se da a las personas refugiadas es temporal, pues la intención es promover que todas estas personas logren estabilidad y autosuficiencia. Es importante aclarar que el tipo de ayuda entregada

depende de las necesidades específicas de las personas y de los recursos con los que cuenta el ACNUR para este fin. (ACNUR 2012)

3.2.1 Grupos de interés: Actuales y potenciales

- Fondo de Naciones Unidas para la Niñez (UNICEF)
- Organización Panamericana de la Salud (OPS)
- Programa Mundial de Alimentos (PMA)
- Programa de Voluntarios de Naciones Unidas (UNV)
- Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
- Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer (ONU MUJERES)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación
- Ciencia y Cultura (UNESCO)
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM)
- Dirección General de Refugiados del Ministerio de Relaciones Exteriores (DGR)
- Hebrew Immigrant AID Society (HIAS)
- Cruz Roja Ecuatoriana (CRE)
- Fundación Ambiente y Federación de Artesanos Afro Ecuatorianos Recolectores de Productos del Manglar (FEDARPOM)
- Unidad de Cooperación para el Desarrollo de las Poblaciones (UCODEP)
- Cooperazione Internazionale (COOPI)
- Federación de Mujeres de Sucumbíos
- Pastoral Social Tulcán
- Pastoral Social Esmeraldas
- Iglesia de san Miguel de Sucumbíos (ISAMIS)

- Conferencia Episcopal

3.2.2 Imagen del Organismo Internacional

La Imagen del ACNUR es bien reconocida por el trabajo que brinda a nivel mundial, trabajan constantemente en la integración, y la situación de los refugiados desplazados por los conflictos internos. Pero lamentablemente en el Ecuador tiene una imagen negativa por la cantidad de refugiados Colombianos que acoge el Ecuador. Algunos medios de comunicación dañaron completamente la imagen de esta organización al reportar constantemente (la minoría) son delincuentes o guerrilleros, que vienen como refugiados.

El Ecuador actualmente acoge a 56.400 refugiados de los cuales el 98% son colombianos. (ACNUR 2012)

3.2.3 Identificación de la competencia del Organismo Internacional

Este es un organismo internacional que no tiene competencia directa porque es una organización sin fines de lucro y su objetivo es la labor humanitaria. El Presupuesto con el que cuenta para su o sus proyectos es que en cada departamento del ACNUR tiene un presupuesto anual para sus proyectos, el departamento de Información Pública es el encargado de las campañas y proyectos.

Los fondos del ACNUR provienen en una mínima parte del presupuesto general de la Organización de las Naciones Unidas. La mayor parte proviene de donaciones directas de varios gobiernos y de particulares.

Este presupuesto cubre los gastos administrativos de la agencia y los diferentes proyectos y obras que realiza en cada país donde ACNUR está presente. Recientemente el Gobierno de Brasil donó al Ecuador \$500.000, actualmente la página web del ACNUR tiene la opción de donación de 1 dólar al día. Actualmente YAMBAL y Ecuavisa trabajan

conjuntamente con el ACNUR y ONU Mujeres por su lucha constante en contra de la discriminación racial y de género.

3.3 Perfil de la Empresa Privada

Adidas Ecuador

El nombre originario de Adidas fue Gebrüder Dassler Schuhfabrik, creada por Adolf Dassler (Adi) junto con su hermano Rudolf Dassler a comienzos de la década de 1920, época de la primera gran posguerra mundial.

En aquellos tiempos era prácticamente imposible augurar que Adidas se convertiría en uno de los gigantes de material deportivo del siglo. Diferencias personales hicieron que Adolf Dassler y Rudolf se separasen en 1948, quedándose Adolf con Adidas mientras que Rudolf creó Puma.

Estas diferencias hicieron que Adolf Dassler rebautizara la empresa, pasándose a llamar Adidas (que partió de las primeras sílabas de su nombre y apellido) y registrando en ese momento las inconfundibles tres rayas.

