



TECNOLOGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE MARKETING INTERNO Y
EXTERNO.

TEMA: ELABORACIÓN DE UN PLAN COMUNICACIONAL PARA
DIFUNDIR LA EXISTENCIA DEL CLUB DE ATLETISMO EN EL INSTITUTO
TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA UBICADO AL NORTE DEL
DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración de Marketing Interno y Externo.

Autora: Lilian Liseth Vasco Bedon.

Tutor: Ing. Alejandro Guayasamín.

Quito, 2016 – 2017.

DECLARATORIA.

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Lilian Liseth Vasco Bedon

CI: 1722029285

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.

Yo, **LILIAN LISETH VASCO BEDON** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172202928-5** de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE MARKETING INTERNO Y EXTERNO”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE LILIAN LISETH VASCO BEDON

CEDULA 172202928-5

Quito, a los días del mes de Marzo del 2017.

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios y a la Virgen del Quinche, por guiarme por un buen camino y darme su bendición siempre por la salud y las fuerzas para enfrentar los duros retos de la vida. A mis padres, por brindarme todo su apoyo durante toda mi carrera. Siendo este el resultado de todos mis esfuerzos para culminar con éxito una etapa más en mi vida.

Al Ing. Alejandro Guayasamín, tutor de tesis por su dedicación, paciencia y orientación para el desarrollo y culminación de la tesis. A los profesores del Instituto Cordillera por la enseñanza impartida en sus aulas, que contribuye a la formación de excelentes profesionales.

DEDICATORIA.

Dedico este proyecto de tesis a Dios y la Virgen del Quinche quien me guio y permitió haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres Edgar Vasco y Nelly Bedon a mi hermano Maykel Vasco y a mi bella hija Abigail Oyacato a quienes amo con mi vida, por ser el pilar fundamental, mi fuerza y mi inspiración en todo lo que soy, por su incondicional apoyo, por sus consejos, valores, comprensión, amor, por los ejemplos de perseverancia y lucha que me permitieron salir adelante.

ÍNDICE GENERAL.

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.	ii
AGRADECIMIENTO.	iii
DEDICATORIA.....	iv
ÍNDICE GENERAL.	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO.	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.	xv
CAPITULO I.....	16
Antecedentes.	16
1.01 Antecedentes de la investigación.....	16
1.01.01 Definición de antecedentes.	16
1.02 Macro.....	17
1.03 Meso.....	18
1.04 Micro.....	21
1.05 Justificación.	21
1.05.01 Plan del buen vivir.	22
1.05.02 Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.	22
1.05.03 Beneficios del atletismo.	22
1.05.04 Apoyo por parte de las autoridades.....	23

1.06	Definición del problema central “Matriz T”.....	24
1.06.01	Análisis de la matriz T.	25
CAPITULO II.		27
ánalisis de involucrados.		27
2.01	Mapeo de involucrados.	27
2.02	Matriz de involucrados.	28
2.02.01	Análisis de la matriz de involucrados.	29
CAPITULO III.		31
Problemas y Objetivos.		31
3.01	Árbol de problemas.	31
3.01.01	Análisis del árbol de problemas.	32
3.02	Árbol de objetivos.	33
3.02.01	Análisis del árbol de objetivos.	34
CAPITULO IV.		35
Análisis de alternativas.		35
4.01	Matriz de Análisis de Alternativas.	35
4.01.01	Análisis de la Matriz Análisis de Alternativas.	36
4.02	Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.	37
4.02.01	Análisis de la Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.	38
4.03	Diagrama de estrategias.	40
4.03.01	Análisis del Diagrama de Estrategias.	41
4.04	Matriz de Marco Lógico.	42
4.04.01	Análisis de la matriz de marco lógico.	43
4.04.02	Estrategia TTL (Through the Line o “a través de la línea”).	43

4.04.02.01	Publicidad BTL ("Below The Line" o debajo de la línea).....	43
4.04.02.02	Publicidad ATL ("Above The Line" o sobre la línea).....	45
4.04.03	Tipo de investigación.	46
4.04.04	Investigación Desarrollo Innovación "I+D+I".....	46
4.04.05	Población objetiva de la investigación.....	46
4.04.06	Determinación de la muestra.....	46
4.04.06.01	Fórmula de la muestra.....	47
4.04.06.02	Variables.	47
CAPÍTULO V.....		49
Propuesta del plan de comunicación.		49
5.01	Análisis situacional.....	49
5.01.01	Macro ambiental.....	49
5.01.01.01	Político.	49
Connotación.....		49
5.01.01.02	Social.....	50
Connotación.....		50
5.01.01.03	Económico en deporte.....	50
Connotación.....		51
5.01.01.04	CEPAL: Economía Del Ecuador Decrecerá 2,5%.	51
Connotación.....		51
5.01.01.05	Cultural.....	52
Connotación.....		53
5.01.01.06	Tecnológico.....	53
Connotación.....		54

5.01.01.07	Ambiental.....	54
	Connotación	54
5.01.02	Micro ambiental.	55
5.01.02.01	Rivalidad de mercado.....	55
	Connotación	55
5.01.02.02	Cliente.	55
	Connotación.	55
5.01.02.03	Amenaza.....	56
5.01.02.04	Producto.	56
	Connotación.	56
5.01.02.05	Producto sustituto.....	56
	Connotación	57
5.01.03	Internas.....	57
5.01.03.01	ENCUESTAS # 302.....	57
	Implementación.....	57
	Uso	58
	Satisfacción	58
	Calificador.....	58
	Decisión.....	58
	Preferencia.....	59
	Información	59
5.01.03.02	Matriz de encuesta.	60
	Análisis de la matriz de encuesta.	61
5.01.03.03	Modelo de la Encuesta.	62

5.01.03.04	Tabulación de las encuestas.	64
	Preguntas de implementación	64
	Pregunta N° 1.	64
	Análisis.....	64
	Pregunta N° 2.	65
	Análisis.....	65
	Pregunta N° 3.	66
	Análisis.....	66
	Pregunta N° 4.	67
	Análisis.....	67
	Preguntas de uso.....	68
	Pregunta N° 5.	68
	Análisis.....	68
	Preguntas de satisfacción.	69
	Pregunta N° 6.	69
	Análisis.....	69
	Preguntas de calificador.	70
	Pregunta N° 7.	70
	Análisis.....	70
	Preguntas de decisión.	71
	Pregunta N° 8.	71
	Análisis.....	71
	Pregunta de preferencia.....	72
	Pregunta N° 9.	72

Análisis.....	72
Preguntas de información.....	73
Pregunta N° 10.....	73
Análisis.....	73
Pregunta N° 11.....	74
Análisis.....	74
5.01.03.05 Análisis general.....	75
5.01.04 Matriz Foda.....	76
5.01.04.01. Análisis de la matriz FODA.....	77
5.01.04.02. Definición de FODA.....	78
5.01.05 Plan de comunicación.....	78
5.01.05.01 Concepto de plan de comunicación.....	78
5.01.05.02 Fases del plan de comunicación.....	79
5.01.05.03 Etapas del plan de comunicación.....	79
5.01.05.04 Kpi (Key Performance Indicators).....	79
5.01.05.05 Diagrama de Gantt.....	82
CAPITULO VI.....	83
Conclusiones y recomendaciones.....	83
6.01 Conclusiones.....	83
6.02 Recomendaciones.....	83
Bibliografía.....	84
Anexos.....	89
Modelo Encuesta.....	90
LA CARRETILLA HUMANA.....	91

Formato de registro para estudiantes.....	92
Redes sociales	93
Facebook.....	96
Twitter.....	98
Fotografías	99

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 Matriz "T".....	24
Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados.....	28
Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas.....	35
Tabla 4 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	37
Tabla 5 Matriz de Marco Lógico.....	42
Tabla 6 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	47
Tabla 7 Fórmula de la muestra.....	48
Tabla 8 Matriz de Encuesta.....	60
Tabla 9 Pregunta N° 1.....	64
Tabla 10 Pregunta N° 2.....	65
Tabla 11 Pregunta N°3.....	66
Tabla 12 Pregunta N° 4.....	67
Tabla 13 Pregunta N° 5.....	68
Tabla 14 Pregunta N° 6.....	69
Tabla 15 Pregunta N° 7.....	70
Tabla 16 Pregunta N° 8.....	71
Tabla 17 Pregunta N°9.....	72

Tabla 18 Pregunta N° 10.....	73
Tabla 19 Pregunta N° 11.....	74
Tabla 20 Matriz FODA.....	76
Tabla 21 Plan de comunicación.....	80
Tabla 22 DIAGRAMA DE GANTT.....	82

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1 Publicidad Exterior E Interior.....	44
Ilustración 2 Product Placement O Producto Introducido.....	44
Ilustración 3 Guerrilla Marketing.....	45
Ilustración 4 Tasa de variación del PIB.....	52

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Gráfico 1 Pregunta N° 1.....	64
Gráfico 2 Pregunta N° 2.....	65
Gráfico 3 Pregunta N°3.....	66
Gráfico 4 Pregunta N° 4.....	67
Gráfico 5 Pregunta N° 5.....	68
Gráfico 6 Pregunta N° 6.....	69
Gráfico 7 Pregunta N° 7.....	70
Gráfico 8 Pregunta N° 8.....	71
Gráfico 9 Pregunta N° 9.....	72
Gráfico 10 Pregunta N° 10.....	73
Gráfico 11 Pregunta N° 11.....	74

RESUMEN EJECUTIVO.

El club de atletismo del Instituto Tecnológico Superior Cordillera empezó a funcionar en la ciudad de Quito hace dos años 2015 -2016 hasta la actualidad la afición al deporte y una amistad llevo a la Ing. Fritzia Mendoza y el Ing. Fernando Buitrón a correr las primeras competencias representando al Instituto Cordillera, para las siguientes carreras invitaron a más docentes y estudiantes a unirse a ellos pero pocos lo han hecho hasta el momento debido a que no se ha dado a conocer totalmente al club de atletismo por falta de promoción, la finalidad de esta propuesta es realizar un plan comunicacional para difundir la existencia del club se realizara un evento publicitario donde se busca interactuar con los docentes y alumnos de la Institución con la finalidad de que conozcan más sobre el mismo por medio de videos, flyers, trípticos, tarjetas y juegos.

ABSTRACT.

The athletic club of the Instituto Tecnológico Superior Cordillera began to operate in the city of Quito about two or three years ago until today the love of sports and a friendship led to Engineer Fritzia Mendoza and Engineer Fernando Buitrón to run the first Competitions representing the Cordillera Institute, for the following careers invited more teachers and students to join them but few have done so because they have not been fully known to the athletic club, the purpose of this proposal is to carry out A communication plan to spread the existence of the club will be held an advertising event where it seeks to interact with teachers and students of the Institution in order to learn more about it through videos, flyers, triptychs, cards and games.

INTRODUCCIÓN.

En la presente propuesta se mencionan estrategias que ayudaran a que este proyecto se desarrolle de una manera positiva para obtener el título de Tecnóloga en Administración de Marketing Interno y Externo.

El club de atletismo del Instituto Tecnológico Superior Cordillera es un club que actualmente no se encuentra constituido legal ni formalmente cuenta con pocos integrantes entre los cuales están docentes y estudiantes en la ciudad de Quito y se inició hace dos años hasta la actualidad 2015-2016.

El objetivo de este estudio es crear un plan comunicacional para difundir la existencia del club de atletismo del Instituto Tecnológico Superior Cordillera que le permita llegar a sus docentes y estudiantes para que lo puedan conocer, como factor importante se realizara un evento publicitario en la institución y se dará seguimiento para identificar qué resultados presenta y como contribuirá en el crecimiento del club de atletismo.

CAPITULO I.

ANTECEDENTES.

1.01 Antecedentes de la investigación.

En el Ecuador los mayores logros han sido en el atletismo este fue el deporte en el que se desempeñó el campeón olímpico Jefferson Pérez en las Olimpiadas de Atlanta en el año de 1996 obteniendo una medalla de oro en los 20 km marcha y posteriormente una medalla de plata en las Olimpiadas de Beijín en el año 2008. Este acto hizo que el Ecuador se sintiera orgulloso de nuestro representante y motivó a muchas personas a practicar este deporte y alejarse de un estilo de vida diferente al que los jóvenes están acostumbrados a vivir en la actualidad como es la diversión el consumo de alcohol, cigarrillo y más sustancias psicotrópicas.

Nuestro País no es una potencia deportiva pero varias instituciones se encuentran motivando a la gente a practicar este deporte ya sea profesionalmente o por gusto

1.01.01 Definición de antecedentes.

Según (**Coutino, s.f.**) Son indagaciones previas que sustentan el estudio, tratan sobre el mismo tema o se relacionan con otros. Sirven de guía al investigador y le permiten hacer comparaciones y tener ideas sobre cómo se trató el problema en esa oportunidad.

Según (BAZ, 2000) El atletismo es una permanente fuente de investigación deportiva, cuyos resultados se transfieren a otras modalidades deportivas, prueba de ello son los sistemas de entrenamiento dirigidos a la mejora de las cualidades físicas de las personas.

El señor BAZ nos brinda un valioso concepto de lo que es el atletismo y lo menciono a continuación: En el atletismo el practicante debe realizar varias tareas establecidas en las que busca una superación contra el tiempo y la distancia en idénticas condiciones que los otros participantes también se realiza competencias entre equipos, ligas de clubes encuentros entre naciones o carreras colectivas.

1.02 Macro.

Según (MARTINEZ, 2014) El significado de MACRO se refiere al entorno general, amplio en el que se caracteriza a un conjunto de problemas que suelen estar presentes repetidamente.

Según (GUAMAN, 2013) La palabra atletismo proviene del griego "athlon" que tiene el significado de lucha y competencia. Dice la historia del atletismo que aproximadamente hace una tres mil años ya se llevaban a cabo las carrera atléticas se realizaron las olimpiadas originales en Grecia, este fue uno de los ejercicios más practicados por los Griegos.

El mismo autor nos continúa mencionando lo siguiente acerca del atletismo: El atletismo moderno se produjo en Inglaterra en el año de 1617 el Rey Jacobo I

promulgo el famoso libro de los deportes en el que se autorizaba la práctica de ciertos juegos atléticos que hasta esas fechas estaban prohibidos, con el pasar de los años se empezaron a utilizar ciertos instrumentos que ayudaban a mejorar la práctica de las carreras atléticas como los cronógrafos de precisión encargados de regular el tiempo.

Las universidades de Cambridge y Oxford organizaron los primeros programas deportivos en el año de 1864, Estados Unidos fue el fundador del primer club de atletismo en 1868 y se empezó a organizar los campeonatos nacionales de pista y campo. De hecho una de las fechas memorables del atletismo mundial es el 21 de septiembre de 1895 allí se efectuó el primer encuentro atlético entre los destacados clubes de Estados Unidos e Inglaterra.

