

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**Alianza estratégica entre la Honorable Junta de Beneficencia de
Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador.**

Proyecto de Investigación

Carlos Chang Dávila

Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas

Quito, 27 de marzo de 2017

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

**Alianza estratégica entre la Honorable Junta de Beneficencia de
Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador.**

Carlos Chang Dávila

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Gustavo Cusot, M.A.

Firma del profesor

Quito, 27 de marzo de 2017

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma del estudiante:

Nombres y apellidos:

Carlos Fernando Chang Dávila

Código:

00111927

Cédula de Identidad:

1715657332

Lugar y fecha:

Quito, marzo de 2017

RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda un tema no muy difundido en nuestro país, que se relaciona con un defecto congénito llamado espina bífida, que afecta la parte inferior de la espalda y la médula espinal. Aún no se conocen con exactitud las causas que producen los nacimientos de niños con espina bífida, sin embargo existen estudios que señalan que esta condición se produce por algunos factores genéticos y ambientales. Cualquier pareja puede tener un bebé con espina bífida y más aún si ya han tenido anteriormente un hijo con esta malformación congénita, siendo más común esta condición entre la población de origen hispano y caucásico y en mujeres obesas, con diabetes sin control o mujeres que utilizan cierto tipo de medicamentos para evitar las convulsiones. En razón de que esta condición afecta a la columna vertebral y provoca daños permanentes en el sistema nervioso y la médula espinal, quienes la padecen requieren ayuda y atención médica permanente, que les permita mejorar su calidad de vida. Sin embargo, las familias de escasos recursos económicos que tienen a unos de sus miembros con esta malformación, no poseen la capacidad económica que les permita atender adecuadamente o cubrir los gastos que demanden los procedimientos, tratamientos y aparatos que estos niños necesitan para sobrellevar esta malformación congénita. Ante esta situación, es de mi interés hacer conciencia en la población, tanto en las mujeres en edad fértil como en las familias que ya tienen a uno de sus miembros con este problema de salud, a fin de que en el caso de las mujeres embarazadas puedan prevenir esta situación, con un control adecuado de su embarazo y en el caso de niños con espina bífida se les ayude a mejorar su calidad de vida. Para el efecto he considerado importante y necesario lograr una alianza estratégica entre la Honorable Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, a fin de que las personas que padecen esta discapacidad, sean atendidos a bajos costos o de forma gratuita en los casos que realmente lo necesiten, en los hospitales de la Junta de Beneficencia, desde su nacimiento hasta su adultez, logrando de esta manera que las personas afectadas con esta malformación reciban ayuda y atención médica oportuna.

Palabras claves: Espina Bífida, columna vertebral, Junta de Beneficencia, malformación, alianza estratégica

ABSTRACT

The present research deals with an issue not very widespread in our country, which is related to a congenital defect called spina bifida, which affects the lower back and spinal cord. The causes that cause the birth of children with spina bifida are still not known with exactitude; however there are studies that indicate that this condition is produced by some genetic and environmental factors. Any couple can have a baby with spina bifida and even more if they have previously had a child with this congenital malformation, being more common this condition between the population of Hispanic and Caucasian origin and in obese women, with diabetes without control or women who use certain types of drugs to prevent seizures. Because this condition affects the spine and causes permanent damage to the nervous system and spinal cord, those who suffer from it require assistance and permanent medical attention, which allows them to improve their quality of life. However, families with few economic resources that have some of their members with this malformation do not have the economic capacity to deal adequately or cover the expenses that the procedures, treatments and devices that these children need to cope with this malformation. Given this situation, it is in my interest to raise awareness in the population, both in women of childbearing age and in families that already have one of its members with this health problem, so that in the case of pregnant women can prevent this situation, with adequate control of their pregnancy and in the case of children with spina bifida help them to improve their quality of life. For this purpose, I have considered it important and necessary to achieve a strategic alliance between the Honorable Charity Board of Guayaquil and the spina Bifida Foundation of Ecuador, so that people with this disability can be cared for at low costs or free of charge in the cases that really need it, in the hospitals of the Board of Charity, from birth to adulthood, thus achieving that people affected by this malformation receive help and timely medical care.

Key Words: Spina Bifida, spine, Charity Board, malformation, strategic alliance

TABLA DE CONTENIDO

DERECHOS DE AUTOR	3
RESUMEN	4
ABSTRACT.....	5
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS.....	10
INTRODUCCIÓN	11
MARCO TEÓRICO.....	12
JUSTIFICACIÓN	12
POSICIONAMIENTO DE LA CAUSA O EMPRESAS Y ONGS QUE MANEJAN LA CAUSA.....	15
PÚBLICO OBJETIVO: DONANTES Y BENEFICIARIOS	17
UTILIZACIÓN DE PANFLETOS Y FOLLETOS	18
ASISTENCIA A FERIAS Y EVENTOS	19
UTILIZACIÓN DE LAS PÁGINAS WEB DE LA JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y DE LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA DEL ECUADOR.....	20
El e-mail marketing.....	20
El marketing on line.....	21
PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS A TRAVÉS DE LOS VOLUNTARIOS DE LA FUNDACIÓN	21
Promocionar un video de la alianza en YouTube.	22
Beneficiarios y públicos de interés.	22
PLANIFICACIÓN DE UN COCTEL PARA PRESENTAR LA ALIANZA ENTRE LA H. JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA EN ECUADOR.....	22
Antecedentes.	22

Objetivo.....	23
Nombrar un Comité Organizador del evento.....	24
CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	27
ESTIMACIÓN DE RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y TÉCNICOS	28
PRESUPUESTO	28
CAMPAÑA ATL PARA LA PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA ENTRE LA H. JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA DE ECUADOR	29
ANTECEDENTES	29
UTILIZACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE MARKETING ATL.....	29
Estrategias de publicidad ATL.....	30
Publicidad en vallas	31
Hojas volantes.....	31
Target de la publicidad ATL.....	32
Publicidad efectuada a través de televisión.	32
Canales de TV escogidos para publicitar la alianza.....	33
Anuncios en Radio.....	35
Radios seleccionadas.	36
Perfil del oyente.....	37
Segmentación.....	37
Agencias que se utilizarán para la publicidad ATL.....	39
CAMPAÑA BTL PARA LA PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA ENTRE LA H. JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA DE ECUADOR	40
ANTECEDENTES	40

STANDS INFORMATIVOS.....	41
Beneficios	41
Transporte público.....	41
Impacto.....	42
Página web.....	42
Mensajes a través de redes sociales, whatsApp, Twitter, Facebook y correos electrónicos.....	43
Agencias que se utilizarán para la publicidad BTL.....	44
CONCLUSIONES	45
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	46