En la década de 1950 Adidas era ya una marca conocida en Alemania pero el empujón a nivel mundial lo consiguió en el mundial de fútbol de 1954 cuando la selección de Alemania jugó la final con botas Adidas, esto permitió que todo el mundo conociera Adidas.

Adidas siguió a lo largo de los años patrocinando a distintas estrellas del deporte con el objetivo de conseguir publicidad. Entre los deportistas conocidos de la época se encontraban figuras como Muhammed Ali o Jesse Owens.

Tras el fallecimiento de Adi Dassler en 1978, su hijo Horst se quedó al frente de Adidas. Horst sólo fue presidente hasta 1987, cuando murió a los 51 años. Tras este suceso, la compañía comienza a atravesar una grave crisis, principalmente debido al empuje de Nike.

En 1990 Adidas es comprada por Bernard Tapie por 244 millones de euros. Tapie era un especialista en rescatar empresas en bancarrota, sin embargo, Tapie se declaró en bancarrota en 1992, siendo el banco Credit Lyonnais el encargado de vender Adidas a Robert Louis-Dreyfus, amigo de Bernard Tapies. Con Louis-Dreyfus, Adidas remonta el vuelo, situándose entre las 4 grandes: Nike, Reebok, Puma y Adidas.

En los años 90, Adidas lanza distintas líneas de ropa, unas líneas deportivas, otras de ropa informal. La estética grunge y retro de los 70 se pone de moda entre las estrellas del rock y los adolescentes siguen esta línea. En 1997 Adidas compra al fabricante francés de equipos de ski Salomón y crean Adidas-Salomon A.G. En el año 2001, Herbert Hainer asume el cargo de CEO de la empresa. En 2002, Adidas-Salomon es la primera marca deportiva en lanzar la Customization Experience.

Se trata de una estrategia que consiste en que los clientes de los productos Adidas creen e ideen sus productos ideales.

En el 2004 Adidas lanzó la primera zapatilla deportiva con microprocesador, la adidas 1, fruto de más de 20 años de desarrollo. En el 2005, Adidas anunció públicamente la venta de la compañía Salomon Group, por 485.000.000 € a la compañía Amer Sports de Finlandia. Ese mismo año, Adidas compra a su rival Reebok por 3,8 billones de dólares. De esta manera Adidas consigue acercarse más a la compañía líder, Nike. (Fuente: Adidas España)

3.3.1 Cultura Organizacional de la Empresa

“Misión

Fabricar y comercializar ropa deportiva a nivel nacional e internacional. Y ofrecerles a nuestros clientes productos de alta calidad, para así cumplir con las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles mayor calidad y comodidad.

Visión

Nuestra visión es poder llegar a ser en el 2012 una empresa muy reconocida a nivel mundial por nuestra calidad y buen servicio que ofrecemos a nuestros clientes.”

3.3.2 Mercado actual y potencial

El mercado de Adidas es muy controversial por la constante lucha, y encuentro con NIKE por ser su principal competencia, el posicionamiento de NIKE en el mercado Ecuatoriano es bajo, pero con la nueva promoción, de sus productos y la utilización de artistas como Lionel Messi, Katy Perry, David Beckham abarcando todos los tipos de deportes como el fútbol, atletismo, ciclismo, ya que Adidas con sus “tres rayas” llama la atención de todas las personas.

Adidas es la segunda tienda de ropa más importante en el mundo como lo mencioné anteriormente si principal competidor es NIKE, sus acciones subían un 2.26% a 49.94 euros a las 1236 GMT.