1.03 Meso.

Según (**metas, evaluaciones y metas, s.f.**) Son comprendidos en el Proyecto Educativo Institucional. En ellos se da coherencia a la práctica docente concretando el diseño curricular de base en propuestas globales de intervención didáctica según el contexto de cada institución es la parte intermedia.

Según (WIKIPEDIA, Wikipedia, the free encyclopedia, 2012) Para el Ecuador ha representado el conocido atleta Ecuatoriano Franklin Bolívar Tenorio Ramón nacido el 30 de junio de 1969 en Salcedo, Cotopaxi es un corredor de larga distancia y ha participado en dos juegos olímpicos.

Existen aproximadamente unos 20 clubs de atletismo en la Ciudad de Quito que organizan las competencias atléticas y publican en su página web la fecha del evento los kilómetros a correr y cuentan con chips para cada persona esto ayuda a ver el tiempo que hacen en la carrera a continuación detallo algunos clubs:

- **CRONOPRO:** “Competencias deportivas & cronometraje electrónico” Es un club que funciona en la ciudad de Quito son especialistas en la organización, automatización y cronometraje de las competencias atléticas, este cronometraje es con chips computarizados con la más moderna tecnología para el control de tiempos y reportes automatizados, también hace para ciclismo extremo, duatlón, triatlón, y nado en aguas abiertas dentro y fuera del Ecuador ellos aseguran ser la mejor opción del mercado en precio, calidad y beneficios esto por su amplia experiencia en el campo. **(CRONOPRO, s.f.)**

- **AURASUR:** “Marketing deportivo” Es una empresa ubicada en la av. de los shirys 12-40 y Portugal cuenta con más de 10 años de experiencia en brindar servicios de organización deportiva en cada rincón del Ecuador con el uso de las mejores tecnologías y los toman en cuenta para los más grandes y prestigiosos eventos del País. **(AURASUR, s.f.)**

- **METRO CARDIO FITNESS CLUB:** Es un club deportivo especializado en disciplinas como la natación, ciclismo y atletismo, cuentan con un gimnasio que les proporciona las mejores instalaciones y los mejores entrenadores en un ambiente

agradable, se encuentran ubicados en la calle mercadillo oe2-75 y Versalles.

(CARDIO, s.f.)

- **ATLETISMO QUITO UPS:** Este grupo de atletismo de la Universidad Politécnica Salesiana se formó con el objetivo de motivar a los estudiantes de la UPS a practicar este deporte y promocionan el deporte dentro y fuera de la institución tienes dos días de entrenamiento que son lunes y miércoles la Lcda. Lisbeth Sinailin es la animadora del grupo. **(UPS, s.f.)**

- **VIDA ACTIVA: "Deportes Nutrición y Salud"** Una empresa que cuenta actualmente con más de 300 integrantes y cuentan con experiencia de un año entrenan con rutinas integrales en base a objetivos planteados a inicios de cada mes dos días a la semana martes y jueves en el paseo San Francisco o en el parque central de Cumbaya, cuentan con aproximadamente 9 entrenadores. **(ACTIVA, s.f.)**

Según el **(COMERCIO.COM, 2014)** La Ciudad de Quito tiene varias alternativas para entrenar, desde parques adecuados para las personas que prefieren correr en pista hasta senderos de montaña para los atletas que gusta correr fuera de pista 'Trail Running'.

En algunos parques, como La Carolina, existen pistas adecuadas para los atletas, una de las zonas más comunes para correr está al frente de la Cruz del Papa donde

cientos de corredores entrenan diariamente, La pista está asfaltada e iluminada y se comparte el espacio con ciclistas.

1.04 Micro.

Según (**metas, evaluaciones y metas.wikispaces.com, s.f.**) Es en donde se formulan los objetivos de acuerdo con la filosofía y la política de los niveles anteriores y se establecen los medios y secuencias de acciones indispensables así como los instrumentos y recursos necesarios para lograrlo en un entorno pequeño y definido.

Según (**TAREAS, 2015**) El nombre micro quiere decir que es algo pequeño dentro de la sociedad vienen a ser grupos íntimos con los que muchas personas se identifican comúnmente, por otro lado se puede decir que estos grupos son familias, instituciones educativas, entre otros.

1.05 Justificación.

Según (**coutino, s.f.**) La justificación de la investigación consiste en las razones que el investigador debe aducir para demostrar la necesidad e importancia de resolver el problema definido, se trata de especificar como la solución del problema posiblemente influirá en la teoría o en la práctica en ambos a la vez se debe indicar las motivaciones que llevan al investigador a desarrollar el proyecto.

1.05.01 Plan del buen vivir.

Según (EDUCACION, s.f.) Es la satisfacción de las necesidades de una calidad de vida y muerte digna, el amar y ser amado, el florecimiento saludable de todos y todas las personas en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas.

1.05.02 Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población.

Con este proyecto se busca incentivar a la población a realizar el deporte e incluirlo en su rutina de vida diaria aportando así con la salud, inclusión social y su buen aspecto físico mejorando notablemente la calidad de vida de los ciudadanos.

1.05.03 Beneficios del atletismo.

Los beneficios para las personas que practican el atletismo o algún tipo de deporte como rutinas en su vida son innumerables ayudan a que las personas sean mucho más productivas en sus actividades diarias.

Según (SALVADOR, s.f.) Muchas instituciones están comprendiendo los beneficios que tiene la práctica del deporte y han hecho de ello una estrategia más, se menciona siete beneficios a continuación:

- Practicar algún deporte ayuda a combatir el estrés y liberar tensiones, esto genera bienestar en las personas y repercute favorablemente en el desempeño.
- Ayuda a mantener un buen estado físico, perder peso y llevar adelante una buena alimentación.
- Compartir actividades hace que se disminuyan los conflictos entre las personas.

- Aumenta la autoestima.
- Favorece el trabajo en equipo y las personas se comprometen más cuando forman parte de un equipo.
- Las reglas deportivas ayudan a las personas a adquirir hábitos de respeto y comportamiento.
- Se reducen los problemas de salud, esto reduce el ausentismo de las personas.

1.05.04 Apoyo por parte de las autoridades.

Según (HORA, lahora.com.ec, 2010) el ministerio del interior brinda apoyo a las carreras atléticas como: el pentatlón que fue un campeonato suramericano donde se contribuyó con 93000 dólares para el torneo

Según (DEPORTE M. D., s.f.) el circuito nuestros héroes donde más de 13000 atletas participaron por niños con discapacidad.

Según (HORA, lahora.com.ec, 2005) desde hace varios años se ha venido incentivando a nivel colegial el atletismo más de 65 establecimientos participaron en el 2005.

Pontificia universidad católica del ecuador realiza carreras atléticas constantemente y participa en los atléticos universitarios a esta se une la universidad tecnológica equinoccial, central, autónoma, politécnica nacional, entre otras.

1.06 Definición del problema central "Matriz T".

Según (WEB, s.f.) La matriz T es una herramienta utilizada para ayudar a facilitar el cambio. Existen dos fuerzas con las que se trabaja. Fuerzas Impulsoras las cuales facilitan el cambio y las Fuerzas bloqueadoras, las cuales evitan que el cambio ocurra, se enfoca en la identificación de estas fuerzas y en relacionarlas con el cambio potencial.

Tabla 1 Matriz "T".

SITUACIÓN EMPEORADA	SITUACIÓN ACTUAL				SITUACIÓN MEJORADA
Que se mantenga con escasos integrantes o se desanimen por desmotivación	El club de atletismo del ITSCO, ha participado en varias carreras pedestres, pero no se ha dado a conocer y cuenta con pocos integrantes				Reconocimiento del club de atletismo en la institución y que lo integren tanto docentes como estudiantes
CALIFICACIÓN					
FUERZA IMPULZADORA	IMPACTO	POTENCIAL DE CAMBIO	IMPACTO	POTENCIAL DE CAMBIO	FUERZA BLOQUEADORA
Gestionar que existan lockers para los integrantes del club	1	4	4	2	Deficiencia de áreas deportivas en el ITSCO
Organizar un horario de entrenamientos un día por semana	1	5	5	1	Falta de apoyo de la institución para los entrenamientos
Difundir por medio de redes sociales a la población del ITSCO sobre las carreras pedestres	1	4	4	1	Escasa información sobre los acontecimientos deportivos que se organiza en Quito
Implementos adecuados para los entrenamientos	2	5	5	1	Falta de conocimiento del club de atletismo para el apoyo de implementos de entrenamiento
Conformar una delegación tanto de docentes como estudiantes para representar en distintas carreras de Quito	2	5	3	1	Que no exista el apoyo por parte de los alumnos y docentes por falta de conocimiento

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

1.06.01 Análisis de la matriz T.

En el análisis de la matriz de fuerzas se encontró como situación inicial que el club de atletismo del ITSCO ha participado en varias carreras pedestres pero no se ha dado a conocer y cuenta con pocos integrantes en sus filas siendo este nuestro problema central si no se procede a dar una solución inmediata se tendría como situación empeorada que el mismo se mantenga con escasos integrantes o se desanimen por falta de motivación para esto se está realizando un estudio de un plan comunicacional y aportar con una solución donde se espera una situación mejorada que el club tenga un alto reconocimiento en la institución y lo integren tanto estudiantes como docentes.

Tenemos como fuerza impulsadora realizar la gestión para que existan lockers para el uso de los integrantes del club ya que por el momento se cuenta en impacto con una calificación de uno porque es algo que no se ha realizado buscando que se obtenga un potencial de cambio de cuatro, esto cuenta con el bloqueo que en el ITSCO existe la deficiencia de áreas deportivas por lo que no hay suficiente espacio teniendo un potencial de cambio de dos porque si existen áreas deportivas pero con poco espacio esperando un impacto de cuatro que sería favorable para el proyecto, como segunda fuerza impulsadora es organizar un día a la semana para los entrenamientos con un impacto de uno por que no existe al momento esperando obtener un potencial de cambio de cinco teniendo la fuerza bloqueadora la falta de apoyo de la institución para los entrenamientos con un potencial de cambio de uno y un impacto de cinco, la tercera fuerza bloqueadora difundir por medio de redes

sociales a la población del ITSCO sobre las carreras pedestres teniendo como un impacto de 1 porque es mínima su difusión al momento esperando llegar a cuatro como potencial de cambio teniendo como fuerza bloqueadora la escasa información sobre los acontecimientos deportivos que se organizan en la ciudad Quito con un potencial de cambio de uno esperando un impacto de cuatro, como cuarta fuerza bloqueadora está el uso de implementos adecuados para los entrenamientos con un impacto de dos y esperando un potencial de cambio de cinco con una fuerza bloqueadora que es la falta de conocimiento del club para el apoyo de implementos adecuados para los entrenamientos teniendo un potencial de cambio de uno esperando un impacto de cinco.

Y como última fuerza impulsadora es que se conforme una delegación de estudiantes y docentes para que representen en distintas carreras pedestres en la ciudad de Quito esto con un impacto de dos y un potencial de cambio de cinco teniendo como bloqueo que no exista el apoyo de alumnos y docentes por falta de conocimiento teniendo como potencial de cambio uno y esperando un impacto de tres lo que sería viable para el proyecto.

CAPITULO II.

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.

2.01 Mapeo de involucrados.

Según (PROYECTOS, s.f.) El análisis de involucrados es una herramienta que permite identificar los actores sociales más importantes del Estado, sector privado y sociedad civil que puedan ser la base para la implementación de una intervención. Así mismo permite conocer el rol de los actores sociales, las funciones, actividades y responsabilidades e influencia en la implementación del proyecto.

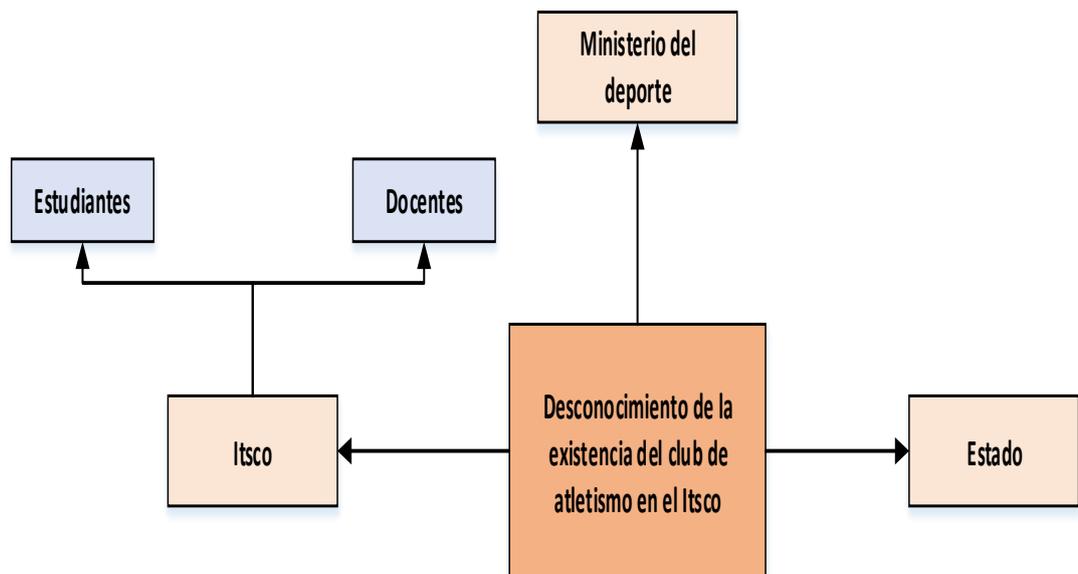


Figura 1 Mapeo de Involucrados.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

2.02 Matriz de involucrados.

Según (DEPORTE L. D., s.f.) El art. 1.- Menciona que las disposiciones de la presente Ley, fomentan, protegen y regulan al sistema deportivo y según (ITSCO, s.f.) Que el reglamento de bienestar estudiantil se realizó pensando en brindar el mejor servicio a los estudiantes lo menciona en los art. 4, 6, 5 y 2 que los estudiantes disponen de unidades médicas y profesionales que les guían para emprender un futuro emprendedor.

Tabla 2 Matriz de Análisis de Involucrados.