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma de Actividades.....	27
Tabla 2. Presupuesto Evento.....	28
Tabla 3. Medios de publicidad seleccionados para el público objetivo.....	38
Tabla 4. Presupuesto ATL	39
Tabla 5. Técnica de forma de comunicación no masiva.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6. Presupuesto BTL.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Mensaje para la prevención y el tratamiento de la espina bífida.....	17
Ilustración 2. Marketing Directo.....	18
Ilustración 3. Panfletos y Folletos.....	18
Ilustración 4. Voluntarios.....	19
Ilustración 5. Ferias y Eventos.....	19
Ilustración 6. Promoción en Youtube	22
Ilustración 7. Médicos.....	23
Ilustración 8. Logo Fundación Espina Bífida	23
Ilustración 9. Evento	24
Ilustración 10. Transporte	24
Ilustración 11. Alimentación.....	25
Ilustración 12. Comisión Técnico Académica	26
Ilustración 13. Medios de comunicación masiva.....	30
Ilustración 14. Publicidad en Vallas	31
Ilustración 15. Publicidad Televisión	33
Ilustración 16. Medios de comunicación escogidos para publicidad.....	34
Ilustración 17. Anuncios en radios escogidas	37
Ilustración 18. Anuncio en prensa escrita	38
Ilustración 19. Anuncio en el Comercio	38
Ilustración 20. Técnica de forma de comunicación no masiva.....	40
Ilustración 21. Stand Informativo	41
Ilustración 22. Publicidad BTL.....	42
Ilustración 23. Publicación Redes Sociales	43

INTRODUCCIÓN

Son millones los hombres, mujeres y niños de escasos recursos de diversas regiones del Ecuador, que se han beneficiado de la labor de responsabilidad social en las áreas de salud, educación, servicio social y cementerio que la Junta de Beneficencia de Guayaquil ofrece desde 1888 en Ecuador. Además, la Junta de Beneficencia es una gran fuente de empleo, ya que ofrece empleo directo a más de 7.000 personas, e indirectamente provee ingresos a más de 3.200 familias que se dedican a la venta de Lotería Nacional.

Por su parte, la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, fue creada en el año 2006, como una organización sin fines de lucro, cuya misión es ayudar a crear condiciones favorables para la plena integración social de las personas con discapacidad y a sus familias, a través de un trabajo de promoción y educación, realizando acciones específicas que buscan rescatar la dignidad humana con un concepto de rehabilitación integral, tanto para los afectados por esta difícil situación como para sus familias.

Se ha considerado necesario conformar una alianza estratégica entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, tomando en cuenta que la ONG, con residencia en la ciudad de Guayaquil, es la más grande del Ecuador y cuya labor de beneficencia es reconocida en nuestro país y Latinoamérica, por su encomiable acción de servicio hacia los sectores más desposeídos en las áreas de salud, educación, cuidado al adulto mayor y servicios funerarios.

Tanto la Junta de Beneficencia de Guayaquil como la Fundación de Espina Bífida de Ecuador objeto de esta alianza, son organizaciones que se dedican al servicio de las personas de escasos recursos económicos, pero debido a que la Fundación cuenta con limitados recursos económicos con los cuales no puede brindar una atención integral a las personas que padecen esta malformación y a sus familias, se propone un Plan de Marketing con causa social.

MARCO TEÓRICO

Justificación

La Junta de Beneficencia de Guayaquil es la ONG más grande del Ecuador y única en su tipo en Latinoamérica, orientada a realizar una labor de beneficencia masiva en favor de los que lo requieren en las áreas de salud, educación, cuidado al adulto mayor y servicios funerarios. Esta ONG está comprometida con la sociedad para mejorar la calidad de vida de aquellos que menos tienen, ofreciéndoles un abanico amplio de servicios asistenciales, con profesionales capacitados, equipos de primera e infraestructura adecuada para cubrir sus necesidades con calidad y calidez, concibiendo a la responsabilidad social como un compromiso y una vocación que se deriva de una institución prestadora de los servicios (Junta de Beneficencia de Guayaquil, 2011).

Por muchos años la Junta de Beneficencia de Guayaquil se ha encargado de proporcionar atención médica a millones de personas necesitadas en el área de la salud, cuenta con una red de cuatro hospitales especializados como el Hospital Luis Vernaza, Hospital de Niños Roberto Gilbert, Hospital Gineco-Obstétrico Enrique Sotomayor e Instituto de Neurociencias y con personal altamente capacitados en una variedad de disciplinas médicas como pediatría, gineco-obstetricia, psiquiatría, cardiología, neurología y otras. Esto le ha permitido brindar salud a personas de todas las regiones del país, especialmente a aquellas de áreas rurales, donde no existen servicios de salud adecuados, sin discriminación de raza, religión o inclinación sexual. (H. Junta de Beneficencia de Guayaquil, 2011).

En ese contexto se hace necesario buscar ayuda, respuestas y soluciones para lograr una visión más amplia de la realidad de las personas que presentan problemas de espina bífida en el Ecuador, conocer su realidad, buscar el mejoramiento de su situación actual, a través de una alianza entre una ONG y una Fundación, para lograr el desarrollo de estas

personas que prácticamente se encuentran desatendidas por el Estado Ecuatoriano (Ayala, Bermudes, Castillo, & Chang, 2014). En este sentido, es de mi interés formar una alianza estratégica entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida en Ecuador, para que las personas que padecen esta discapacidad, sean atendidas a través de los Hospitales de la Junta de Beneficencia, desde neonatos hasta adultos mayores, con atención médica subsidiada a costos bajos y en otros casos podría ser en forma gratuita, para lograr el mejoramiento de su calidad de vida y de sus familias.

A su vez, los familiares de las personas que padecen de espina bífida aportarán con voluntariado para atender estos y otros casos con los que la Junta de Beneficencia de Guayaquil colabora, a través de los Hospitales con los que mantiene convenio. Adicionalmente, es necesario considerar a los familiares de las personas que padecen esta malformación, a fin de que reciban la orientación necesaria, para que puedan sobrellevar esta difícil situación, con la ayuda psicológica y psiquiátrica a través de los profesionales médicos de los mismos centros de salud.

Históricos de la causa

La Junta de Beneficencia de Guayaquil fue creada por el Congreso Nacional el 13 de agosto de 1887. Se inició como una Corporación Municipal, pero, por disposición contenida en la Ordenanza Reformativa del 25 de febrero de 1932, adquirió su completa autonomía. La suscripción de un convenio entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y el Distrito 4.400 el Rotary Club International, permitió advertir la noble comunidad de ideales, de anhelos y de propósitos entre ambas entidades; comunidad que se originó hace muchos años y que no solamente persevera con el paso del tiempo, sino que se fortifica cada día más.

El denominador común de la razón de ser de ambas instituciones es el servicio, silencioso, pero extraordinariamente eficaz, dispensado a los sectores más desprotegidos de la sociedad guayaquileña y ecuatoriana. La gestión bienhechora de la citada entidad, real

paradigma de la filantropía guayaquileña, se traduce en sus obras de servicio a la humanidad doliente tales como el hospital “Luis Vernaza”, la maternidad “Enrique C. Sotomayor”, el hospital psiquiátrico “Lorenzo Ponce”, el hospital de niños “Roberto Gilbert Elizalde” y el Cementerio General, solamente para citar algunas.