Adidas reportó que las ventas del segundo trimestre subieron un 5% a 3,060 millones de euros (4,360 millones de dólares) en tanto que su ganancia operacional subió un 12% a 219 millones. Los analistas, en promedio, esperaban ventas para el segundo trimestre de 3,070 millones de euros y una ganancia operacional de 222 millones, de acuerdo con un sondeo de Reuters. Las ventas en China en el trimestre que cerró en junio saltaron un 41%, mientras que en Norteamérica subieron un 5 por ciento. (Fuente: El Economista.mx)

3.2.3 Productos

La empresa Adidas es actualmente el líder europeo de productos deportivos. Los productos de Adidas (calzados, ropa y accesorios) se encuentran en todo el mundo, sus inconfundibles “tres tiras” aparecen tanto en competencias deportivas de alto rango, las

calles y los comercios. Desde 1970, Adidas es el patrocinador, proveedor y titular oficial de la Copa Mundial de Fútbol.

En este evento, Adidas se encarga de proveer los balones de fútbol y la vestimenta de los árbitros, árbitros asistentes, y recogepelotas. El 19 de enero de 2005, Adidas Group anunció una extensión de la sociedad entre la compañía textil y la FIFA, ganando los derechos del evento del 2010 y del 2014. Al igual en el ciclismo y en competencias las lycras de ciclistas son muy conocidas como patrocinadores oficiales.

Adidas es el patrocinador de varios clubes en el mundo (como por ejemplo A.C. Milan, Bayern München, Chelsea FC, Liverpool FC, SL Benfica, Real Madrid, River Plate, Universidad de Chile, Deportivo Cali, Once Caldas, entre otros).

Además, patrocina a una serie de selecciones de fútbol, entre las que se encuentran: Alemania, Argentina, España, Francia, Japón, y Trinidad y Tobago , Venezuela y México con la que firmó el pasado 4 de octubre de 2006 un contrato de más de 70 millones de dólares, colocando a esta selección entre las 10 mejores pagadas del mundo. Además, Adidas es proveedor de una serie de deportistas, entre los que se destacan: Kaká, Michael Ballack, Diego Tristán, David Beckham, Lionel Messi, Marcelo Salas, Juan Arango, Xavi Hernández y Raúl González, entre otros.

3.2.4 Productos para la Campaña de Mercadeo Social

Se utilizó la ropa Deportiva promocionar la nueva línea de ropa para ciclistas de Adidas. La imagen de Adidas representa al ser la segunda marca de ropa más reconocida en el mundo, su presencia en el Ecuador es muy baja y desean reforzarla. La competencia es la empresa Nike la cual todo el tiempo está realizando eventos sobre carreras, mientras que Adidas desea posicionarse y dar a conocer sus productos mediante el ciclismo. Actualmente la situación de Adidas en el mercado ecuatoriano es que tiene una tasa de venta estándar, más no ha rebasado su límite de ventas.

3.2.5 Campañas de Mercado Social (Adidas)

La responsabilidad social tiene acciones muy concretas a realizar dentro de las empresas, sin embargo, al ligarse a causas, siempre debe ponderarse el *Core Business* de la empresa.

Adidas en el Mundial del 2010 realizó una campaña que representa un gran ejemplo; a finales de marzo del año 2010 Adidas presentó la campaña UMU, creada para inspirar al mundo a celebrar la diversidad en la unidad recaudando fondos para la Fundación 46664 de Nelson Mandela y desarrollando proyectos a largo plazo que dejen un legado mucho después de que termine la Copa Mundial FIFA 2010™.

UMU por sus siglas en inglés significa Unite Mzansi Unite o Únete Mzansi Únete (Mzansi quiere decir “Sudáfrica” en el lenguaje Nguni Bantu) y representa uno de los esfuerzos clave de beneficencia que Adidas tiene en Sudáfrica.

Mandela, conocido en su país como Madiba, fue el primer presidente de Sudáfrica elegido democráticamente mediante sufragio universal y es un símbolo para Sudáfrica.

Mandela ha recibido más de 250 premios y reconocimientos internacionales durante cuatro décadas, incluido en 1993 el Premio Nobel de la Paz. 46664 era el número de Nelson Mandela de prisión cuando se encontraba preso en Robben Island, Ciudad del Cabo en Sudáfrica.

De ahí que 46664 sea la iniciativa de Nelson Mandela para luchar contra el VIH/SIDA mediante una campaña de prevención. Hay que recordar que el SIDA es uno de las mayores plagas en África.