ACTORES INVOLUCRADOS	INTERESES SOBRE EL PROBLEMA CENTRAL	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS, MANDATOS Y CAPACITACIONES	INTERES SOBRE EL PROYECTO	CONFLICTOS POTENCIALES
ESTADO	Personas más productivas en sus actividades diarias	Personas poco productivas por falta de actividades recreacionales	Jefe del Estado Ministerio del deporte Municipio	Acostumbrar a las personas a llevar una rutina diaria de ejercicios	El trabajo monótono reduce la productividad y la falta de tiempo para realizar actividades físicas
MINISTERIO DEL DEPORTE	Existencia de más clubes de atletismo en la Ciudad	El desinterés por la práctica de deportes conlleva a que no se formen más organizaciones	Ministerio del deporte art. 1.- La presente Ley, fomenta, protege y regula al sistema deportivo	Integración de las personas en rutinas deportivas	Falta de motivación de las personas a la práctica de deporte
ITSCO	Práctica deportiva por parte de los docentes y estudiantes de la institución	Pocas personas de la institución practican algún deporte	Bienestar estudiantil art. 4 menciona proponer servicios de salud y Recreación. Art. 6 unidad médica responsable de atención y prevención de salud	Crear el club de atletismo para incentivar a la práctica de este deporte	Desconocimiento de la existencia del club de atletismo
DOCENTES	Tener un estilo de vida saludable con la práctica deportiva	Falta de conocimiento sobre el club de atletismo y desinterés en practicar este deporte	Bienestar estudiantil art. 5 menciona que los docentes mediante actividades garantizan el bienestar de los estudiantes	Lograr una buena acogida por parte de los docentes	Sedentarismo
ESTUDIANTES	Integrarse a un grupo social con un estilo de vida saludable	Desinterés en practicar este deporte	Bienestar estudiantil art. 2 el ItSCO implementará programas para la rehabilitación de adicciones alcohólicas y drogas	Lograr una buena acogida por parte de los estudiantes	No tener un estilo de vida saludable e ingresar al mundo de las drogas y el alcohol

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

2.02.01 Análisis de la matriz de involucrados.

En el análisis de la matriz de involucrados se tiene como primer actor al Estado y su interés sobre el problema central del proyecto es que existan personas más productivas en sus actividades diarias por el motivo que los problemas que encuentra son personas poco productivas por falta de actividades recreacionales entre los recursos y mandatos se encuentran el jefe de estado, ministerio del deporte y el municipio su intereses sobre el proyecto es que se acostumbre a las personas a que lleguen a una rutina diaria de ejercicios y los conflictos potenciales existentes es que el trabajo monótono reduce la productividad y también por la falta de tiempo para que realicen actividades físicas.

El segundo actor involucrado es el Ministerio del deporte sus intereses sobre el problema central es que existan más clubes de atletismo en la Ciudad los problemas que se han detectado es que el desinterés en la práctica de deportes conlleva a que no se formen más organizaciones entre los recursos y mandatos se encuentra el art. 1 que menciona que se fomenta y se proteja al sistema deportivo y los intereses sobre el proyecto son tener una integración de las personas en rutinas deportivas la falta de motivación de las mismas en la práctica del deporte es uno de los potenciales conflictos.

El tercer actor es el ITSCO su interés sobre el problema central es la práctica deportiva por parte de los docentes y estudiantes de la institución los problemas percibidos es que pocas personas de la institución practican algún tipo de deporte entre los recursos y mandatos están los siguientes artículos mencionados en el

reglamento de Bienestar estudiantil art. 4 menciona que se proponga servicios de salud y recreación. Art. 6 unidad médica responsable de atención y prevención de salud y el art. 6 los intereses sobre el proyecto que se realice el club de atletismo para que se motive a la práctica del deporte y su conflicto potencial es el desconocimiento de la existencia del mismo.

El cuarto actor son los Docentes el interés sobre el problema central es que se tenga un estilo de vida saludable con la práctica deportiva los problemas percibidos son la falta de conocimiento sobre el club de atletismo y el desinterés en la práctica de este deporte entre los recursos y mandato se encuentra el art. 5 menciona que los docentes mediante actividades garantizan el bienestar de los estudiantes y el interés sobre el proyecto es que se logre una buena acogida por parte de los docentes teniendo un conflicto potencial en la ciudad que es el sedentarismo.

El quinto y ultima actor en el proyecto son los Estudiantes los intereses sobre el problema central es que los estudiantes se integren a un mejor grupo social con un estilo de vida saludable los problemas percibidos es el desinterés en que se practique este deporte el recurso y mandato es el art. 2 del reglamento de bienestar estudiantil del Itsco menciona que se implementaran programas para la rehabilitación de adicciones alcohólicas y drogas el interés sobre el proyecto es que se logre una buena acogida para el proyecto por parte de los estudiantes entre los conflictos potenciales es que no se tenga un estilo de vida saludable e ingresar al mundo de las drogas y alcohol.

CAPITULO III.

PROBLEMAS Y OBJETIVOS.

3.01 Árbol de problemas.

Según (BELFONTE, s.f.) El árbol de problemas es una técnica que nos permite registrar y organizar la problemática que intentamos resolver con una mayor profundidad, en esta técnica se incluye la identificación de los elementos causa - efecto que se vinculan con nuestra problemática.

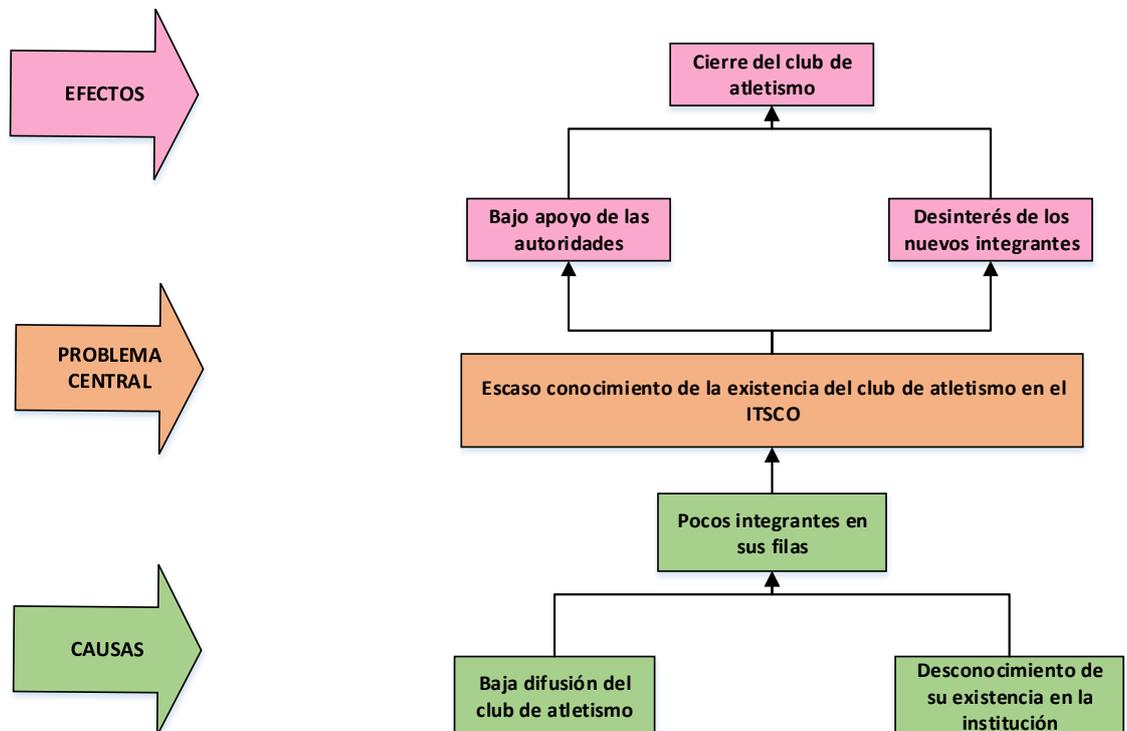


Figura 2 Árbol de Problemas.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

3.01.01 Análisis del árbol de problemas.

Se determina como problema central el escaso conocimiento de la existencia del club de atletismo en el ITSCO por las siguientes causas determinadas como la baja difusión del club de atletismo el desconocimiento de su existencia en la institución por lo que al momento se cuenta con pocos integrantes en sus filas y los efectos que se puede llegar a generar debido a esto el bajo apoyo de las autoridades el desinterés de sus integrantes lo que podría llegar hasta el cierre del club de atletismo.

3.02 Árbol de objetivos.

Según (VELASCO, s.f.) El Árbol de Objetivos es la versión positiva del Árbol de Problemas. Permite determinar las áreas de intervención que plantea el proyecto.

Para elaborarlo se parte del Árbol de Problemas y el diagnóstico. Es necesario revisar cada problema (negativo) y convertirlo en un objetivo (positivo) realista y deseable. Así, las causas se convierten en medios y los efectos en fines.

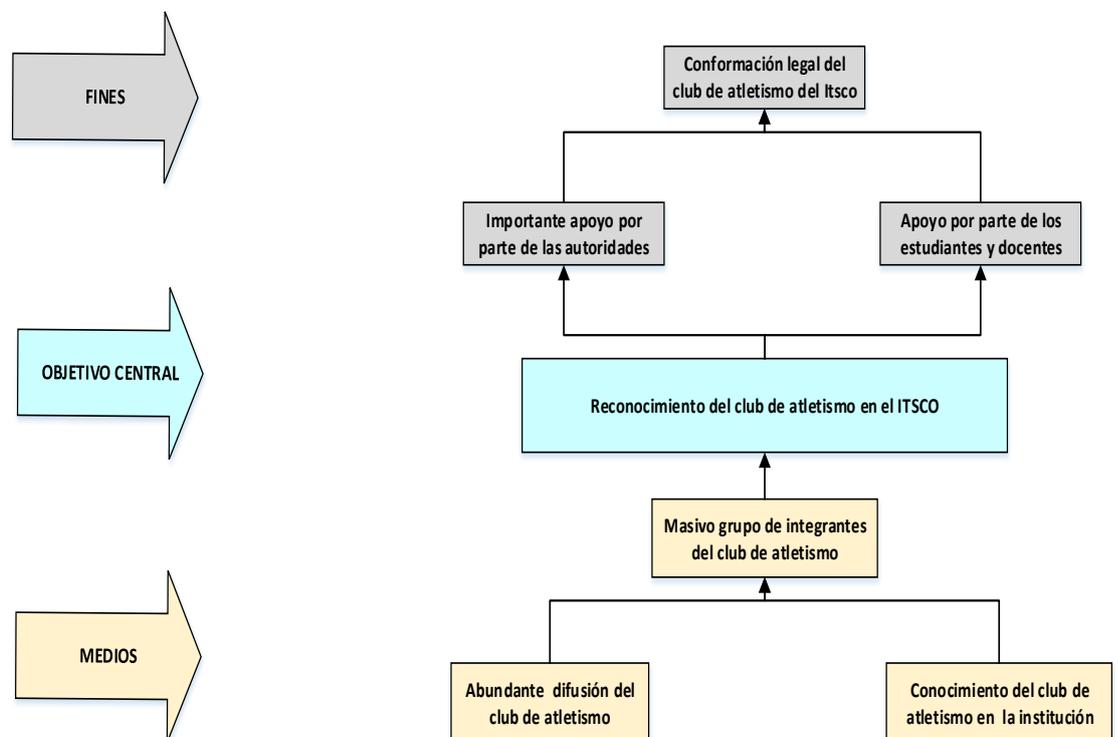


Figura 3 Árbol de Objetivos.

Elaborado por: Liseth Vasco

Fuente: ITSCO

3.02.01 Análisis del árbol de objetivos.

Se llegó a determinar el objetivo central el reconocimiento del club de atletismo en el ITSCO por los siguientes medios como realizar abundante difusión del club de atletismo para que se logre el conocimiento del club d atletismo en la institución con el fin de que las autoridades aporten con un abundante apoyo y esto se lo requiere también por los estudiantes y docentes con el fin de que se realice la conformación legal del club de atletismo del ITSCO.

CAPITULO IV.

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS.

4.01 Matriz de Análisis de Alternativas.

Según (CEMPRO, s.f.) El análisis de alternativas consiste en identificar las posibles soluciones del problema social abordado por el proyecto y permite a la entidad formuladora del proyecto identificar los medios posibles para la solución del problema y seleccionar luego, aquellos que resulten más adecuados para el logro del objetivo del proyecto.

Tabla 3 Matriz de Análisis de Alternativas.

OBJETIVOS	IMPACTO SOBRE EL PROPÓSITO	FACTIBILIDAD TÉCNICA	FACTIBILIDAD FINANCIERA	FACTIBILIDAD SOCIAL	FACTIBILIDAD POLÍTICA	TOTAL	CATEGORÍA
Información del club de atletismo	5	5	3	5	4	22	Medio alto
Conocimiento del club de atletismo en la institución	5	5	4	5	4	23	Alto
Masivo grupo de integrantes	5	5	4	5	4	23	Alto
Reconocimiento del club de atletismo en el ITSCO	5	5	5	5	4	24	Alto

Elaborado por: Liseth Vasco

Fuente: ITSCO

4.01.01 Análisis de la Matriz Análisis de Alternativas.

En la matriz de análisis de alternativas se realizara la calificación del primer objetivo el cual es tener una abundante difusión del club de atletismo obteniendo una calificación de cinco puntos en impacto sobre el propósito ya que esto se espera que se lleve a cabo al momento que se culmine esta investigación de proyecto en la factibilidad técnica se colocó un puntaje de cinco en la factibilidad financiera un puntaje de tres en factibilidad social un puntaje de cinco esperando a que se obtenga una excelente acogida y en la factibilidad política un puntaje de cuatro sumando un total de veintidós puntos que califica con una categoría medio alto. El segundo objetivo es que se consiga el conocimiento del club de atletismo en la institución con un puntaje de cinco en el impacto sobre el propósito con una factibilidad técnica de cinco puntos una factibilidad financiera de cuatro puntos y con cinco en factibilidad social esperando una factibilidad política de cuatro puntos sumando todo esto se obtiene un puntaje total veintitrés llegando a una categoría alta.

Impacto sobre el propósito en factibilidad técnica un puntaje de cinco en factibilidad financiera un puntaje de cuatro más un puntaje de cinco en factibilidad social y con un cuatro en factibilidad política llegando a un total de veintitrés puntos colocándose en una categoría alta. El objetivo general es que se logre el reconocimiento del club de atletismo en el ITSCO obteniendo un puntaje de cinco en impacto sobre el propósito con más cinco puntos en factibilidad técnica y cinco puntos en factibilidad financiera en la factibilidad social también se obtiene un puntaje de cinco y en la factibilidad política con cuatro puntos sumando un total de veinticuatro puntos de modo que se encuentra en una categoría alta.

4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

Según (SANTOS, 2012) Esta matriz de impacto de objetivos es una herramienta para evaluar la eficiencia de la acción antes de llevarla a cabo y nos ayuda a entender que cada acción tiene un fin claro.