Esta ONG, está comprometida con la sociedad a fin de mejorar la calidad de vida de aquellos que menos tienen, ofreciéndoles servicios de salud con profesionales capacitados e infraestructura adecuada para solventar las necesidades con mucha eficiencia, tomando en consideración que la responsabilidad social de la empresa es una vocación que se deriva de su esencia de institución prestadora de servicios en beneficio de la colectividad que más lo necesita.

Gracias al trabajo desarrollado por la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil, se ha podido crear una red de servicios de primer nivel a costos subsidiados, que incluye: Cuatro hospitales especializados: Hospital Luis Vernaza, Hospital Gineco-Obstétrico Enrique C. Sotomayor, Hospital de Niños Dr. Roberto Gilbert y el Instituto de Neurociencias. Velamos por la salud de mujeres gestantes, niños, adultos, y personas con problemas de salud mental, provenientes de todas las regiones del país. En el año 2011, nuestros hospitales prestaron más de cinco millones de atenciones médicas al año.

- Dos unidades educativas: José Domingo de Santisteban y Santa Luisa de Marillac para promover el desarrollo físico e intelectual de más de 3.000 niños y jóvenes. De la misma forma, en nuestro Hogar Calderón Ayluardo y Hogar Manuel Galecio proveemos formación espiritual, tutoría educativa, apoyo psicopedagógico, vivienda, alimentación y vestimenta a más de 200 niñas y jóvenes provenientes de zonas marginales.

- Un hogar y un asilo para adultos mayores: Hogar del Corazón de Jesús y Asilo El Bien Público donde contribuimos al bienestar y tranquilidad de más de 400 hombres y mujeres, en su mayoría, de edad avanzada.

- Dos cementerios y servicios funerarios: Cementerio Patrimonial y Panteón Metropolitano cuyos espacios están exentos del impuesto predial. En algunos casos brindando una cremación digna gratuita a personas de escasos recursos abandonadas en instituciones sin fines de lucro, hospitales o morgues.

Para extender el alcance de la labor benéfica y llevar su ayuda a más hermanos ecuatorianos, se ha implementado convenios de ayuda a fundaciones más pequeñas de todas las regiones del Ecuador, apoyando la labor social de otras fundaciones a lo largo del Ecuador y gracias a la ayuda que recibe de instituciones del exterior, puede brindar el apoyo a fundaciones más pequeñas a nivel nacional (H. Junta de Beneficencia de Guayaquil)

Posicionamiento de la causa o empresas y ONGS que manejan la causa

La Junta de Beneficencia de Guayaquil es una ONG sin fines de lucro, muy conocida a nivel nacional por su labor de filantropía, gracias a donaciones de personas e instituciones, que contribuyen con esta noble causa y está posicionada en la sociedad Ecuatoriana como una ONG que ayuda a mejorar la calidad de vida de aquellos que menos tienen, ofreciéndoles un abanico amplio de servicios asistenciales, con profesionales capacitados, equipos de primera e infraestructura adecuada para cubrir sus necesidades con calidad y calidez. El objetivo de la alianza a conformar es lograr atención médica especializada gratuita o a bajos costos para las personas que padecen de espina bífida en Ecuador y a sus familias en el aspecto psicológico.

Esta ONG gracias a su gestión institucional ha recibido la visita de misiones médicas humanitarias del exterior lo que le ha permitido realizar de manera conjunta, operaciones quirúrgicas de alta complejidad de manera gratuita a personas de escasos recursos económicos, concibiendo la Responsabilidad Social como un compromiso y una vocación de servicio. Esta importante labor cumplida desde hace muchos años por la Junta de Beneficencia de Guayaquil, le ha posicionado como la ONG más destacada y representativa

de Ecuador y América Latina, que le ha permitido mejorar la calidad de vida de las personas que menos tienen, ofreciéndoles muchos servicios que por sus elevados costos no podrían acceder.

De igual forma la Fundación de Espina Bífida del Ecuador desde su creación, ha atendido a varios pacientes con esta malformación, sin embargo, por sus recursos económicos escasos ya que no cuenta con un aporte del gobierno ecuatoriano para su funcionamiento, se ha visto restringida en su labor, razón por la cual está interesada en coordinar acciones con la Junta de Beneficencia de Guayaquil, para ampliar su cobertura y mejorar los servicios que brinda. Esta actividad cumplida por la Fundación le ha merecido el reconocimiento de la sociedad ecuatoriana, por su encomiable labor en beneficio de los sectores más desprotegidos de la sociedad ecuatoriana y que padecen esta grave condición médica.

Gracias a la actividad que ha venido desarrollando la Fundación de Espina Bífida de Ecuador ha logrado posicionarse en la sociedad ecuatoriana como una organización de ayuda social sin fines de lucro, la misma que poco a poco se ha dado a conocer por la atención de casos con esta malformación, pero que lamentablemente por razones económicas no ha podido dar la cobertura que ha deseado y su objetivo se ha visto disminuido por esta situación, lo que le ha dificultado atender de manera integral a las personas que padecen de esta grave malformación.

Tomando en consideración que los consumidores de esta alianza son las personas que padecen esta grave malformación y sus familias, se ha creado un mensaje con el cual se desea llegar a las personas inmersas en esta dificultad, el mismo que será difundido tanto en redes sociales, spots publicitarios, páginas web e información en general que se genere para ser distribuida en todos los hospitales públicos y privados, lugares de residencia, trabajo y otros. Este mensaje es el siguiente:



Ilustración 1. Mensaje para la prevención y el tratamiento de la espina bífida
Fuente: Elaboración Propia

Público objetivo: donantes y beneficiarios

La Alianza que se aspira formar entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, constituye un medio para lograr que todas las familias de Ecuador que tienen familiares que padecen esta complicada condición médica, puedan acudir con las personas que padecen esta malformación, para que reciban atención médica especializada en los diferentes centros hospitalarios de esta importante ONG. Para el efecto se desarrollarán diferentes estrategias de comunicación que nos permitirá llegar hasta los diferentes públicos de interés.

A través del marketing se promocionará el servicio que brinda la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la importancia de realizar una alianza con la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, a fin de que las personas que padecen esta grave complicación y sus familias sean los beneficiarios de este servicio, para que reciban atención médica y psicológica, que les permita mitigar en algo este grave problema de salud. Ante los escasos recursos económicos tanto de la ONG como de la Fundación objeto de la alianza, se ha

pensado en utilizar las nuevas tecnologías para cumplir con este objetivo, lo que permitirá buscar opciones de difusión más económicas y rápidas para promocionar este servicio. En este sentido se implementarán las siguientes técnicas publicitarias:



Ilustración 2. Marketing Directo
Fuente: (Pérez, 2008).

Utilización de panfletos y folletos

Se distribuirá folletos y panfletos llamativos que distribuiremos inicialmente en los hospitales públicos y privados para dar a conocer los beneficios que podrían obtener las personas que padecen de espina bífida al ser tratados en los centros hospitalarios de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil, en alianza con la Fundación de Espina Bífida del Ecuador.