Imagen 1: Campaña UMU Adidas (Fuente: Adidas España)



Imagen 2: Campaña UMU Adidas (Fuente: Adidas España)

“En este marco, Adidas creó un producto único multifuncional amarillo llamado UMU, que permite a cada individuo vestirlo como prefiera y celebrar su apoyo por la unidad sudafricana. Las ganancias por la venta de este producto fueron donadas a la Fundación 46664. Esta causa mundial tiene embajadores tan importantes como Lionel Messi, Andrés Guardado, el mismísimo Forlan que ayer anotara dos goles en la Copa del Mundo, la estrella de Alemania, Ballack, entre otros.

Con esta acción, Adidas genera una campaña con causa ligada directamente a su Core Business, además de enlazarse de manera contundente con la FIFA y el país sede, dos de sus stakeholders más importantes, a más del tremendo goodwill que la campaña provoca. Hay veces que pensamos que usar responsabilidad social y estrategia en una misma frase, debería ser pleonasma... al menos en el lenguaje de Adidas”. (Fuente: Adidas Argentina)

Capítulo 4

4.1 Campaña: “Pedalea en el Ciclopaseo por un Ecuador solidario y sin discriminación”

Objetivo:

Eliminar la discriminación racial y de género en el Ecuador, mediante un Ciclopaseo un día domingo donde se recorre la ciclo-ruta en la ciudad de Quito.

Beneficios:

Durante esta ruta Adidas dará a conocer su línea de ropa de ciclistas, a las personas participantes al Ciclopaseo tendrán descuento en su línea de ropa y accesorios para ciclistas. La venta de las nuevas lycras es su producto estrella para esta ocasión.

Nombre de la campaña

Pedalea en Ciclopaseo por un Ecuador solidario y sin discriminación

Logo de la campaña

Pedalea en el Ciclopaseo

Slogan/mensaje de la campaña

Por un Ecuador Solidario y Sin discriminación

Diseño de la etiqueta del producto

El producto que busca Adidas promocionar es sus lycras de ciclismo para todo tipo de ciclismo.



Imagen 3: Posible producto a utilizar

El producto que busca Adidas promocionar es sus licras de ciclismo para todo tipo de ciclismo.

Evento Recaudación de Fondos:

Para la recaudación de fondos, el día del Ciclopaseo la personas tendrán que inscribirse para participar y el 35% de la recaudación de la inscripción será donado a la ONG designa.

Imagen de la Campaña



Imagen 4: Actor Roberto Manrique Maratón Miami 2011 (Fuente: Roberto-Manrique.com)

Se escogió al actor Roberto Manrique, por sus participaciones previas en eventos de ACNUR en Lago Agrio, y por su dedicación al deporte.