Tabla 4 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

OBJETIVOS	FACTIBILIDAD DE LOGRARSE	IMPACTO GENERO	IMPACTO AMBIENTAL	RELEVANCIA	SOSTENIBILIDAD	TOTAL	CATEGORIA
Información del club de atletismo	Lograr que al club de atletismo lo conozcan en el ItSCO (5)	Tanto hombres como mujeres van a formar parte del club de atletismo (5)	Mejorar la condición física de los integrantes del club de atletismo (5)	Actividad física para los integrantes del club de atletismo del ItSCO (5)	El club de atletismo va a ser conocido cada mes por sus actividades realizadas (4)	24	Alto
Conocimiento del club de atletismo en la institución	Utilización de redes sociales, flyers para llegar a las personas con la promoción del club (5)	Con la práctica de este deporte se beneficiarán todos los integrantes (5)	Mejorar la práctica de valores personales entre los integrantes (4)	Aumento de integrantes para el club de atletismo (5)	Realizar entrenamientos constantemente (5)	24	Alto
Masivo grupo de integrantes	Apoyo de los directivos del ItSCO (5)	Incentivo con implementos adecuados para la realización de entrenamientos (5)	Los integrantes del club de atletismo podrán aprender a trabajar en equipo (4)	Lograr un crecimiento notable del club (5)	Formar rutinas de entrenamiento para aumentar el amor al deporte (4)	23	Alto
Reconocimiento del club de atletismo en el ITSCO	Aceptación a la propuesta del proyecto (4)	Gran acogida por parte de los integrantes del club de atletismo Cordillera (4)	Generar esfuerzo por parte de los integrantes (4)	Promocionar el club de atletismo para obtener más integrantes (5)	Realizar competencias atléticas continuamente entre instituciones superiores u otros (5)	22	Medio alto

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

4.02.01 Análisis de la Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.

En el análisis de la matriz de impacto el primer objetivo es que se realice abundante difusión del club de atletismo y en la factibilidad a lograrse el objetivo de este proyecto es que se logre que al mismo lo conozcan en el Itsco colocando así una puntuación de cinco teniendo en impacto de género que tanto hombres como mujeres lo conforman con una calificación de cinco puntos se desea en el impacto ambiental mejore la condición física de los integrantes del club de atletismo con un puntaje de cinco, teniendo como relevancia la realización de actividad física para los integrantes del club de atletismo del Itsco con un puntaje de cinco se espera en sostenibilidad que el club de atletismo vaya a ser conocido cada mes por sus actividades realizadas con un puntaje de cuatro sumando un total de veinticuatro puntos en la categoría alta.

El segundo objetivo es que se tenga conocimiento del club de atletismo en la institución con la factibilidad de que se logre y que se realice la utilización de redes sociales y flyers para que llegue a las personas con la promoción del club con una puntuación de cinco en impacto de género se espera que con la práctica de este deporte se beneficien todos los integrantes con un puntaje de cinco en impacto ambiental se busca mejorar la práctica de valores personales entre los integrantes con un puntaje de cuatro en la relevancia se espera el aumento de integrantes para el club de atletismo con una puntuación de cinco para lograr una sostenibilidad se desea realizar entrenamientos constantemente con una puntuación de cinco sumando un total de veinticuatro puntos llegando a una categoría alta.

El tercer objetivo es que se logre un masivo grupo de integrantes en factibilidad a lograrse se busca el apoyo de los directivos del Itsco con un puntaje de cinco en el impacto de genero se gestionara para que se incentive a los integrantes con implementos adecuados para la realización de los entrenamientos teniendo un puntaje de cinco con el impacto ambiental los integrantes del club de atletismo podrán aprender a trabajar en equipo con una puntuación de cuatro referente a la relevancia se espera a que se logre un crecimiento notable del club con un puntaje de cinco en el aspecto de sostenibilidad requiere que se formen rutinas de entrenamiento para que se aumente el amor al deporte con una puntuación de cuatro sumando nos da un total de veintitrés puntos ubicándose en la categoría alta.

El objetivo general es que se logre el reconocimiento del club de atletismo en el ITSCO con la factibilidad a lograrse se requiere la aceptación a la propuesta del proyecto con una puntuación de cuatro debido a que no depende directamente de la autora del proyecto si no de la institución, con el impacto de genero se busca una gran acogida por parte de los integrantes del club de atletismo con una puntuación de cuatro referente al impacto ambiental se requiere generar esfuerzo por parte de los integrantes con una puntuación de cuatro en la relevancia se busca que se promocióne el club de atletismo para que se obtenga más integrantes llegando a una puntuación de cinco referente a la sostenibilidad se desea que se realice competencias atléticas continuamente entre instituciones superiores u otros con una puntuación de cinco obteniendo un total de veintidós puntos colocándose en la categoría de nivel medio alto.

4.03 Diagrama de estrategias.

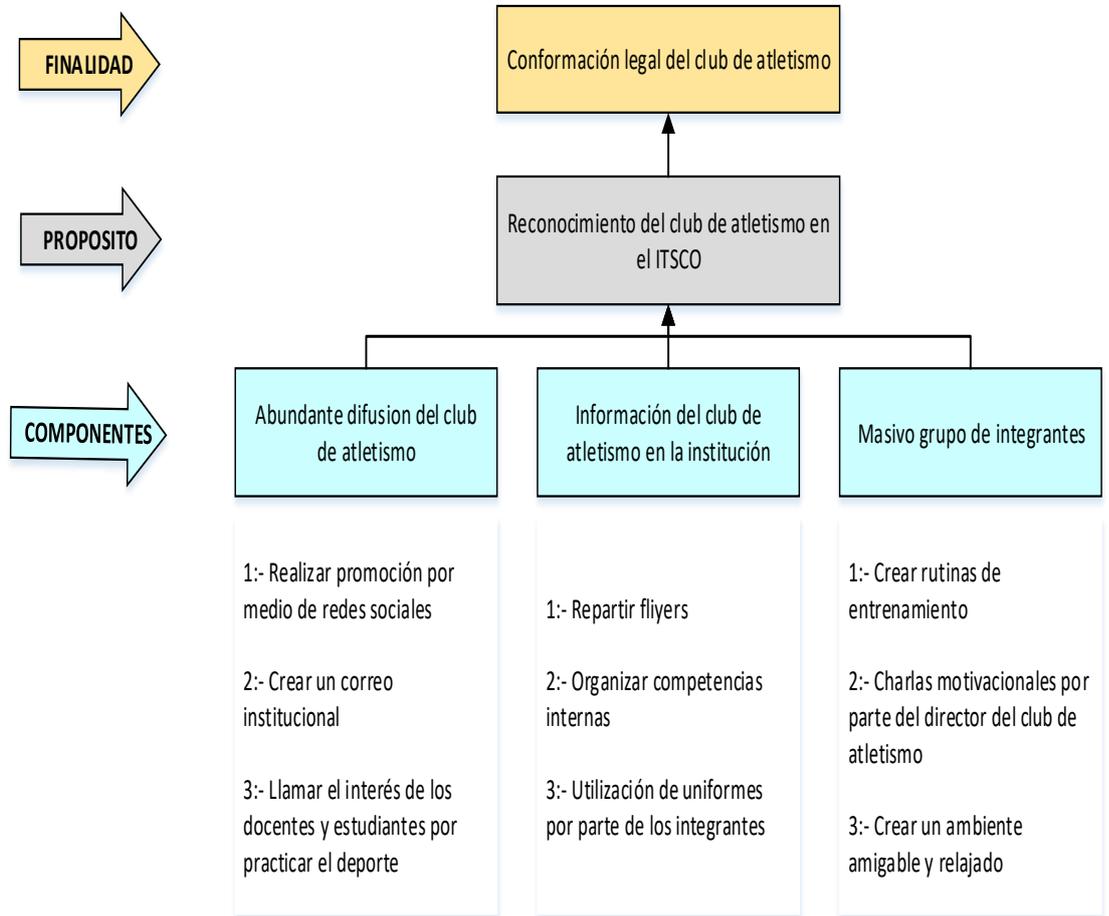


Figura 4 Diagrama de Estrategias.

Elaborado por: Liseth Vasco

Fuente: ITSCO

4.03.01 Análisis del Diagrama de Estrategias.

En el análisis de diagrama de estrategias se obtiene como finalidad la conformación legal del club de atletismo permitiendo así el funcionamiento correcto del mismo en el propósito se busca el reconocimiento del club de atletismo en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, como componentes se desea brindar una abundante difusión del mismo, teniendo como primera actividad la realización de promociones por medio de redes sociales como segunda actividad es la creación un correo institucional y como tercera actividad es que se llame el interés de los docentes y estudiantes para que se practique el deporte, se brindar información del club de atletismo en la Institución, teniendo como primera actividad que se reparta flyers como segunda actividad es que se organice competencias internas como tercera actividad utilización de uniformes por parte de los integrantes y que se logre la formación de un masivo grupo de integrantes en el club de atletismo teniendo como primera actividad la creación de rutinas de entrenamiento, como segunda actividad charlas motivacionales por parte del director del club de atletismo y como tercera actividad que se cree un ambiente amigable y relajado para que los integrantes se sientan a gusto al momento de realizar sus entrenamientos diarios.

4.04 Matriz de Marco Lógico.

Tabla 5 Matriz de Marco Lógico.

	RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
FINALIDAD	Conformación legal del club de atletismo Cordillera	Aumento de integrantes	Estatutos, Reglamentos, Acta de constitución, Listado de deportistas y socios, etc.	Que el Instituto no cumpla con los requisitos para realizar la legalización del club de atletismo Cordillera
PROPÓSITO	Reconocimiento del club de atletismo en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera	Que docentes y estudiantes reconozcan al club de atletismo Cordillera como uno de los mejores entre la competencia	Realizar una estrategia TTL (Through the Line o "a través de la línea") en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera	Que los docentes y estudiantes no deseen formar parte del club de atletismo Cordillera
COMPONENTES	Masivo grupo de integrantes Información del club de atletismo en la institución Abundante difusión del club de atletismo	Aceptación del club de atletismo Cordillera por parte de los docentes y estudiantes	Redes sociales, flyers, tarjetas, trípticos, libretas, gigantografía, camisetas, bolsos, etc	Desinterés por parte de los docentes y estudiantes
	Realizar promoción por medio de redes sociales	Flyers, tarjetas	11	Facturas
	Crear un correo Institucional	Trípticos	12	Facturas
	Llamar el interés de los estudiantes y docentes por practicar el deporte	Varios	98,75	Facturas
ACTIVIDADES	Repartir flyers, tarjetas.		21	Facturas
	Organizar competencias Internas	Gigantografía	30	Facturas
	Utilización de uniformes por parte de los integrantes	Música	15	Facturas
	Crear rutinas de Entrenamiento	Libretas	61	Facturas
	Crear un ambiente relajado y amigable	Camisetas, bolsos	248,75	Fotos
	Charlas motivacionales por parte del director del club de atletismo	Total de gastos del plan de comunicación		

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

4.04.01 Análisis de la matriz de marco lógico.

En el análisis de la matriz de marco lógico se conforma en tres secciones la primera que es resumen narrativo en la cual se encuentra la finalidad de conformar el club de atletismo legalmente y como indicador tenemos el aumento de integrantes que se verificara mediante los medios de estatutos, reglamentos, acta de constitución, listado de deportistas y socios con un supuesto en que el Instituto no cumpla con los requisitos para que se realice la legalización del club de atletismo Cordillera, con el propósito de que se logre el reconocimiento del mismo con el indicador que los docentes y estudiantes reconozcan al club de atletismo Cordillera como uno de los mejores entre la competencia y sus medios de verificación es realizar una estrategia TTL (Through the Line o “a través de la línea”) con un supuesto de que los docentes y estudiantes no deseen formar parte del club de atletismo Cordillera.

4.04.02 Estrategia TTL (Through the Line o “a través de la línea”).

Se trata de que se abarque con esta estrategia más ámbitos y no que se enfoque todos los esfuerzos de marketing en sólo una línea, cubriendo así todo nicho de mercado propenso a adquirir el bien o servicio publicitado.

4.04.02.01 Publicidad BTL (“Below The Line” o debajo de la línea).

Es la estrategia de comunicación de marketing que comprende el empleo de medios no masivos dirigidos a segmentos específicos con el objetivo de impulsar la promoción de cierto producto o servicio mediante acciones de comunicación

creativa, sorprendente y con altas dosis de aprovechamiento de oportunidades. Los medios BTL son:

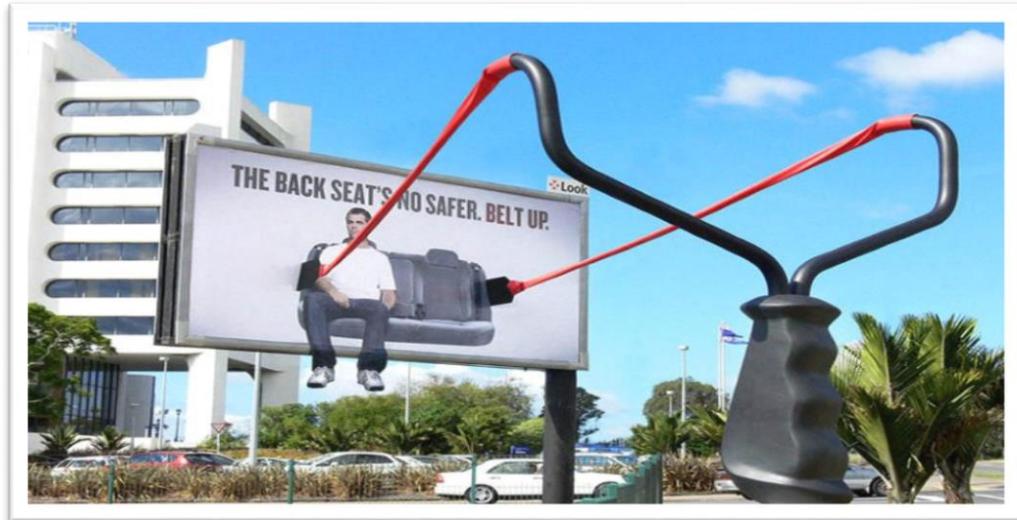


Ilustración 1 Publicidad Exterior E Interior

Fuente: Wikipedia marketing



Ilustración 2 Product Placement O Producto Introducido

Fuente: Wikipedia marketing.

- Anuncios y material pop (point of purchase)
- Anuncios en línea
- Activaciones de marca



Ilustración 3 Guerrilla Marketing

Fuente: Wikipedia marketing.

4.04.02.02 Publicidad ATL (“Above The Line” o sobre la línea).

Consiste en emplear dentro de la estrategia de comunicación medios de difusión masivos y costosos. Esta estrategia generalmente es utilizada para llegar al público objetivo de manera rápida e Intensiva para generar un impacto a mediano o corto plazo con beneficios directamente visualizados en las ventas. Los medios ATL son:

- Televisión
- Radio
- Prensa (revistas especializadas, periódico)
- Impresos (folletos, brochures, etc.) (**Marketing, 2014**)

4.04.03 Tipo de investigación.

Se realizó la investigación de campo que es la encuesta donde se encuesta a un grupo determinado en la muestra de estudiantes y docentes del Instituto Tecnológico Superior Cordillera para determinar la necesidad de implementar en el ITSCO un club de atletismo legalmente y en qué tiempo se debe hacer.

4.04.04 Investigación Desarrollo Innovación "I+D+I".

Es un concepto de reciente aparición en el contexto de los estudios de ciencia, tecnología y sociedad como superación del anterior concepto de investigación y desarrollo (I+D). Es el corazón de las tecnologías de la información y comunicación. (WIKIPEDIA, s.f.)