Ilustración 3. Panfletos y Folletos
Fuente: Elaboración Propia

Asistencia a ferias y eventos

Los dirigentes de la Fundación de Espina Bífida del Ecuador así como los familiares que padecen esta malformación, concurrirán a ferias y eventos como expositores, para promocionar el servicio que se va a brindar. De igual manera, con la colaboración de los profesionales médicos de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, se impartirán charlas a nivel general para que se dé a conocer esta enfermedad y las posibilidades de prevención en el embarazo. En estas ferias y eventos será la oportunidad para entregar tarjetas de presentación tanto de los dirigentes de la Fundación como de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, a través de las cuales se logrará recibir información sobre los casos existentes para crear una base de datos de personas con esta discapacidad.



Ilustración 4. Voluntarios
Fuente: Elaboración Propia



Ilustración 5. Ferias y Eventos
Fuente: Elaboración Propia

Utilización de las páginas web de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y de la Fundación de Espina Bífida del Ecuador

- A través de las páginas web de las dos organizaciones, se ingresará información sobre el servicio que brindará en cuanto a atención de salud para las personas y sus familiares afectados con esta condición.
- Se solicitará la colaboración del Ministerio de Salud, para promocionar a través de los hospitales públicos, a fin de que orienten a las personas que padecen de espina bífida y sus familias sobre esta importante alianza que los beneficiará, ya que recibirán atención integral especializada, de acuerdo al grado de discapacidad que padecen.
- La promoción de este servicio que se brindará en alianza entre la ONG y la Fundación, estará presente en boletines, revistas y páginas web de los centros hospitalarios tanto de la Junta de Beneficencia de Guayaquil como de los hospitales públicos dependientes del Ministerio de Salud, con el objetivo de posicionar este servicio en la mente de los usuarios que lo requieran.
- Se solicitará el patrocinio de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, para la realización del Primer Seminario de Espina Bífida en nuestro país a realizarse el 1 de mayo del 2015, con la participación de profesionales médicos del sector público y privado, personas con esta malformación y sus familias, donde se dará a conocer la importancia de la prevención de otros casos y la manera de ayudar a las personas que padecen esta enfermedad.

El e-mail marketing

Es necesario promocionar el servicio que se brindará en alianza entre las dos organizaciones. Para el efecto se obtendrá una base de datos del Ministerio de Salud, sobre los casos reportados y también se utilizará la base de datos de la Fundación de Espina bífida,

a quienes se enviará un correo electrónico como público objetivo, para que lo lean y se interesen por la oferta que estamos promocionando

El marketing on line

- Actualmente, la herramienta más poderosa con la que contamos es el internet, a través del cual podemos publicitar la alianza estratégica conformada, intercambiando links con otras páginas, con blogs y con portales de promoción gratuitos.
- Se crearán perfiles profesionales de nuestra alianza en las redes sociales como Twitter, Facebook, Linkiden que son las más conocidas, las mismas que se las irá actualizando continuamente.

SEO (SearchEngineOptimization). Aplicación de técnicas para mejorar el posicionamiento de la página web de la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador en los motores de búsqueda.

Reputación online. Gestión de la imagen de la alianza en Internet.

Blogs. Creación de blogs con temática afín a la alianza para mejorar la difusión del contenido del mismo.

Directorios. Alta del sitio web en los principales directorios online, así como en directorios verticales especializados en temas tributarios y de contabilidad

Herramientas colaborativas. Registro del sitio web en soportes como Google Places o Google Maps para permitir al usuario la localización de forma más rápida y cómoda.

Promoción de los servicios a través de los voluntarios de la Fundación

Es importante que el voluntariado de la Fundación, promocioe en sus lugares de trabajo y residencia, los beneficios y servicios que brindará la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida del Ecuador, de tal manera que esta alianza sea reconocida de manera positiva, para que la ciudadanía conozca el accionar de estas organizaciones y los beneficios que se podría alcanzar.

Promocionar un video de la alianza en YouTube

Se presentará en un video los beneficios que brindará la alianza conformada entre las dos organizaciones, para que el público objetivo conozca sobre esta importante actividad que se desarrollará en beneficio de las personas que padecen esta discapacidad, dirigido al público joven, conocedor del internet y las redes sociales.



Ilustración 6. Promoción en Youtube
Fuente: Elaboración propia

Beneficiarios y públicos de interés

Los beneficiarios de esta alianza, serían hombres, mujeres y niños de escasos recursos económicos de diferentes regiones de nuestro país, con problemas de espina bífida y sus familias, además de madres embarazadas, para que reciban atención médica especializada y orientación adecuada para prevenir y tratar esta discapacidad.

Planificación de un coctel para presentar la Alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida en Ecuador

Antecedentes

La H. Junta de Beneficencia junto con la Fundación de Espina Bífida en Ecuador y el apoyo de personas comprometidas con la labor social en nuestro país, generosa y dispuesta a

expresar todo su amor por el prójimo hacen pública su alianza, cuyo fin de ayudar a todas aquellas personas que padecen esta malformación.

Objetivo

Dar a conocer todos los servicios, asistencia médica y psicológica que es posible brindar, gracias a la alianza entre la H. Junta de Beneficencia y la Fundación de Espina Bífida en Ecuador, a favor de todas aquellas personas de bajos recursos económicos que padecen esta malformación y sus familiares.



Ilustración 7. Médicos
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 8 Logo Fundación Espina Bífida
Fuente: Elaboración propia

Nombrar un Comité Organizador del evento

Coordinador General

El coordinador y responsable general del desarrollo del Evento será el encargado del departamento de Relaciones Públicas de la Fundación de Espina Bífida de Ecuador.



Ilustración 9. Evento
Fuente: Elaboración propia

Comisión Logística

Transporte. La comisión estará integrada por funcionarios de la Fundación de Espina Bífida en Ecuador. Se contará con la asistencia de 10 personas que padecen de espina bífida, razón por la cual se ofrece el servicio de transporte desde su lugar de residencia hasta el lugar donde se llevara a cabo el coctel de presentación de la alianza.



Ilustración 10 Transporte
Fuente: Elaboración propia

Alimentación. Para el desarrollo del Coctel de presentación de la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida en Ecuador se ofrecerá bocadillos suficientes para todos los invitados a este evento.

- Mini Empanadas
- Mini tamales
- Enrollados de salchicha
- Bizcotelas



Ilustración 11 Alimentación
Fuente: Elaboración propia

Secretaría. Se designa a un funcionario de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil, quien cumplirá la función de secretario, será gestor del tiempo de la directiva con el que colabora, para que éste no deba preocuparse más que en la toma de decisiones que beneficien el progreso de la alianza.

Servicios Generales. Se encargará de todas las actividades inherentes al apoyo que operativisa y hace posible la ejecución del evento.