Campaña BTL y presencia en redes sociales

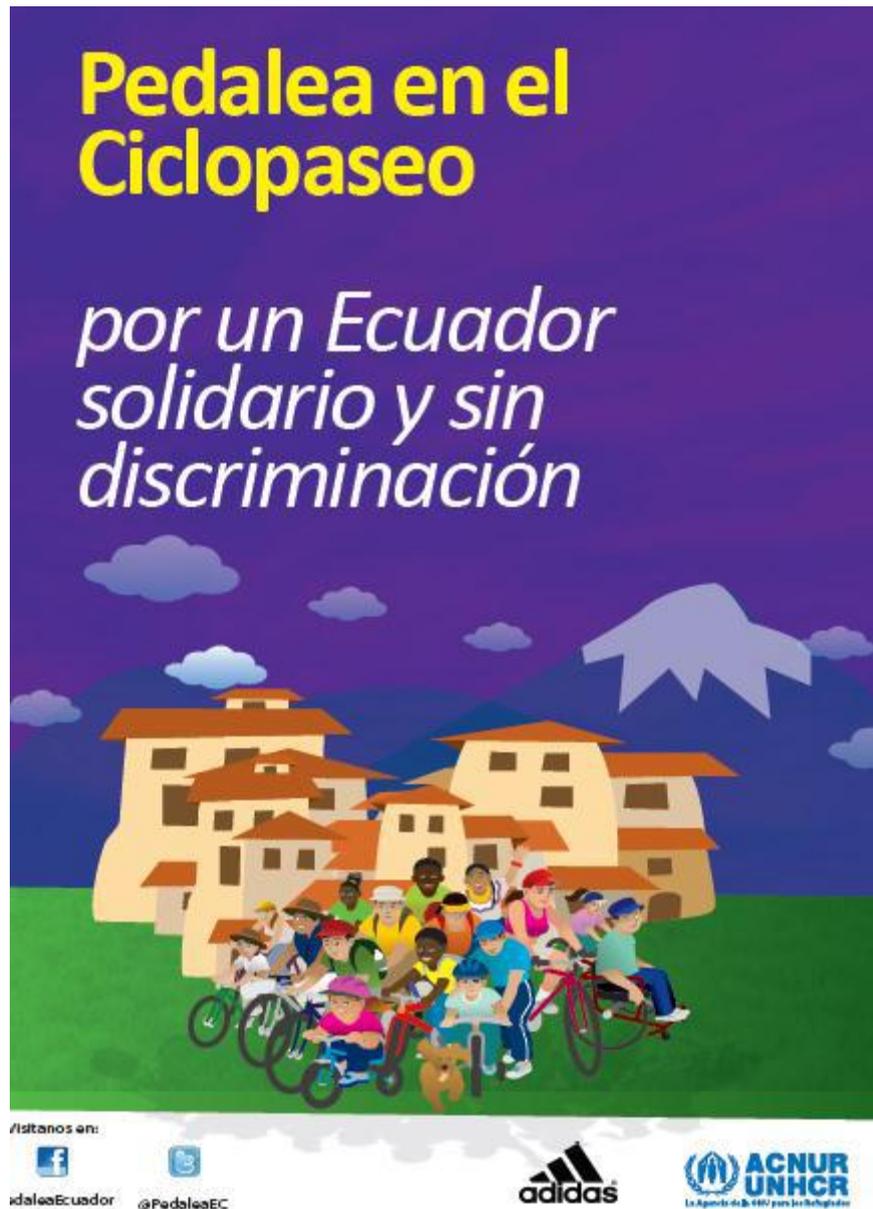


Imagen 5: Afiche



Imagen6: Presencia en Redes Sociales

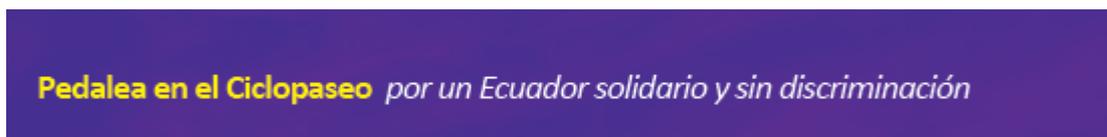


Imagen 7: Pulseras

Públicos:

Público	Tácticas
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín de prensa • Presentación de la Campaña • Información sobre discriminación y violencia
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • BLT “Por un Ecuador solidario y sin discriminación” • Cicleada desde Quitumbe hasta el parque la Carolina • Activación WEB 2.0 • Venta de Productos deportivos Adidas
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de autoridades como: Ministro Ricardo Patiño.

4.2 Etapas

Para alcanzar los objetivos de la campaña “Ciclea por un Ecuador solidario y sin discriminación”, se pueden implementar tres acciones comunicacionales que consistirán en una actividad BTL (Below The Line), un activismo que consiste en una caravana desde Quitumbe hasta el parque la Carolina, y para la recaudación de fondos se donará el 35% de las ventas de la inscripción y de las ventas de los artículos deportivos.