4.04.05 Población objetiva de la investigación.

La población de la investigación es generalmente una gran colección de individuos que son el foco principal de una investigación. Las investigaciones se realizan en beneficio de la población. Sin embargo debido a los grandes tamaños de las poblaciones los investigadores a menudo no pueden probar a cada individuo de la población ya que consume mucho dinero y tiempo. (EXPLORABLE, s.f.)

4.04.06 Determinación de la muestra.

La determinación de la muestra se realizó a un grupo determinado de docentes y estudiantes del Instituto Tecnológico Superior Cordillera debido a la gran cantidad de individuos existentes en la actualidad en el mes de Octubre del año 2016 en el sector norte de la Ciudad de Quito.

Tabla 6 SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO			
SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA	PICHINCHA	2.576.287	INEC 2010
	QUITO	2.239.191	INEC 2010
	ITSCO	6502	ITSCO
SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	GENERO (Comunidad)		ITSCO
	MASCULINO (Comunidad)	2847	ITSCO
	FEMENINO (Comunidad)	3655	ITSCO
	Valor a calcular	6502	
TOTAL A ENCUESTAR		302	MUESTRA

Fuente: ITSCO, INEC.

Elaborado por: Liseth Vasco.

4.04.06.01 Fórmula de la muestra.

$$n = \frac{z^2 (P) (Q) (N)}{e^2 (N-1) + z^2 (P) (Q)}$$

4.04.06.02 Variables.

Z = Nivel de Confianza 1,95

P = Probabilidad de éxito 0,50

Q = Probabilidad de fracaso 0,50

N = Tamaño de la población 6502

E = Error 0,05

Tabla 7 Fórmula de la muestra.

n=	$\frac{z^2 (P) (Q) (N)}{e^2 (N-1)+ z^2(P)(Q)}$
n=	$\frac{1,95^2 (0,50) (0,50) (6502)}{0,05^2 (6502-1)+ 1,95^2(0,50)(0,50)}$
n=	$\frac{3,80 (0,25)(6502)}{0,003 (6501)+(3,80)(0,25)}$
n=	$\frac{6176,9}{19,50+0,95}$
n=	$\frac{6176,9}{20,45}$
n=	302

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

CAPÍTULO V.

PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.

5.01 Análisis situacional.

5.01.01 Macro ambiental.

5.01.01.01 Político.

La política pública destinada a deportistas cambió situación de atletas ecuatorianos, afirmó el ministro del Deporte, Xavier Enderica, el funcionario de Estado destacó que en su época de nadador casi no existía apoyo para los deportistas por parte de los organismos del Estado y que habría querido vivir en estos tiempos en que los atletas son o pueden aspirar a ser profesionales.

“Creo que esa política pública es muy importante, que obviamente se generó a través de nuestro presidente (Rafael Correa) y los resultados están a la vista de todos. En la parte recreativa, en la formación deportiva y no se diga en el alto rendimiento”, sostuvo Enderica, quien desde noviembre del año pasado ocupa el cargo.

(ENDERICA, ANDES, 2016)

Connotación.

En Ecuador varios deportistas como por ejemplo Jefferson Pérez han llegado a formar parte de la política con el fin de proponer mejoras para el área deportiva esto vendría siendo una oportunidad para el área deportiva ya que hasta ahora ha dado excelentes resultados en la actualidad el Estado aporta con el 70 % de presupuesto.

5.01.01.02 Social.

Ecuador Ejercítate y Vive Sano es un proyecto social que impulsa el ministerio del deporte y con la colaboración de las federaciones provinciales y algunos municipios, cada provincia del país será parte de este programa que tiene como objetivo reducir el sedentarismo en el país a través de bailo terapia y aeróbicos dirigidos por profesionales que se ubicarán en tarimas localizadas en lugares públicos estratégicos de varios cantones del Ecuador, en horarios diurnos y nocturnos (DEPORTE M. D., s.f.)

Connotación.

En lo social en la actualidad en Ecuador se ha trabajado mucho por incentivar a las personas a practicar deporte con varios proyectos y en eventos gratuitos en diferentes horarios este aspecto viene siendo una **oportunidad** ya que se está introduciendo al deporte como actividad indispensable en nuestras vidas.

5.01.01.03 Económico en deporte.

Con una inversión de 35 millones de dólares durante los tres años para la inversión deportiva en Ecuador, que también se desarrolla con planes en beneficio de la población que abarcan desde las ligas barriales hasta los atletas élite.

(ENDERICA, ANDES, 2016)

Connotación.

En los últimos 3 años en Ecuador se ha realizado una inversión de 35 millones de dólares para el deporte esto hace que se convierta en una **fortaleza** porque se apoya económicamente al deporte en Ecuador.

5.01.01.04 CEPAL: Economía Del Ecuador Decrecerá 2,5%.

Para fines de este año, la economía del Ecuador tendría un decrecimiento del 2,5%, según un estudio de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). El documento, en el que también se estima que toda la región se contraerá 0,8% este año, fue presentado por el organismo el 26 de julio pasado.

El texto señala a la caída del precio del petróleo, que golpeó la economía desde el 2015, como la principal causa de la situación. A esto se sumó la “brecha fiscal”, y como agravante, el terremoto del 16 de abril. Cuatro días antes del sismo el Fondo Monetario Internacional (FMI) ya estimaba la caída de la economía en 4,5%.

El Banco Central del Ecuador señaló, en julio pasado, que en el primer trimestre el Producto Interno Bruto (PIB) decreció en 1,9% con respecto al cuarto trimestre del 2015. Pero no ha publicado una proyección anual total.

Connotación.

El Ecuador ha tenido una gran baja en la economía en los últimos años por varias causas como la caída del petróleo la brecha fiscal y el terremoto del 16 de abril lo

que se convierte en una **amenaza** porque por la falta de capital disminuirá el apoyo al deporte.



Ilustración 4 Tasa de variación del PIB.

Fuente: CEPAL

5.01.01.05 Cultural.

Los gobiernos, entre otras consideraciones, ya antes expuestas, según la ODEPA, han de apoyar al deporte porque este permite: "afianzar las costumbres, valores sociales y culturales que forman parte de la identidad nacional alcanzar prestigio desde el punto de vista nacional e internacional.

La comunidad internacional se entera de que somos una pequeña gran nación, integrada por diversas etnias y culturas, que somos gente de esfuerzo, de lucha

permanente, de actitud leal, resuelta y que aspira todos los días a tiempos mejores. Que tenemos mucho que ofrecer al mundo (PAZ, 2005)

Connotación.

En el área cultural el Ecuador se ha destacado en exponer sus costumbres y llevar su identidad nacional mediante sus deportistas de elite que participan en varias olimpiadas internacionales darnos a conocer culturalmente es una **oportunidad** para llegar a explorar nuevos horizontes profesionalmente representando a nuestro país.

5.01.01.06 Tecnológico.

La pista Jefferson Pérez, en Miraflores, que acogerá desde este viernes el sudamericano Juvenil de Atletismo (15-19 años) con la participación de 420 deportistas de 12 países pasará a la historia por la tecnología de punta que se utilizará.

La cinta métrica para las mediciones lineales (en lanzamientos) se reemplazará con la mira láser, indicó el presidente de la Federación Ecuatoriana de Atletismo, Manuel Bravo. “Con un sistema parecido al que manejan los ingenieros, el juez colocará el teodolito donde cae la huella y con la mira láser se conocerá la medida exacta. Esto se hará por primera vez en el país”. (MERCURIO, 2015)

Connotación.

En el aspecto tecnológico se ha realizado importantes obras para el área deportiva aportando así a que los deportistas ecuatorianos tengan comodidad al momento de practicar el deporte la tecnología hace que el deporte ecuatoriano se fortalezca.

5.01.01.07 Ambiental.

La carrera atlética 10K El Recreo Scouts promueve el respeto por el medio ambiente, con objetivos como la siembra de árboles, minimizar los residuos de basura y evitar en lo posible la emisión de carbono durante la prueba.

Con la premisa de plantar cinco árboles por cada participante en la competencia se desarrollará, el próximo 22 de marzo, en las principales avenidas del sur de Quito la sexta edición de la carrera, que tendrá un cupo máximo de 5.000 atletas

(COMERCIO, s.f.)

Connotación.

En el ámbito ambiental se ha realizado eventos deportivos gratis con el fin de reforestar la Ciudad de Quito lo que se convierte en una oportunidad llevar de la mano a la gente a tomar conciencia de reconstruir la naturaleza y se amara más al deporte.

5.01.02 Micro ambiental.

5.01.02.01 Rivalidad de mercado

La rivalidad en una industria usualmente toma la forma cuando las empresas luchan por una posición utilizando diversas tácticas (por ejemplo, la competencia de precios, batallas publicitarias, lanzamientos de productos).

Connotación.

En la actualidad varias instituciones educativas de Quito han creado clubes de atletismo con el fin de motivar a las personas a la práctica deportiva entre ellas se encuentran la Universidad central, Especialidades turísticas de Quito, Tecnológica equinoccial, Autónoma de Quito, Politécnica nacional, teniendo así una alta rivalidad de mercado y poniéndose como una **amenaza** ya que estas universidades también tienen abiertas inscripciones para personas externas varios estudiantes que ya conozcan de esto pueden optar por asistir allá y no formar parte del club de atletismo Cordillera.

5.01.02.02 Cliente.

Los clientes activos son aquellos que en la actualidad están realizando compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo.

Connotación.

Nuestros clientes potenciales vendrían a ser los estudiantes y docentes del ITSCO con la elaboración del plan comunicacional se espera obtener un resultado positivo

logrando incentivarlos a practicar el atletismo esto se convierte en una **debilidad** ya que en la actualidad la mayoría desconoce de la existencia del club de atletismo.

5.01.02.03 Amenaza.

Si no se hace un plan de comunicación para crear estrategias y poder difundir la existencia del club de atletismo no se llega a conocer.

5.01.02.04 Producto.

Un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda para satisfacer una necesidad de los clientes.

Connotación.

En este proyecto se está haciendo un plan comunicacional para difundir el club de atletismo del Cordillera nuestro producto viene siendo una **fortaleza** porque el atletismo es un deporte que lleva consigo varios beneficios positivos para la vida de quienes lo forman parte de su rutina diaria.

5.01.02.05 Producto sustituto.

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Connotación.

El producto sustituto es el ciclismo, natación, triatlón, gimnasia y alpinismo esto viene siendo para nosotros una **amenaza** porque existen personas que prefieren practicar otro tipo de deportes.

5.01.03 Internas.

5.01.03.01 ENCUESTAS # 302.

Implementación

1.- ¿Usted conoce la existencia del club de atletismo en el ITSCO?

El 97% de los encuestados desconoce la existencia del club de atletismo Cordillera mientras que un 3% si lo conoce se llega a una conclusión que un alto porcentaje no lo conoce por lo que se espera crear estrategias efectivas para su difusión, se espera con el proyecto obtener buenos resultados, esto se convierte en una **debilidad** para el club

2.- ¿Cree usted que se debería implementar un club de atletismo en el ITSCO?

El 8% de los encuestados no están de acuerdo en que se implemente el club de atletismo Cordillera mientras se cuenta con la aceptación de un 92% lo que da como resultado que un alto porcentaje de encuestados creen que se debería implementar un club de atletismo se convierte en una **oportunidad**.

3.- ¿Formaría parte del club de atletismo del ITSCO?

Un 71% de los docentes y estudiantes del ITSCO formarían parte del club de atletismo Cordillera mientras que un 29% no lo haría esto nos indica que tenemos un alto porcentaje de encuestados que responde positivamente, esto se convierte en una **oportunidad**.

4.- ¿En qué tiempo cree usted que se debería implementar el club de atletismo del ITSCO?

Los encuestados apoyan a la implementación inmediata del club de atletismo con un 62% obteniendo un resultado positivo, esto se convierte en una **fortaleza**

Uso

5.- ¿Con qué frecuencia asistiría usted a las prácticas deportivas?

El 32% de los encuestados asistiría 2 días por semana a las prácticas deportivas del club de atletismo Cordillera lo que nos refleja un positivismo en nuestros encuestados, se convierte en una **oportunidad**.

Satisfacción

6.- ¿Qué nivel de satisfacción tendría usted al practicar el atletismo?

Un 78% de los encuestados encuentran satisfactoria la práctica de atletismo en el ITSCO lo que nos indica que se sentirían bien al realizar esta actividad, se convierte en **fortaleza**

Calificador

7.- ¿Cómo calificaría usted la práctica de atletismo en el ITSCO?

Un 73% de los encuestados ha respondido de forma positiva calificando la práctica del atletismo en el ITSCO como buena., es una **oportunidad**

Decisión

8.- ¿Que influye en su decisión para la práctica de atletismo en el ITSCO?

En este grafico se puede ver que para los encuestados el entretenimiento y la salud son una fuerte decisión para empezar a practicar el atletismo con un 42% en las dos opciones siendo estas las más importantes en incluir en nuestra rutina de vida., es una **oportunidad**.

Preferencia

9.- ¿En qué lugar prefiere practicar el atletismo?

Un 49 % de los encuestados prefiere practicar el atletismo en un club mientras siendo esta la más alta opción a escoger de los estudiantes y docentes, es una

debilidad

Información

10.- ¿A través de cuales de los siguientes medios usted desearía conocer al club de atletismo del ITSCO?

Los encuestados desearían conocer al club de atletismo del ITSCO por medio de redes sociales obteniendo un 70% de aceptación a estos medios por la facilidad a su acceso se espera crear las mismas para brindar la mencionada información,

debilidad.

11.- ¿Como usted prefiere informarse de las actividades del club?

Los encuestados desearían informarse de las actividades del club de atletismo Cordillera por medio de redes sociales con un porcentaje de un 76%., **debilidad.**

5.01.03.02 Matriz de encuesta.

Tabla 8 Matriz de Encuesta.

Problema	Problema de investigación	Hipótesis general	Hipótesis específica	Objetivo general	Objetivo específico	Técnica de investigación	Variables	Componentes	Instrumento
Desconocimiento del club de atletismo en el Instituto Tecnológico Cordillera	Factibilidad de realizar un plan comunicacional para difundir el club de atletismo del ITSCO	El 80% de los docentes y estudiantes del ITSCO desconocen la existencia del club de atletismo	El 70% de los docentes y estudiantes del ITSCO desearían que se implementen actividades recreacionales	Determinar cuáles son los factores por los que los docentes y estudiantes del ITSCO no practican algún deporte	Verificar mediante un estudio técnico que tipo de actividades recreacionales se pueden implementar en el ITSCO	Investigación exploratoria	Estudiantes	Implementación	1. Usted conoce la existencia del club de atletismo en el ITSCO
									2. Cree usted que se debería implementar un club de atletismo en el ITSCO
									3. Formaría parte del club de atletismo del ITSCO.
									4. En qué tiempo cree usted que se debería implementar el club de atletismo del ITSCO.
			gustos y preferencias		Uso		5. Con que frecuencia asistiría usted a las prácticas deportivas.		
							Satisfacción	6. Qué nivel de satisfacción tendría usted al practicar el atletismo	
								7. Cómo calificaría usted la práctica de atletismo en el ITSCO	
			Información		Decisión		8. Que influye en su decisión para la práctica de atletismo en el ITSCO.		
							Preferencia	9. En qué lugar prefiere practicar el atletismo	
								Información	10. A través de cuales de los siguientes medios usted desearía conocer al club de atletismo del ITSCO
		11. Como usted prefiere informarse de las actividades del club							
			El 60% de los docentes y estudiantes del ITSCO desconocen el club de atletismo por falta de comunicación		Realizar un plan de comunicación para dar a conocer el club de atletismo en el ITSCO				
			El 40% de los docentes y estudiantes del ITSCO realizan actividad física por sus propios medios		Identificar mediante qué medios de comunicación se daría a conocer el club de atletismo				

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

Análisis de la matriz de encuesta.