Comisión Técnico–Académica. Se designará un funcionario por institución tanto de la H. Junta de Beneficencia como de la Fundación de Espina Bífida del Ecuador con la guía del responsable de Relaciones Públicas quienes se encargarán de:

- Elaborar las normas para la presentación de la alianza en el coctel.
- Revisarán el temario a desarrollar
- Establecer la metodología de trabajo

- Sistematizar la reproducción de diapositivas y la información que se proporcionará sobre la alianza establecida entre las dos organizaciones sin fines de lucro.



Ilustración 12. Comisión Técnico Académica
Fuente: Elaboración propia

Comisión de Promoción, Publicidad, Relaciones Públicas y Protocolo

Los funcionarios encargados de esta parte del evento a desarrollarse serán los responsables de los Departamentos de Relaciones Publicas de las dos instituciones motivo de la alianza quienes delegarán a cinco funcionarios y entre sus responsabilidades se encuentra:

- Promoción y difusión del evento
- Relaciones interinstitucionales para la normal ejecución del evento
- Protocolo
- Asistencia a participantes del evento

Selección del lugar de realización del evento

Ciudad: Quito

Instalaciones: Centro de Convenciones Eugenio Espejo

Capacidad: 60 personas

Iluminación: Suficiente

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Día: 20 de marzo de 2015

N° de invitados: 60

Lugar: Centro de Convenciones Eugenio Espejo -Quito

Hora: 20H00

DIA	HORA	ACTIVIDAD	LUGAR	RESPONSABLE
20 marzo 2015	20H00	Recibimiento a los invitados	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Grupo de Protocolo
	20H30	Palabras de bienvenida	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Presidente de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil
	20h45	Información de la Alianza conformada entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador. Se utiliza infocus, computadora portátil	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Representante de la Fundación de Espina Bífida de Ecuador
	21h00	Entrega de material escrito con información de la alianza y los beneficios de la misma	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Relacionados Público Personal de apoyo
	21h30	Ofrecimiento del coctel a cargo del señor Presidente de la Junta de Beneficencia de Guayaquil	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Presidente de la Junta de Beneficencia de Guayaquil
	21H30	Se sirven los bocaditos	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Personal de apoyo
	21h45	Agradecimiento por la asistencia	Sala de Convenciones Eugenio Espejo	Presidente de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil

Tabla 1. Cronograma de Actividades
Fuente: Elaboración propia

Estimación de recursos humanos, materiales y técnicos

- **Recursos Humanos:** Personal de apoyo de la Junta de Beneficencia de Guayaquil, de la Fundación de Espina Bífida de Ecuador y voluntarios de la Fundación.
- **Personal contratado para el evento:** 10 personas
- **Recursos Materiales:** esferográficos, carpetas, instalaciones
- **Recursos Técnicos:** Equipos de sonidos, audiovisual, de computación, cronograma.

Presupuesto

El presupuesto asignado para el cumplimiento del evento es de 3.000, oo dólares americanos y será distribuido de la siguiente manera:

VALOR	CONCEPTO	RESPONSABLE
200,00	Elaboración de trípticos con información de loa Alianza	Personal de Relaciones Públicas
SIN COSTO	Alquiler del Centro de Convenciones Eugenio Espejo	Personal de Relaciones Públicas
600,00	Contratación de 10 personas para atender en el evento	Funcionarios de la Junta de Beneficencia de Guayaquil
400,00	Pago de bocaditos	Directiva de la Fundación
200,00	Compra de champagne para el brindis	Directiva de la Fundación
200,00	Alquiler de copas para el brindis	Protocolo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil
200	Música de fondo. Incluye equipo de amplificación y micrófonos	Protocolo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil
400	Alquiler de mantelería, sillas y mesas	Protocolo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil
200	Diseño Gráfico de invitaciones y logo	Protocolo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil
200	Imprevistos	
	TOTAL	\$ 2.600

Tabla 2. Presupuesto del Evento

Fuente: Elaboración propia

CAMPAÑA ATL PARA LA PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA ENTRE LA H. JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA DE ECUADOR

Antecedentes

Cuando las empresas se enfrentan al proceso de planeación de una campaña publicitaria de un producto o servicio, es necesario decidir las estrategias que se implementarán para que el mensaje llegue oportunamente a las personas indicadas (Fundación Espina Bífida & Junta de Beneficencia de Guayaquil, 2014).

Cuando se realiza una campaña publicitaria para promocionar un producto o un servicio se puede utilizar los dos tipos de estrategias: ATL y BTL y aprovechar los beneficios que cada una de ellas nos puede brindar. Lo necesario es hacer una correcta planeación desde el inicio de la campaña, acertar con la frase que llevará el mensaje y el buen manejo de todos los elementos, tanto de imágenes como elementos de audio y audiovisuales que apoyarán el proyecto para lograr cercanía e identificación con las personas que buscamos nos respondan o conozcan (wordpress, 2013).

Podemos estar “bajo la línea” (BTL) o “sobre la línea” (ATL) siempre y cuando sepamos llegar en el momento y lugar indicado con una buena campaña (Visa, 2014).

Utilización de la estrategia de marketing ATL

(AboveThe Line o “sobre la línea”), para promocionar la alianza establecida entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, para lo cual se utilizarán medios de comunicación masivos tales como radio, prensa (periódicos y

revistas), cine, etc. Por lo general el utilizar este tipo de medios es muy costoso y se lo recomienda cuando nos dirigiremos a un gran número de personas.

Objetivo. Posicionar en la mente de los ecuatorianos la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, para que se conozca las bondades que ésta brinda.

Estrategias de publicidad ATL

Esta publicidad será aplicada a través de medios convencionales, los mismos que nos permitirán lograr un posicionamiento deseado respecto de la alianza. Esta estrategia nos permitirá llegar a una audiencia más amplia toda vez que utilizaremos los medios de comunicación masivos para dar a conocer los beneficios de esta importante alianza entre dos organizaciones sin fines de lucro.

El fin de esta campaña será incluir todas las actividades publicitarias relacionadas con los medios masivos, con lo cual se aspira lograr el mayor impacto en la sociedad ecuatoriana y los contenidos en estos medios serán especialmente cuidados ya que además de ser vistos por nuestro público objetivo también serán vistos por el resto de la población como son menores de edad, ancianos y adolescentes. En esta estrategia ATL se utilizarán medios de comunicación masiva como televisión, radio y periódicos.