Expectativa	Información	Medición de resultados
Venta de Artículos deportivos BTL: Anuncios en Facebook invitando al evento	Artículos para ciclistas con el logotipo de la campaña	Monto recaudado en las actividades Cantidad de asistentes Cantidad de medios de comunicación que difunden la campaña

Conclusiones

En base a la investigación realizada y la información que tiene el ACNUR, podemos decir que la situación de este grupo de personas es realmente preocupante porque al salir de sus países por buscar protección han encontrado más problemas, a pesar de ser las mujeres las que tienen mejor oportunidad laboral son las más vulnerables a sufrir todo tipo de acosos y maltratos tanto laboral como la discriminación de género y xenofobia.

La falta de conocimiento de los ecuatorianos a este grupo de personas, nos ha obligado a establecer estereotipos, y calificativos denigrantes como: “colombiano es igual a narcotraficante, las mujeres colombianas únicamente vienen al Ecuador a prostituirse, los hombre son sicarios”.

Si miramos en retrospectiva, es importante saber el flujo migratorio de los ecuatorianos hacia España, lamentablemente hacia algunos años no hemos sido bien vistos en países extranjeros, hemos sido denigrados pro ser ecuatorianos, y es lamentable que actualmente nos estamos comportando igual.

Recomendaciones

1. Gracias a las redes sociales y todos los medios digitales se puede crear una comunidad que se encargue de divulgar la información publicada sobre el tema social que se está tratando que es la violencia y la discriminación.
2. En base a la teoría y las investigaciones realizadas se puede establecer que los ecuatorianos no tenemos el conocimiento sobre la situación de personas refugiadas
3. Las campañas informativas deben realizarse a largo plazo, para tratar de cubrir aunque sea el 80% del público objetivo para que la problemática sea conocida.

Anexos

Presentación de la Campaña “ Ciclea por un Ecuador Solidario y sin Discriminación”

Campaña Mercadeo Social



Imagen 8: Presentación de la Campaña

- **ONG:** ACNUR (Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados)
- **EMPRESA PRIVADA:** ADIDAS Ecuador

2.- Alianzas

Imagen 9: Presentación de la Campaña



3.- ACNUR Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los refugiados

Imagen 10: Presentación de la Campaña

- El ACNUR, junto con otras organizaciones como HIAS y Cruz Roja Ecuatoriana, reparte **ayuda humanitaria** a las personas más necesitadas que llegan al Ecuador **huyendo de la violencia y de amenazas contra su vida**. Esta ayuda puede consistir en albergue para los primeros días, alimentos básicos y utensilios de cocina e higiene personal. **El ACNUR no entrega dinero en efectivo**. La ayuda que se da a las personas refugiadas es temporal, pues la intención es promover que todas estas personas logren estabilidad y autosuficiencia.

4.-Historia ACNUR

Imagen 11: Presentación de la Campaña

- La Imagen del ACNUR es bien reconocida por el trabajo que **brinda a nivel mundial**, trabajan constantemente en la integración, y la situación de **los refugiados desplazados por los conflictos internos**. Pero lamentablemente en el Ecuador tiene una imagen negativa por la cantidad de refugiados colombianos que acoge el Ecuador. Algunos medios de comunicación dañaron completamente la imagen de esta organización al reportar constantemente (**la minoría**) son delincuentes o guerrilleros, que vienen como refugiados.
- El Ecuador actualmente acoge a **56.400 refugiados** de los cuales el 98% son colombianos.

5.- Imagen

Imagen 12: Presentación de la Campaña



5.- ADIDAS

Imagen 13: Presentación de la Campaña



- **MISIÒN**

Fabricar y comercializar ropa deportiva a nivel nacional e internacional. Y ofrecerles a nuestros clientes productos de alta calidad, para así cumplir con las **necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles** mayor calidad y comodidad.

- **VISIÒN**

Nuestra visión es poder llegar a ser en el **2012 una empresa muy reconocida a nivel mundial por nuestra calidad y buen servicio** que ofrecemos a nuestros clientes.