En la elaboración de la matriz de encuesta identificamos el problema que es el desconocimiento del club de atletismo en el Instituto Tecnológico Cordillera teniendo como resultado que las hipótesis si fueron comprobadas en los estudios realizados en las encuestas.

5.01.03.03 Modelo de la Encuesta.

Encuesta N°

Buenos días, mi nombre es Liseth Vasco

Soy estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, el objetivo de esta encuesta es determinar la factibilidad de realizar un plan comunicacional para difundir el club de atletismo del ItSCO y motivar a las personas a tener una mejor calidad de vida mediante la práctica del deporte, de antemano agradezco su tiempo.

INDICACIONES

✓ Señale con una X donde sea necesario

✓ Escoja una opción

- Usted conoce la existencia del club de atletismo en el ITSCO

SI NO

- Cree usted que se debería implementar un club de atletismo en el ITSCO

SI NO

- Formaría parte del club de atletismo del ITSCO.

SI NO

- En qué tiempo cree usted que se debería implementar el club de atletismo del ITSCO.

Después de un mes

Inmediatamente

Nunca

- Con que frecuencia asistiría usted a las prácticas deportivas.

1 día al mes

2 días por semana

1 día por semana

Nunca

- Qué nivel de satisfacción tendría usted al practicar el atletismo.

Satisfactorio

Poco satisfactorio

Nada satisfactorio

- Cómo calificaría usted la práctica de atletismo en el ITSCO (3 bueno, 2 regular, 1 malo).

3 bueno

2 regular

1 malo

- Que influye en su decisión para la práctica de atletismo en el ITSCO.

Entretrenimiento

Salud

Amigos

Gusto

- En qué lugar prefiere practicar el atletismo.

Clubes

Parques

Canchas deportivas

Áreas rurales

- A través de cuales de los siguientes medios usted desearía conocer al club de atletismo del

ITSCO

Redes sociales

Correo institucional

Página web

Flyers

- Como prefiere usted informarse de las actividades del club

Redes sociales

Página web

Por el director del club de atletismo

INFORMACIÓN

Género: M F

Edad: 18 a 20 20 a 25 25 a mas

Sector: Sur Centro Norte

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

5.01.03.04 Tabulación de las encuestas.

Preguntas de implementación

Pregunta N° 1.

¿Usted conoce la existencia del club de atletismo en el ITSCO?

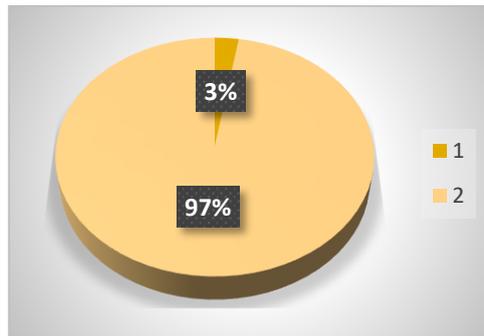
Tabla 9 Pregunta N° 1.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
SI	8	3 %
NO	294	97 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 1 Pregunta N° 1.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

El 97% de los encuestados desconoce la existencia del club de atletismo Cordillera mientras que un 3% si lo conoce se llega a una conclusión que un alto porcentaje no lo conoce por lo que se espera crear estrategias efectivas para su difusión.

Pregunta N° 2.

¿Cree usted que se debería implementar un club de atletismo en el ITSCO?

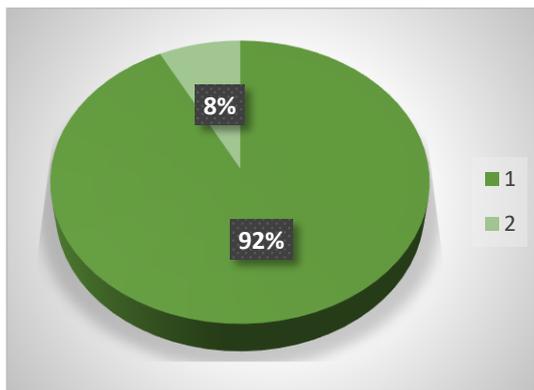
Tabla 10 Pregunta N° 2.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
SI	279	92 %
NO	23	8 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 2 Pregunta N° 2.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

El 8% de los encuestados no están de acuerdo en que se implemente el club de atletismo Cordillera mientras se cuenta con la aceptación de un 92% lo que da como resultado que un alto porcentaje de encuestados creen que se debería implementar un club de atletismo.

Pregunta N° 3.

¿Formaría parte del club de atletismo del ITSCO?

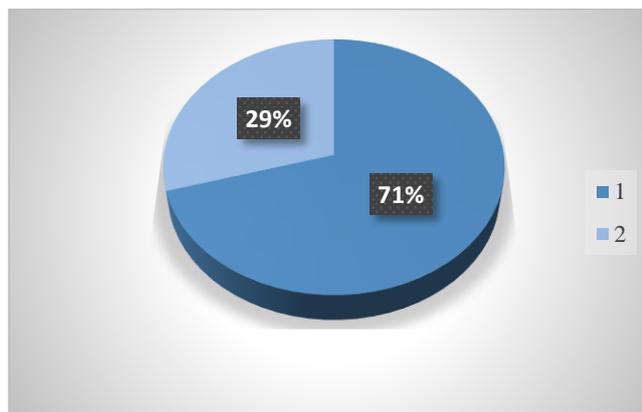
Tabla 11 Pregunta N°3.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
SI	213	71 %
NO	89	29 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 3 Pregunta N°3.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Un 71% de los docentes y estudiantes del ITSCO formarían parte del club de atletismo Cordillera mientras que un 29% no lo haría esto nos indica que tenemos un alto porcentaje de encuestados que responde positivamente.

Pregunta N° 4.

¿En qué tiempo cree usted que se debería implementar el club de atletismo del ITSCO?

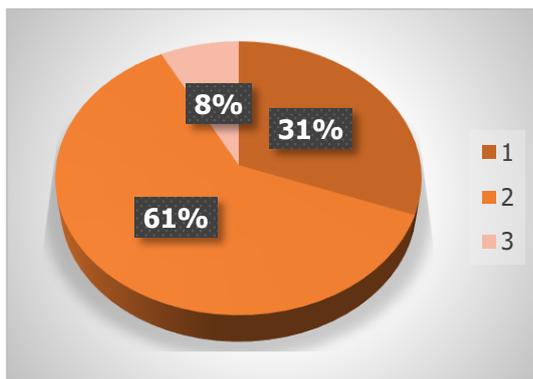
Tabla 12 Pregunta N° 4.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
DESPUES DE UN MES	93	31
INMEDIATAMENTE	186	62
NUNCA	23	8
TOTAL	302	100

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 4 Pregunta N° 4.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Los encuestados apoyan a la implementación inmediata del club de atletismo con un 62% obteniendo un resultado positivo.

Preguntas de uso.

Pregunta N° 5.

¿Con qué frecuencia asistiría usted a las prácticas deportivas?

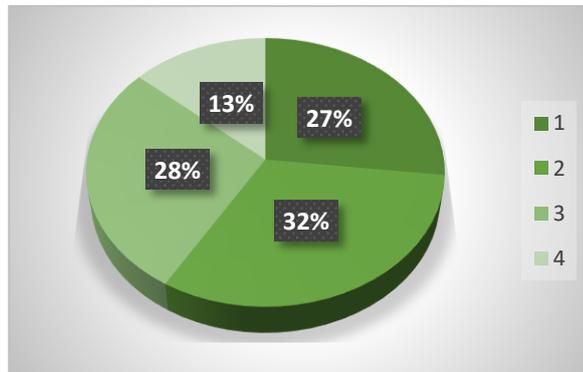
Tabla 13 Pregunta N° 5.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
1 DIA AL MES	81	27 %
2 DIAS POR SEMANA	96	32 %
1 DIA POR SEMANA	84	28 %
NUNCA	41	14 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 5 Pregunta N° 5.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

El 32% de los encuestados asistiría 2 días por semana a las prácticas deportivas del club de atletismo Cordillera lo que nos refleja un positivismo en nuestros encuestados.

Preguntas de satisfacción.

Pregunta N° 6.

¿Qué nivel de satisfacción tendría usted al practicar el atletismo?

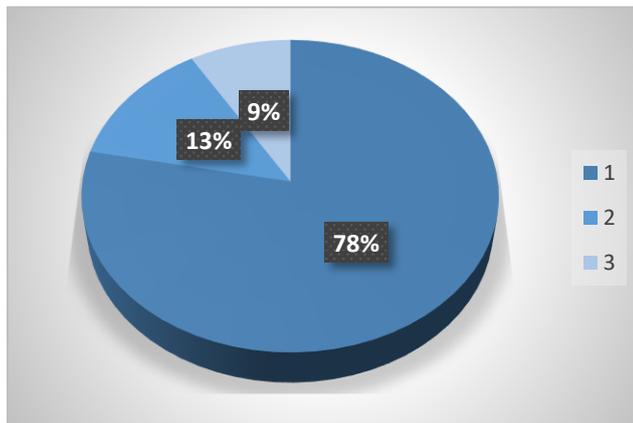
Tabla 14 Pregunta N° 6.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
SATISFACTORIO	236	78 %
POCO SATISFACTORIO	40	13 %
NADA SATISFACTORIO	26	9 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 6 Pregunta N° 6.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Un 78% de los encuestados encuentran satisfactoria la práctica de atletismo en el ITSCO lo que nos indica que se sentirían bien al realizar esta actividad.

Preguntas de calificador.

Pregunta N° 7.

¿Cómo calificaría usted la práctica de atletismo en el ITSCO?

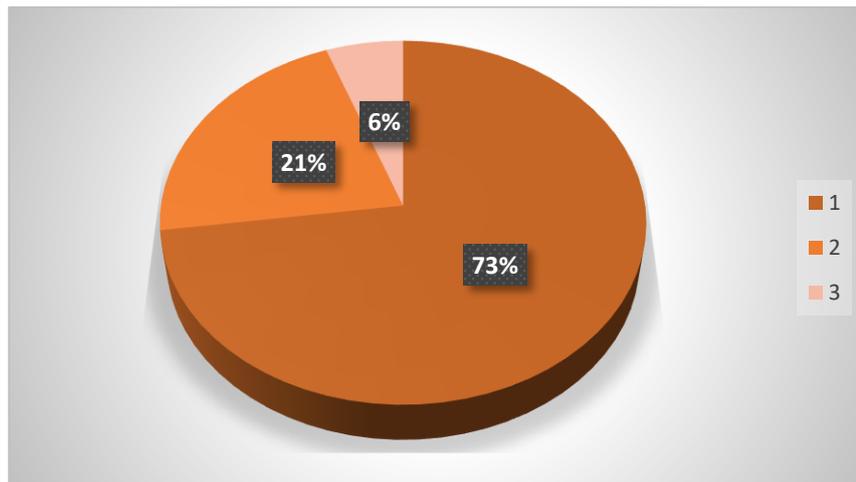
Tabla 15 Pregunta N° 7.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
BUENO	220	73 %
REGULAR	65	22 %
MALO	17	6 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 7 Pregunta N° 7.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Un 73% de los encuestados ha respondido de forma positiva calificando la práctica del atletismo en el ITSCO como buena.

Preguntas de decisión.

Pregunta N° 8.

¿Que influye en su decisión para la práctica de atletismo en el ITSCO?

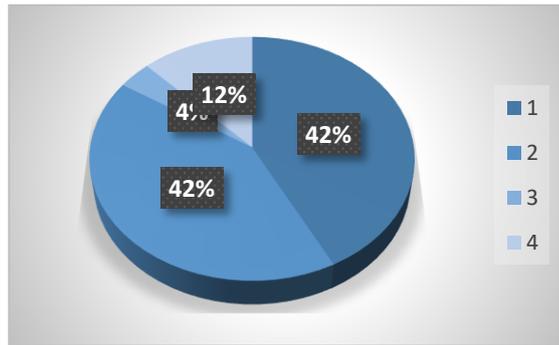
Tabla 16 Pregunta N° 8.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
ENTRETENIMIENTO	128	42 %
SALUD	126	42 %
AMISTAD	11	4 %
GUSTO	37	12 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 8 Pregunta N° 8.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

En este gráfico se puede ver que para los encuestados el entretenimiento y la salud son fuertes decisiones para empezar a practicar el atletismo con un 42% en las dos opciones siendo estas las más importantes en incluir en nuestra rutina de vida.

Pregunta de preferencia.

Pregunta N° 9.

¿En qué lugar prefiere practicar el atletismo?

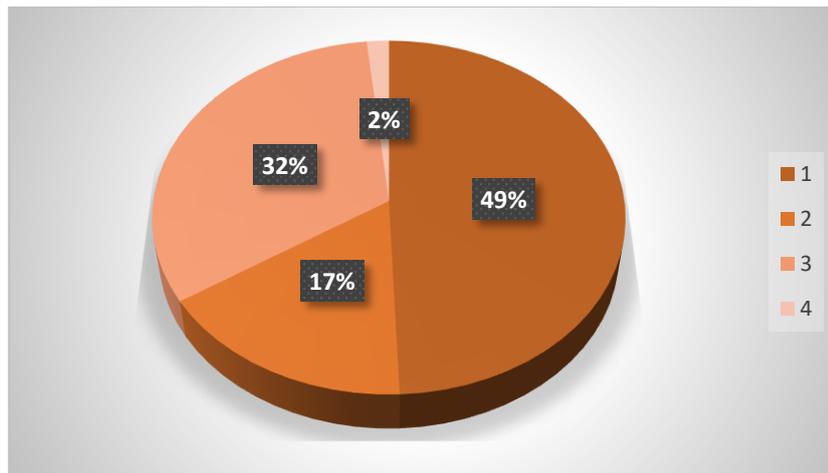
Tabla 17 Pregunta N°9.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
CLUB	149	49 %
PARQUE	50	17 %
CANCHAS DEPORTIVAS	98	32 %
AREAS RURALES	5	2 %
TOTAL	302	100 %

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 9 Pregunta N° 9.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Un 49 % de los encuestados prefiere practicar el atletismo en un club mientras siendo esta la más alta opción a escoger de los estudiantes y docentes.