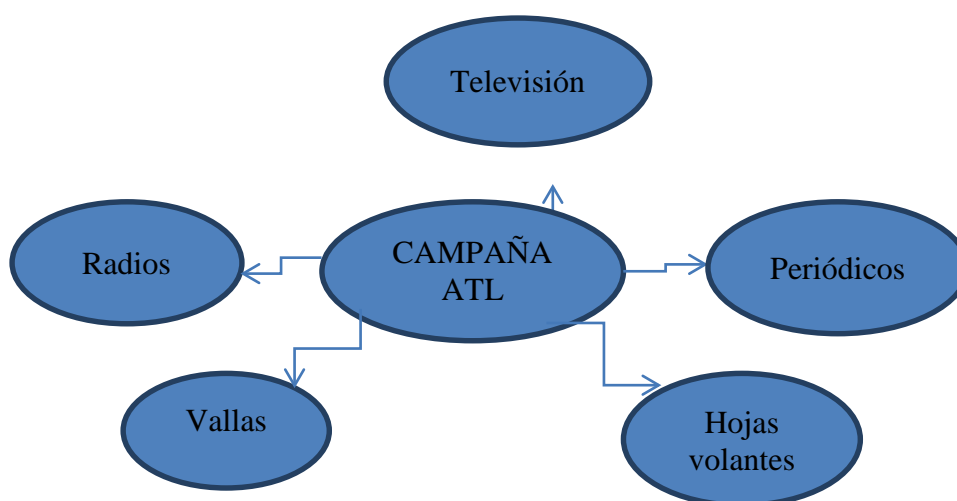


Ilustración 13. Medios de comunicación masiva
Fuente: Elaboración propia

Publicidad en vallas

En las ciudades principales se colocarán vallas con anuncios que publiciten la alianza conformada entre las dos organizaciones. Estas vallas consistirán en una superficie plana, sobre la que se colocarán láminas resaltando los servicios y beneficios que se obtiene de esta alianza, para lograr de esta manera que se posicione este mensaje y llegue a las personas que lo necesitan.

Beneficios

- Las vallas atraen la atención
- Serán observados por muchas personas
- Nuestros anuncios tendrán impacto visual



Ilustración 14. Publicidad en Vallas
Fuente: Elaboración propia

Hojas volantes

Este tipo de publicidad se lo utilizará para transmitir información sobre la alianza conformada y los beneficios que se puede obtener a favor de las personas con espina bífida y

sus familias para lograr un posicionamiento del mensaje en el público objetivo. Estas hojas volantes serán repartidas en las principales ciudades del país, hospitales, centros de salud, Municipios, Juntas Parroquiales, Asociaciones Barriales, gremios, etc., para que se informen sobre los beneficios. Con esto se aspira llegar a mayor número de personas y lograr un posicionamiento del mensaje objetivo.

Beneficios

- Tipo de publicidad directa
- Bajo costo
- El público lee cuando desea

Target de la publicidad ATL

- 40 % de las personas con acceso a internet
- Sector urbano y rural
- Sexo masculino y femenino
- Público usuario del transporte público

Las estrategias de publicidad BTL cubren el público que utiliza el internet, lo cual representa una ventaja para nuestra campaña de información y sensibilización con las personas que padecen la malformación de espina bífida.

Publicidad efectuada a través de televisión

La televisión es muy importante en las campañas publicitarias, por lo que es uno de los medios con el cual vamos a dar a conocer la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida.

Los anuncios serán concretos y sencillos, a través de los cuales se comunicará los servicios, asistencia médica y psicológica que será posible gracias a la alianza entre estas dos organizaciones sin fines de lucro.

Beneficios

- Oportunidad de establecer el reconocimiento de la alianza
- Ofrecer todas las alternativas visuales, movimiento, de sonido, color y efectos especiales
- Apelar a las emociones y empatía de los televidentes
- En razón de que la televisión tiene un costo elevado, se puede seleccionar su audiencia, dependiendo del horario, con lo que se logrará un resultado costo-eficiencia.
- La televisión es un medio de prestigio y con él se puede dar realce al mensaje
- La televisión nos permitirá llegar con el mensaje a nuestro grupo objetivo

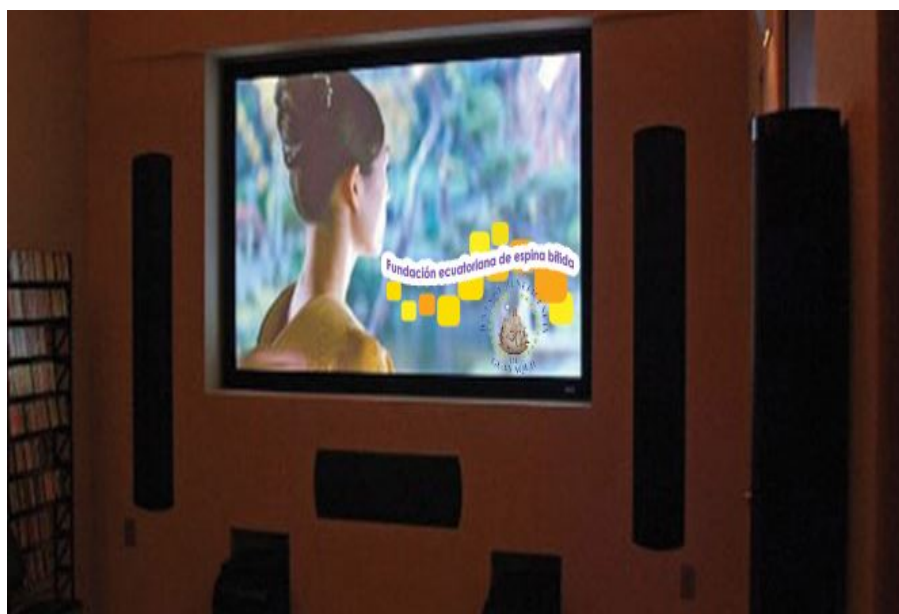


Ilustración 15. Publicidad Televisión
Fuente: Elaboración propia

Canales de TV escogidos para publicitar la alianza

- Canal 10 –TC Televisión (Señal abierta)
- Canal 8-Ecuavisa (Señal abierta)
- Canal 5-RTS (Señal abierta)

Se escogen estos canales de televisión por ser los que mayor audiencia y cobertura a nivel nacional tienen.



Ilustración 16. Medios de comunicación escogidos para publicidad
Fuente: Elaboración propia

Horario

El horario escogido para publicitar la alianza entre las dos organizaciones será:

08h00, 14h00 y 21h00 Programas televisivos de TC Televisión

08h00, 15h00 y 20h00 Programas televisivos de Ecuavisa

08h00, 14h00 y 22H00 Programas televisivos de RTS

Estrategia

Nuestra estrategia de posicionamiento consistirá en definir la imagen que deseamos conferir a la alianza, de tal manera que nuestro público objetivo aprecie las bondades que ésta otorga. El tipo de posicionamiento se lo realizará en base a los servicios de asistencia médica y psicológica de calidad que se proporcionará a las personas de escasos recursos económicos que padezcan de problemas de espina bífida en Ecuador.

Beneficios

- Reconocimiento de la alianza a través de un logo
- Difusión del mensaje
- Posicionar la alianza estratégica, a fin de lograr patrocinios que permitan conseguir recursos para atender a mayor cantidad de gente con esta malformación congénita.
- Lograr el incremento de la notoriedad de la alianza establecida dentro del público

Objetivo

- Lograr el patrocinio de empresas con lo cual se conseguirá mayor rendimiento económico y de imagen para la causa.
- Se logrará aceptación social
- Se obtendrá cobertura de medios de comunicación
- Refuerza la legitimidad de la alianza y los beneficios para las personas que padecen de espina bífida.