6.- CULTURA ORGANIZACIONAL

Imagen 14: Presentación de la Campaña



- **Objetivo:**

Eliminar la discriminación racial y de género en el Ecuador, mediante un cilopaseo un día domingo donde se recorre la cicloruta en la ciudad de Quito.

- **Beneficios:**

Durante esta ruta Adidas dará a conocer su línea de ropa de ciclistas, a las personas participantes al ciclopaseo tendrán descuento en su línea de ropa y accesorios para cilistas. La venta de las nuevas lycras es su producto estrella para esta ocasión.

7.- Alianza entre ACNUR y ADIDAS

Imagen 15: Presentación de la Campaña

- Licras de ciclistas:



9.- Productos

Imagen 18: Presentación de la Campaña

- Para la recaudación de fondos, el día del ciclopaseo la personas tendrán que inscribirse para participar y el 35% de la inscripción será donado a la ONG designada.

10.-Recaudación de fondos

Imagen 19: Presentación de la Campaña

Se escogió al actor Roberto Manrique, por sus participaciones previas en eventos de ACNUR en Lago Agrio, y por su dedicación al deporte



11.-Imagen de la Campaña

Imagen 20: Presentación de la Campaña



12.-Redes Sociales

Imagen 21: Presentación de la Campaña

Bibliografía:

Asamblea de mujeres de Quito, et al. (2006). Mandato Político de las Mujeres En: <http://asambleamujeresquito.blogspot.com/2007/01/mandato-politico-de-las-mujeres-imagen.html>

ACNUR Alto comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados ECUADOR “La mayor operación en América Latina: 55.092 refugiados reconocidos”
http://www.acnur.org/t3/fileadmin/scripts/doc.php?file=t3/uploads/tx_refugiados_americas/ACNUR_Ecuador_2012

Derechos y Obligaciones de las personas refugiadas
http://www.acnur.org/t3/fileadmin/scripts/doc.php?file=t3/fileadmin/Documentos/RefugiadosAmericas/Ecuador/2012/Derechos_y_obligaciones_de_las_personas_refugiadas_en_Ecuador

Adidas Argentina: Información de la página web oficial de la empresa Adidas en Argentina: <http://www.adidas.com.ar/search?query=historia+adidas>

Briceño, León (2007). Sociología de la Violencia en América Latina. Quito: FLACSO – Ecuador, Quito Alcaldía Metropolitana.

Campaña Carta de Mujeres, referencia en la página web:
<http://cartasdemujeres.org/promotores.html>

Carlos Ortega y Oscar Ospina (2012). “*No se puede ser refugiado toda la vida... Refugiados Urbanos: el caso de la población colombiana en Quito y Guayaquil*”.

Carrión, Fernando y Johana Espín (2009). *Las cifras de la violencia: un lenguaje colectivo en construcción*. Carrión, Fernando y Johana Espín (Eds), Quito: FLACSO-Ecuador

Revista digital “El Economista” (México):
<http://eleconomista.com.mx/mercados-estadisticas/2011/08/04/ventas-adidas-crecen-5-gracias-china-eu>

“El Mundo de Roberto Manrique”: Página oficial del actor Ecuatoriano Roberto Manrique: <http://www.roberto-manrique.com/acnur-noticias-roberto-manrique-lleva-alegria-a-la-frontera-colombo-ecuatorialiana-con-su-circo/>

Freyle Matiz, Mónica Marcela "Los imaginarios urbanos y el espacio público: las mujeres colombianas refugiadas en Quito".

http://www.flacso.org.ec/biblio/shared/biblio_view.php?bibid=127305&tab=opa

Mina- García Ana y Carrasco María José (2003). *Violencia y género 4*. Universidad Pontificia Comillas de Madrid. Mina- García Ana y Carrasco María José (Eds) Madrid España

"No se puede ser refugiado toda la vida...": REFUGIADOS urbanos: el caso de la población colombiana en Quito y Guayaquil. Quito: FLACSO, Sede ECUADOR