Preguntas de información.

Pregunta N° 10.

¿A través de cuáles de los siguientes medios usted desearía conocer al club de atletismo del ITSCO?

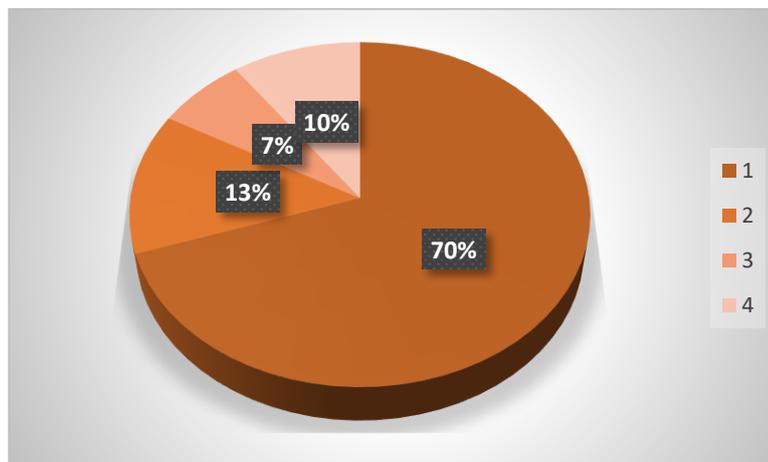
Tabla 18 Pregunta N° 10.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
REDES SOCIALES	211	70
CORREO INSTITUCIONAL	40	13
PAGINA WEB	21	7
FLIYERS	30	10
TOTAL	302	100

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 10 Pregunta N° 10



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Los encuestados desearían conocer al club de atletismo del ITSCO por medio de redes sociales obteniendo un 70% de aceptación a estos medios por la facilidad a su acceso se espera crear las mismas para brindar la mencionada información.

Pregunta N° 11.

11.- ¿Como usted prefiere informarse de las actividades del club?

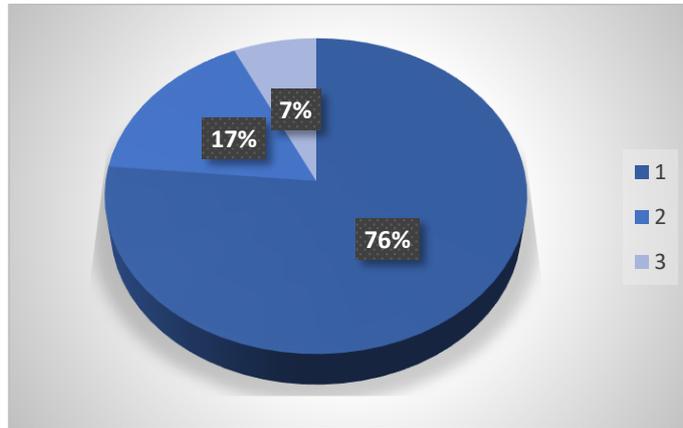
Tabla 19 Pregunta N° 11.

Pregunta	Respuesta	Porcentaje
REDES SOCIALES	231	76
PAGINAS WEB	50	17
POR MEDIO DEL DIRECTOR	21	7
TOTAL	302	100

Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Gráfico 11 Pregunta N° 11.



Fuente: Estudio de Campo.

Elaborado por: Liseth Vasco.

Análisis.

Los encuestados desearían informarse de las actividades del club de atletismo Cordillera por medio de redes sociales con un porcentaje de un 76%.

5.01.03.05 Análisis general.

Realizando un análisis de manera general sobre las encuestas realizadas a los estudiantes y docentes del ITSCO sobre el club de atletismo Cordillera se ha determinado que actualmente existe el club pero los encuestados desconocen del mismo esta es la razón por la que muchos de los encuestados mostraron desinterés al momento de la encuesta e indicaron que no les gustaría formar parte del club de atletismo, motivo por el cual se necesita la realización de un plan comunicacional para difundir y dar a conocer su existencia y actividades esto se va a realizar por medio de una estrategia de marketing TTL ("Through The Line" o "a través de la línea") que es la mezcla del marketing BTL ("Below The Line" o debajo de la línea) y ATL ("Above The Line" o sobre la línea) realizando publicidad por medio de flyers, tarjetas, gigantografía, obsequios "camisetas, bolsos, libretas", redes sociales y llamando la atención de los posibles integrantes con caramelos, música y juegos como la carretilla humana el cual es premiado a la pareja ganadora.

Este estudio de mercado también nos permitió conocer los medios de comunicación por los cuales los encuestados prefieren conocer las actividades que realiza el club de atletismo Cordillera los mismos que se han mencionado sean redes sociales, correo institucional y páginas web aquellos que en la actualidad no existe persona que no sepa manejar este tipo de redes sociales lo que es una ventaja para lograr llegar a nuestro objetivo que es difundir la existencia del club de atletismo Cordillera.

5.01.04 Matriz Foda.

Tabla 20 Matriz FODA.

FODA	
ANALISIS INTERNO	
DEBILIDADES	FUENTE
Falta de lugares para entrenamiento	pregunta 9
Desconocimiento de la existencia del club de atletismo	pregunta 1
Nuestros clientes no conocen la existencia del club de atletismo del ITSCO	Cliente
Falta de medios para dar a conocer al club de atletismo Cordillera	Pregunta 10
Falta de un plan de comunicación para dar a conocer el club de atletismo	Pregunta 11
FORTALEZAS	
Los encuestados solicitan que se implemente inmediatamente el club de atletismo	Pregunta 4
Alto nivel de satisfacción por la práctica del atletismo	pregunta 6
Mejora de la salud y por entretenimiento	pregunta 8
Importante inversión al deporte por parte del Estado en los últimos 3 años	economía en deporte
Creación de pistas para el entrenamiento de los atletas con tecnología de punta	Tecnología
Deporte popular o conocido	Producto
ANALISIS EXTERNO	
AMENAZAS	
Variedad de deportes a disposición de las personas	producto sustituto
clubes Institucionales ya posicionados	rivalidad de mercado
Decrecimiento económico en Ecuador de 2.5% por varias causas como el petróleo y el terremoto	Economía en Ecuador
Con un nuevo Gobernante se disminuya el apoyo al deporte	Político
Si no realiza el plan de comunicación no llegan a conocer los clientes el mencionado club de atletismo	Cliente
OPORTUNIDADES	
Importantes figuras del deporte forman parte de la política proponiendo planes de mejoras han logrado un importante apoyo por parte del Estado Ecuatoriano	Político
El Ecuador mediante el deporte a expuesto al mundo su cultura y costumbres	Cultural
Organización de eventos deportivos con el fin de reforestar los bosques	Ambiental
La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a formar parte del club del atletismo	Pregunta 3
Incremento de proyectos sociales gratuitos para incentivar a la gente a ejercer el deporte	Social
La mayoría de los encuestados manifiestan desear asistir a las practicas frecuentemente	Pregunta 5
La mayoría de los encuestados manifiestan que practicarían el atletismo por salud y entretenimiento	Pregunta 8
Alta aceptación para implementar el club de atletismo	pregunta 2
Buena calificación para la práctica del atletismo	pregunta 7

Fuente: Google, ITSCO

Elaborado por: Liseth Vasco

5.01.04.01. Análisis de la matriz FODA.

En la matriz FODA se analiza los factores internos y los factores externos de nuestro mercado meta en los factores internos tenemos las debilidades y las fortalezas de nuestro mercado a que se realice el estudio de marketing en el factor debilidades se analiza las partes débiles del club de atletismo Cordillera como por ejemplo que existe la falta de lugares para el entrenamiento de los integrantes del club, el desconocimiento de la existencia del mismo y que no existe medios de comunicación para información y en el factor fortalezas se analiza de igual manera los resultados de las encuestas realizadas internamente a los docentes y estudiantes del ITSCO como por ejemplo los encuestados solicitan que se implemente inmediatamente el club de atletismo Cordillera ya que se obtuvo una respuesta positiva en que tienen un alto nivel de satisfacción por la práctica del atletismo.

En el factor externo las amenazas como por ejemplo si no se llega a que se realice el plan de comunicación no podrán hacer que lo conozcan al mismo y que existe variedad de deportes para todos los gustos de los individuos y como oportunidades están que a la mayoría de los encuestados les llama la atención a que se practique el atletismo pensando en su salud y por entretenimiento y tiene una gran acogida la idea que se implemente el club de atletismo Cordillera.

5.01.04.02. Definición de FODA.

La matriz FODA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, individuo, producto, empresa, etc., que esté actuando como objeto de estudio en un momento determinado del tiempo.

- **Fortalezas:** Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa y que le permite tener una competitividad en el mercado.
- **Oportunidades:** Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa.
- **Debilidades:** Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.
- **Amenazas:** Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. **(FODA, s.f.)**

5.01.05 Plan de comunicación.

5.01.05.01 Concepto de plan de comunicación.

Según (web, google, s.f.) El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación tanto interna como externa que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo.

5.01.05.02 Fases del plan de comunicación.

1. Determinar cuáles son nuestros objetivos
2. Decidir a quién vamos a dirigir nuestra comunicación
3. Pensar cuál es la idea que queremos transmitir
4. Fijar el presupuesto con el que contamos
5. Seleccionar los medios apropiados y su frecuencia de utilización
6. Ejecutar el plan de medios y medir su impacto

5.01.05.03 Etapas del plan de comunicación.

1. Plan de comunicación de proyectos de instituciones públicas, autonómicas y locales
2. Plan de comunicación para una asociación
3. Plan de comunicación para deportes
4. Plan de comunicación para una institución educativa, universitaria.
5. Plan de comunicación de un gran evento
6. Plan de comunicación online, Internet según (**web,**

communicate.wordpress.com, s.f.)

5.01.05.04 Kpi (Key Performance Indicators).

La definición de KPIs es fundamental en el mundo del Marketing Online donde a veces se plantean objetivos como “aumentar la reputación online de la empresa”. (**PENGUIN, s.f.)**

Tabla 21 Plan de comunicación.

FACTOR EXTERNO					DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA	DÍA QUE SE VA A REALIZAR	INSUMOS	COSTO	PUBLICO OBJETIVO	KPI (KEY PERFORMANCE INDICATORS)	
ESTRATEGIAS AM- 1.- Variedad de deportes a disposición de las personas AM-2.- clubes Institucionales ya posicionadas AM-3.- Decrecimiento económico en Ecuador de 2.5% por varias causas como el petróleo y el terremoto AM- 4.- Con un nuevo Gobernante se disminuya el apoyo al deporte AM- 5.- Si no realiza el plan de comunicación no llegan a conocer los clientes el mencionado club de atletismo	OP-1.- Alta aceptación para implementar el club de atletismo	(OP1, OP2, OP3, OP4, OP5, AM1, AM2, AM3, AM4, AM5) Elaborar una estrategia TTL ("Through The Line" o "a través de la línea") que demuestre la necesidad de la creación del club de atletismo Cordillera en el ITSCO, realizando una actividad que incluya música interacción de juegos, entrega de premios, repartir volantes y exponer el club de atletismo Cordillera	colocar mesa con mantel de color blanco y un parlante	DÍA 17 DE Febrero del 2017	Flyers y tarjetas	11,00	Estudiantes y docentes del Instituto Tecnológico Superior Cordillera			Número de estudiantes y docentes que participan en la estrategia	
	OP- 2.- La mayoría de los encuestados manifiestan que practicarían el atletismo por salud y entretenimiento		Arreglar trípticos, flyers y tarjetas.	HORA DE 10:15 a 11:15 AM	Varios	98,75					Aceptación del club de atletismo =
	OP- 3.- Importantes figuras del deporte forman parte de la política proponiendo planes de mejoras han logrado un importante apoyo por parte del Estado Ecuatoriano		repartir publicidad		Trípticos	12,00					Total de estudiantes que quieren formar parte del club de atletismo
	OP- 4.- La mayoría de los encuestados estarían dispuestos a formar parte del club del atletismo		colocar gigantografía y pódium		Libretas	15,00					
	OP- 5.- Buena calificación para la práctica del atletismo		Crear una pista con cinta adhesiva color verde		Gigantografía	21,00					
			Juego de la carretilla humana		Música	30,00					
			Entregar premios		Camisetas y bolsos	61,00					

TOTAL FACTOR EXTERNO										248,75			
FACTOR INTERNO													
ESTRATEGIAS	FORT- 1.- Los encuestados solicitan que se implemente inmediatamente el club de atletismo		FORT- 2.- Alto nivel de satisfacción por la práctica del atletismo	FORT- 3.- Mejora de la salud y por entretenimiento	FORT- 4.- Importante inversión al deporte por parte del Estado en los últimos 3 años	FORT- 5.- Creación de pistas para el entrenamiento de los atletas con tecnología de punta							
	DEB- 1.- Falta de lugares para entrenamiento	(DEB1, DEB2, DEB3, DEB4, DEB5, FORT1, FORT2, FORT3, FORT4, FORT5) Crear redes sociales para difundir la existencia del club de atletismo Cordillera				Enseñar redes sociales							
	DEB- 2.- Desconocimiento de la existencia del club de atletismo					Incentivar a dar like							
	DEB- 3.- Nuestros clientes no conocen la existencia del club de atletismo del ITSCO					Tomar fotos							
	DEB- 4.- Falta de medios para dar a conocer al club de atletismo					Hacer conocer entrevistas							
	DEB- 5.- Falta de un plan de comunicación para dar a conocer el club de atletismo						Twitter, Instagram	Facebook, Whatsapp					
	Publicar resultados												

Elaborado por: Liseth Vasco.

Fuente: ITSCO.

CAPITULO VI.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.01 Conclusiones.

En el club de atletismo Cordillera se ha detectado un grave problema y es que ni los estudiantes ni docentes conocen de su existencia y mucho menos de su funcionamiento motivo por el cual se está creando este plan comunicacional con la realización física de una estrategia TTL (Through The Line) esto se hace después de un estudio de mercado mediante encuestas en la Institución, también se llevara a cabo la creación de varias redes sociales como Facebook, twitter, whatsapp, instagram, y pagina web para llevar a cabo la difusión de su existencia en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

6.02 Recomendaciones.

Como recomendación se menciona la necesidad de crear un plan de comunicación para dar a conocer el club de atletismo Cordillera a los estudiantes y docentes de la institución para que los mismos puedan unirse y formar parte del club de atletismo organizar horarios de acuerdo a sus tiempos libres para que puedan practicar en sus entrenamientos a más de esto deberían tener un director técnico calificado que los entrene. Mantener siempre informados de todos los eventos deportivos antes de llevarse a cabo y sus resultados después del evento.

Bibliografía.