Anuncios en Radio

Los anuncios de publicidad de la alianza serán pre-grabados para transmitirlos las veces que se considere necesario, a fin de lograr una buena emisión de tal manera que el público objetivo los escuche y conozca perfectamente para qué fue creada la alianza.

Beneficios

- La audiencia se mueve con nuestros mensajes a través de la radio
- La pauta de una cuña se la puede realizar sin mucho tiempo de anticipación.
- El mensaje transmitido se lo realiza con la frecuencia que el anunciante seleccione.
- El mensaje transmitido a través de la radio, llega al receptor sin necesidad de que él lo busque
- La producción de cuñas de radio no es tan complicada
- El tiempo de compra de radio es muy importante y constituye un costo-beneficio

Radios seleccionadas***Radio Sonorama***

Esmeraldas: 91.1:

Manabí 104.5,

Pichincha: 103.7,

Cotopaxi: 103,7,

El Oro: 101.1,

Zamora Chinchipe: 88.5,

Cañar: 105.7,

Carchi: 106.1,

Cuenca: 105.7

Radio Onda Cero

Guayaquil 96.1,

Quito 103.3,

Santo Domingo 103.7.

Salinas 88.1,

Quevedo 97.9,

Manabí 100.5,

Machala 97,9

Radio Sucre

700 AM

Se escoge estas radios por tener mayor cobertura a nivel nacional y tomando en consideración que este medio publicitario llega a todo tipo de audiencia. El mensaje será transmitido de manera diaria en las frecuencias radiales antes mencionadas, en los horarios de la mañana, tarde y noche y la duración del anuncio será de 30 segundos.



Ilustración 17. Anuncios en radios escogidas
Fuente: Elaboración propia

Perfil del oyente

- | | |
|---------------------------------|----------------------|
| 1.- Edad | 18-60 años |
| 2.- Sexo | masculino y femenino |
| 3.- Población | Todo el país |
| 4.- Nivel económico y cultural: | Bajo – medio y alto |

Anuncios en Prensa

Se publicará el anuncio de la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, en los Diarios El Comercio, Diario Hoy, El Universo y El Telégrafo, dos veces al mes.

Segmentación

Nuestro público objetivo es amplio a nivel nacional, por lo que se ha escogido estos diarios que tienen cobertura en todo el país y cada Diario tiene su propio público.



Ilustración 18. Anuncio en prensa escrita
Fuente: Elaboración propia



Ilustración 19. Anuncio en el Comercio
Fuente: Elaboración propia

TELEVISIÓN	Medio de publicidad que llega a un gran número de televidentes y que abarca aproximadamente el 80 % de nuestro público objetivo.
RADIO	Con las emisoras seleccionadas llegaremos a un 80 % de la población que es nuestro público de oyentes.
PRENSA	A través de los Diarios Nacionales seleccionados, se aspira llegar a un 40 % de la población de nuestro público objetivo.

Tabla 3. Medios de publicidad seleccionados para el público objetivo
Fuente: Elaboración propia

Agencias que se utilizarán para la publicidad ATL

Para la publicidad en medios masivos, se solicitará el servicio de la **Agencia Norlop Thompson**, cuyos creativos se encargarán de elaborar los spots publicitarios, jingles y artes para entregarlos a los medios de comunicación.

Presupuesto

MEDIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
TELEVISIÓN	Spots publicitarios	3 veces al día	8.000,00
RADIO	Cuñas radiales	3 veces al día	3.500,00
PRENSA	Anuncios de prensa	2 veces a la semana	3.500,00
PUBLICIDAD EXTERIOR	vallas, hojas volantes	Ciudades capitales con mayor población	2.000,00
		GRAN TOTAL	17.000,00

Tabla 4. Presupuesto ATL

Fuente: Elaboración propia

CAMPAÑA BTL PARA LA PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA ENTRE LA H. JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL Y LA FUNDACIÓN DE ESPINA BÍFIDA DE ECUADOR

Antecedentes

Como sabemos, BTL es una técnica de marketing de formas de comunicación no masiva, pero si dirigidas a segmentos del mercado muy específicas. Es un tipo de marketing no convencional y se lo desarrolla para dar impulso o promoción a productos o servicios cuyas acciones se caracterizan por el empleo de gran creatividad y novedosa, para comunicar mensajes publicitarios y corporativos

En esta técnica utilizaremos formas de comunicación no masivas, como son correos directos, e-mail, Facebook y otros. Será el complemento de la campaña realizada a través de los medios de comunicación masiva, lo cual nos permitirá lograr el posicionamiento de la alianza entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador en la mente de los ecuatorianos.

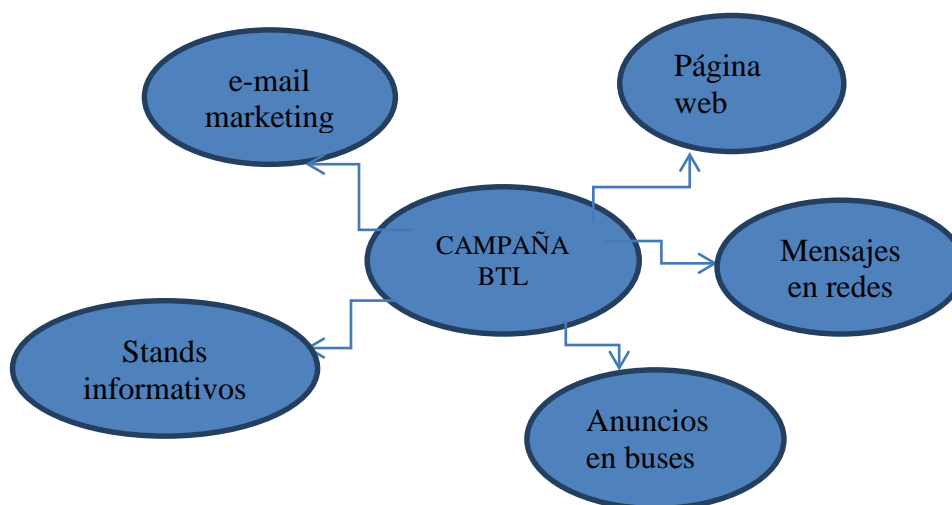


Ilustración 20. Técnica de forma de comunicación no masiva
Fuente: Elaboración propia

Stands informativos

Se utilizarán mesas y sillas de plástico, con colores amarillo y celeste, que representan los colores de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Espina Bífida de Ecuador

Beneficios

- Difundir el mensaje de la alianza de una manera directa para el público objetivo.
- El stand informativo será ubicado fuera de centros de salud y hospitales con el objetivo de proporcionar información directa a los usuarios de estos servicios.
- A través de estos stands informativos se tiene contacto directo con las personas.



Ilustración 21. Stand Informativo
Fuente: Elaboración propia

Transporte público

Los autobuses en las diferentes ciudades del país constituyen un medio publicitario muy importante muy solicitado en la actualidad, por medio del cual se puede dar a conocer los productos o servicios que se quiere promocionar.

En este caso se va a colocar la publicidad de la alianza en las partes laterales de los buses, con una imagen y un mensaje llamativo que contenga el logo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida. Esta publicidad es muy

productiva en razón de que capta la atención de mucha gente y queda grabado en la memoria de quien la observa.

Beneficios

- Nuestra publicidad será observada por audiencia diversa y numerosa
- El bus es muy utilizado por personas de diferentes estratos sociales
- El tiempo de exposición se amplía
- Los anuncios serán dirigidos geográficamente

Impacto

Este tipo de publicidad atrae la mirada de personas de diferentes estratos sociales. Al utilizar este medio lo que se pretende es tener un gran impacto en las personas que lo observan. El mensaje puede tener un impacto inmediato y transmitir el mensaje a quienes lo necesitan.



Ilustración 22. Publicidad BTL
Fuente: Elaboración propia

Página web

En las páginas web de la Junta de Beneficencia de Guayaquil y de la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, se ingresarán datos referentes a la alianza establecida y de los

servicios que brindarán en convenio, para dar a conocer a su público objetivo con acceso a internet sobre las bondades de este proceso.

Beneficios

- Costo bajo
- Alcance mundial

Mensajes a través de redes sociales, whatsApp, Twitter, Facebook y correos electrónicos

Mediante una APP se puede automatizar el envío de mensajes a través de la plataforma WhatssApp, el correo electrónico, la web y las redes sociales al mismo tiempo, desde un ordenador, para enviar mensajería instantánea a través de la cual se informe sobre la alianza conformada y los beneficios que brinda

Beneficios

- Bajo costo
- Difusión masiva
- Mensajería instantánea
- Información proporcionada de manera inmediata

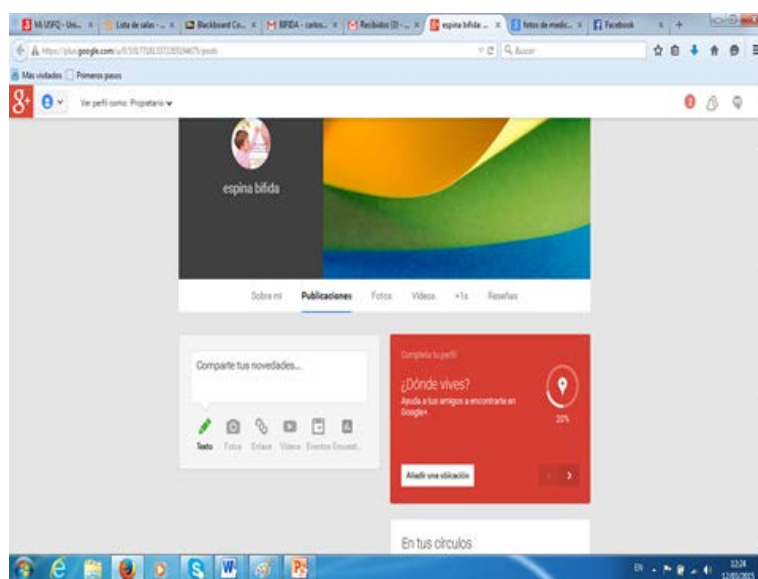


Ilustración 23. Publicación Redes Sociales
Fuente: Elaboración propia

Agencias que se utilizarán para la publicidad BTL

- Para la publicidad en buses se utilizará la empresa Publitrans
- Para publicidad exterior que comprende vallas y hojas volantes se utilizará nuestra Publicidad
- El Departamento de Marketing de la Junta de Beneficencia de Guayaquil se encargará en coordinación con el Departamento de Comunicación, de todo lo relacionado con página web, e-mail marketing, mensajes en redes sociales y todo lo inherente a publicidad en internet.

Presupuesto

MEDIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL
PUBLICIDAD EN BUSES	Anuncios en buses	Utilización de 10 unidades de buses en Quito, Guayaquil y Cuenca	2.500,00
STAND INFORMATIVOS	Colocación de stands informativos en principales hospitales de Quito, Guayaquil y Cuenca	20 Stands	500,00
		GRAN TOTAL	3.000,00

Tabla 5. Presupuesto BTL
Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Es importante la prevención en las mujeres embarazadas para disminuir los casos de espina bífida en nuestro país. La Fundación de Espina Bífida de Ecuador no recibe ayuda gubernamental, razón por la cual considero necesario solicitar el apoyo de la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil, para que las personas afectadas con esta condición puedan ser tratadas adecuadamente. Para lograr esto es necesario lograr una alianza estratégica entre la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil y la Fundación de Espina Bífida de Ecuador, a fin de que las personas que padecen de espina bífida puedan ser tratados adecuadamente. Como contraparte, los familiares que estén en condiciones aportarían con voluntariado para atender estos casos y otros que la Junta de Beneficencia atienda.

Es muy importante que las empresas realicen Marketing social no solo para posicionarse en la Mente del consumidor, especialmente si busca triunfar a largo plazo, también ayuda a mucha gente con este tipo de acciones. El Marketing Social logra un posicionamiento en la mente del consumidor que va más allá del producto o servicio, también el consumidor analiza los valores que tiene la empresa. Este Marketing no es sino un medio y una herramienta insustituible para poder mejorar la vinculación entre los consumidores y la marca.

Las empresas que buscan tener éxito, no solo deben pensar en obtener ganancias de un producto o servicio, también deben retribuir a la sociedad con proyectos de Marketing social y de esta forma ayudan y al mismo tiempo se posicionan en la mente del consumidor como una empresa con ética y valores

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, V., Bermudes, N., Castillo, I., & Chang, C. (2014). Campaña de Educomunicación. USFQ. *Espina Bífida en Ecuador*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Fundación Espina Bífida, & Junta de Beneficencia de Guayaquil. (27 de febrero de 2014). *Increíbles campañas*. Obtenido de <http://www.informabtl.com/2013/10/26/3-increibles-campanas-btl-en-cajeros-automaticos/>
- H. Junta de Beneficencia de Guayaquil. (2011). Recuperado el 22 de febrero de 2015, de <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/es/areas/salud>
- Junta de Beneficencia de Guayaquil. (2011). *Nosotros. Quienes somos*. Obtenido de <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/es/nosotros>
- Junta de Beneficencia de Guayaquil. (2011). *Quienes somos*. Obtenido de <https://www.juntadebeneficencia.org.ec/es/nosotros>
- Pérez, C. (16 de abril de 2008). *Marketísimo*. Obtenido de Una ventana al mundo del Marketing: <http://marketisimo.blogspot.com/>
- Visa. (27 de febrero de 2014). *Llega a más clientes con publicidad*. Obtenido de <http://www.redempresariosvisa.com/IdeasCenter/Article/llega-a-mas-clientes-con-publicidad-atl>
- wordpress. (2013). *Cuál es tu estrategia*. Obtenido de <https://autentica.wordpress.com/2008/07/02/btl-y-atl-%C2%BFcual-es-tu-estrategia/>