ACTIVA, V. (s.f.). *ACTIVA, VIDA*. Obtenido de www.vidactiva.com.ec

Ale, F. L. (20 de AGOSTO de 2015). *MERCA2.0*. Obtenido de www.merca20.com

Ale, F. L. (20 de AGOSTO de 2015). *MERCA2.0*. Obtenido de www.merca20.com

Ale, F. L. (20 de AGOSTO de 2015). *MERCA2.0*. Obtenido de www.merca20.com

AURASUR. (s.f.). *AURASUR*. Obtenido de www.aurasur.com

BAZ, I. H. (2000).

https://books.google.com.ec/books?id=S1opr_HIuaMC&printsec=frontcover&dq=antecedentes+del+atletismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiVoJTb1tvOAhVE9x4KHdCOCTYQ6AEIGjAA#v=onepage&q=antecedentes%20del%20atletismo&f=false.

Obtenido de ATLETISMO: books.google.com.ec

BELFONTE, N. (s.f.). Obtenido de

<https://es.scribd.com/doc/86611309/Concepto-Del-Arbol-Del-Problema>:
es.scribd.com

CARDIO, M. (s.f.). *CARDIO, METRO*. Obtenido de www.metrocardio.com

CEMPRO. (s.f.). www.cempro.org.pe. Obtenido de www.cempro.org.pe

COMERCIO, E. (s.f.). *ANDES*. Obtenido de <http://www.scoutsecuador.org/site/medios-de-comunicaci%C3%B3n-resaltan-la-importancia-de-la-carrera-atl%C3%A9tica-10k-el-recreo-scouts>

COMERCIO.COM, E. (31 de octubre de 2014). *EL COMERCIO.COM*. Obtenido de <http://www.elcomercio.com/deportes/atletismo-quito-lugares-entrenamiento-deportes.html>

coutino, a. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos90/conceptos-y-guia-elaboracion-tesis/conceptos-y-guia-elaboracion-tesis.shtml>. Obtenido de www.monografias.com

Coutino, A. (s.f.). <http://www.monografias.com/trabajos90/conceptos-y-guia-elaboracion-tesis/conceptos-y-guia-elaboracion-tesis.shtml>. Obtenido de www.monografias.com

CRONOPRO. (s.f.). *CRONOPRO*. Obtenido de www.cronopro.com

DEPORTE, L. D. (s.f.). www.deporte.gob.ec. Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ley-del-Deporte.pdf>

DEPORTE, M. D. (s.f.). Obtenido de <http://www.deporte.gob.ec/recreacion/>

DEPORTE, M. D. (s.f.). <http://www.deporte.gob.ec/mas-de-13-000-atletas-competieron-por-ninos-con-discapacidad/>. Obtenido de www.deporte.gob.ec

Díaz, J. G. (03 de DICIEMBRE de 2005). *FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN*. Obtenido de dinvestigacion.blogspot.com

EDUCACION, M. D. (s.f.). <http://educacion.gob.ec/que-es-el-buen-vivir/>. Obtenido de educacion.gob.ec

ENDERICA, X. (03 de MARZO de 2016). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/politica-publica-destinada-deportistas-cambio-situacion-atletas-ecuatorianos-afirma>

- ENDERICA, X. (03 de MARZO de 2016). *ANDES*. Obtenido de <http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-invierte-cerca-35-millones-dolares-deportistas-alto-rendimiento-ultimos-tres-anos>
- EXPLORABLE. (s.f.). Obtenido de explorable.com
- FODA, M. (s.f.). Obtenido de www.matrizfoda.com
- GUAMAN, B. (2013). *HISTORIA DEL ATLETISMO*. Obtenido de <http://www.feagle.org.ec/historia.php>: www.feagle.org.ec
- HORA, L. (02 de FEBRERO de 2005). *lahora.com.ec*. Obtenido de lahora.com.ec
- HORA, L. (01 de SEPTIEMBRE de 2010).
<http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101011486/-1/home/goRegional/Carchi#.V8Zln62dDYh>. Obtenido de lahora.com.ec
- ITSCO. (s.f.). *BIENESTAR ESTUDIANTIL*. Obtenido de <http://www.cordillera.edu.ec/>: <http://www.cordillera.edu.ec/management>, P. (s.f.). *Web*. Obtenido de www.obs-edu.com
- Marketing, S. (05 de FEBRERO de 2014). *Slogan Marketing*. Obtenido de sloganmarketing.wordpress.com
- marketing-branding. (09 de Diciembre de 2013). *marketing-branding*. Obtenido de www.marketing-branding.cl
- MARTINEZ, V. (15 de octubre de 2014). *Slideshare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/vivianamartinez20/macro-y-micro-40324143>: es.slideshare.net

- MERCURIO. (27 de MAYO de 2015). Obtenido de <http://www.elmercurio.com.ec/481066-la-tecnologia-se-impondra-en-el-sudamericano-juvenil-de-atletismo-en-cuenca/#.V-I4RSSdDYg>
- metas, E. y. (s.f.). *evaluacionesymetas*. Obtenido de evaluacionesymetas.wikispaces.com
- metas, E. y. (s.f.). <https://evaluacionesymetas.wikispaces.com/Macro-meso-micro?responseToken=08f6e67de05adcf5d78799d24fdc420bc>. Obtenido de evaluacionesymetas.wikispaces.com
- PAZ, O. (24 de NOVIEMBRE de 2005). *DERECHOECUADOR.COM*. Obtenido de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechodeportivo/2005/11/24/apoyo-al-deporte>
- PENGUIN, W. (s.f.). *MARKETING YOSE*. Obtenido de <http://www.yoseomarketing.com/blog/que-es-un-kpi-significado-kpis-indicadores/>
- PROYECTOS, C. P. (s.f.). <http://www.cempro.org.pe/2011/11/paso-1-analisis-de-involucrados.html>. Obtenido de www.cempro.org.pe
- RIBERA, X. (s.f.). <http://disseny.ivace.es/es/comunicacion-e-imagen/empresa-y-comunicacion/el-plan-de-comunicacion.html>. Obtenido de disseny.ivace.es
- SALVADOR, U. E. (s.f.). <http://noticias.universia.com/sv/en-portada/noticia/2013/10/11/1055747/7-beneficios-empresas-incentivan-deporte.html>. Obtenido de noticias.universia.com/sv
- SANTOS, J. (03 de MAYO de 2012). *ciertosenmovimiento.wordpress.com*. Obtenido de ciertosenmovimiento.wordpress.com

- TAREAS, B. (24 de JUNIO de 2015). *BUENAS TAREAS*. Obtenido de www.buenastareas.com
- UPS, A. Q. (s.f.). *UPS, ATLETISMO QUITO*. Obtenido de www.ups.edu.ec
- VELASCO, B. (s.f.). <http://arboldelproblema.bligoo.es/el-arbol-de-objetivos-medios-fines#.V7yhpjWdDYg>. Obtenido de arboldelproblema.bligoo.es
- web. (s.f.). *google*. Obtenido de www.google.com.ec
- web. (s.f.). <https://comunicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategia-tactica-fases-tecnicas-pasos/>. Obtenido de <https://comunicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategia-tactica-fases-tecnicas-pasos/>
- WEB, G. (s.f.). http://www.cyta.com.ar/biblioteca/bddoc/bdlibros/herramientas_calidad/impulso.htm. Obtenido de www.cyta.com.ar
- WIKIPEDIA. (s.f.). Obtenido de es.wikipedia.org/wiki
- WIKIPEDIA. (03 de diciembre de 2012). *Wikipedia, the free encyclopedia*. Obtenido de https://en.wikipedia.org/wiki/Franklin_Tenorio

Anexos.

Modelo Encuesta.

Encuesta N°

Buenos días, mi nombre es Liseth Vasco

Soy estudiante del Instituto Tecnológico Superior Cordillera, el objetivo de esta encuesta es determinar la factibilidad de realizar un plan comunicacional para difundir el club de atletismo del ItSCO y motivar a las personas a tener una mejor calidad de vida mediante la práctica del deporte, de antemano agradezco su tiempo.

INDICACIONES

- ✓ Señale con una X donde sea necesario
- ✓ Escoja una opción

1.- Usted conoce la existencia del club de atletismo en el ITSCO

SI NO

2.- Cree usted que se debería implementar un club de atletismo en el ITSCO

SI NO

3.- Formaría parte del club de atletismo del ITSCO.

SI NO

4.- En qué tiempo cree usted que se debería implementar el club de atletismo del ITSCO.

Después de un mes

Inmediatamente

Nunca

5.- Con qué frecuencia asistiría usted a las prácticas deportivas.

1 día al mes

2 días por semana

1 día por semana

Nunca

6.- Qué nivel de satisfacción tendría usted al practicar el atletismo.

Satisfactorio

Poco satisfactorio

Nada satisfactorio

7.-Cómo calificaría usted la práctica de atletismo en el ITSCO (3 bueno, 2 regular, 1 malo).

3 bueno

2 regular

1 malo

8.- Que influye en su decisión para la práctica de atletismo en el ITSCO.

Entretención

Salud

Amigos

Gusto

9.-En qué lugar prefiere practicar el atletismo

Clubes

Parques

Canchas deportivas

Áreas rurales

10.- A través de cuales de los siguientes medios usted desearía conocer al club de atletismo del ITSCO

Redes sociales

Correo institucional

Página web

Flyers

11.- Como prefiere usted informarse de las actividades del club

Redes sociales

Página web

Por el director del club de atletismo

INFORMACIÓN

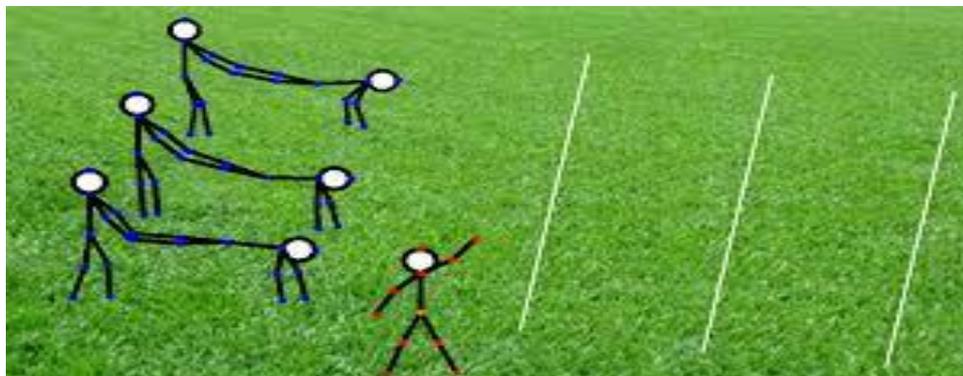
Género: M F

Edad: 18 a 20 20 a 25 25 a mas

Sector: Sur Centro Norte

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

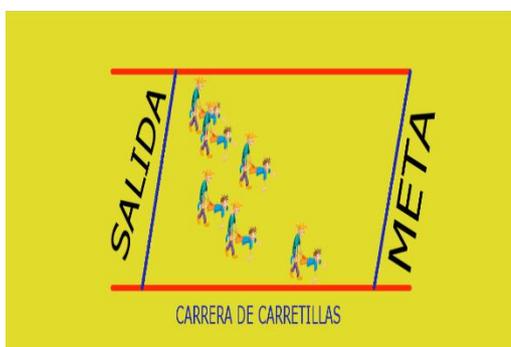
LA CARRETILLA HUMANA



Crear dos parejas de hombres o mujeres, tomar a su pareja por los tobillos y levantarla hasta formar una carretilla apoyando las palmas de las manos sobre el suelo.



Colocarse detrás de una línea pintada, se dará la voz de salida y las dos parejas saldrán corriendo hacia la meta. Quienes alcancen a llegar regresarán de prisa al punto de salida.



Redes sociales

Whatsapp





Archivos

9 >



Facebook.

@ATLETISMOCORDILLERA

This screenshot shows the top portion of a Facebook profile for 'Atletismo Cordillera'. The profile name is 'Atletismo Cordillera' with the handle '@ATLETISMOCORDILLERA'. The cover photo features a group of runners at a race finish line, with one runner in the foreground wearing a white and green jersey with bib number 208. The profile picture shows a woman standing on a podium with a 'GANADOR' sign. The navigation bar includes 'Página', 'Mensajes', 'Notificaciones', 'Estadísticas', 'Herramientas de publicación', 'Configuración', and 'Ayuda'. Below the cover photo are buttons for 'Me gusta', 'Seguir', 'Compartir', and '+ Añadir un botón'. A text input field with the placeholder 'Escribe algo...' is visible, along with a 'Educación' section.

This screenshot shows a Facebook post from the 'Atletismo Cordillera' profile. The post is titled 'Activación ttl club de atletismo Cordillera' and is dated '18 de febrero a las 12:04'. The main image shows a woman and a man at a table covered with a white tablecloth, displaying social media icons for Instagram and Twitter. The table also has a laptop and various items. In the background, there is a banner for 'ATLETISMO CORDILLERA' and a stack of green boxes. Below the main image is a photo gallery with a '7+' indicator, showing several smaller photos of people at the event, some holding social media icons.

Instagram.

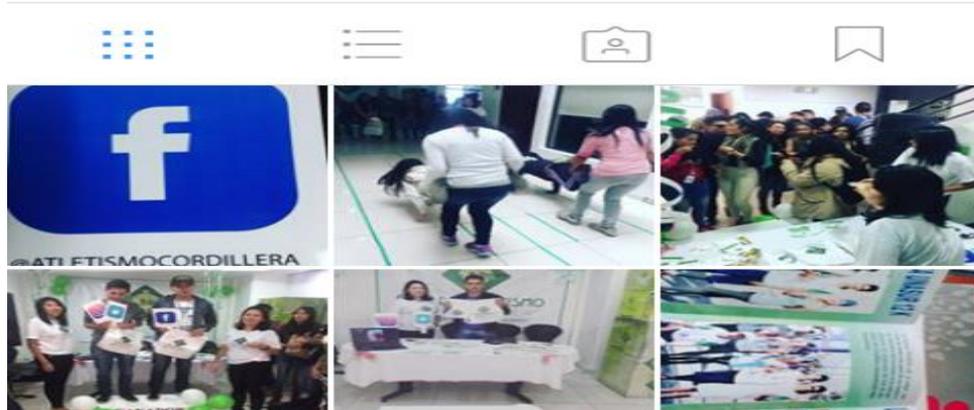
@ATLETISMOCORDILLERA



15 publica... **5** seguid... **3** seguidos

[Editar tu perfil](#)

ATLETISMO CORDILLERA



Twitter.

@ATLETISMOCORDI1

Inicio Notificaciones Mensajes Buscar en Twitter

TWEETS 7 MOMENTOS 0

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

ATLETISMO CORDILLERA @ATLETISMOCORDI1 · 21 feb.
Resultados de la activacion del club de

ATLETISMO CORDILLERA @ATLETISMOCORDI1

Se unió en noviembre de 2016

TWEETS 7 MOMENTOS 0

ATLETISMO CORDILLERA @ATLETISMOCORDI1 · 21 feb.
Resultados de la activacion del club de atletismo Cordillera 🏃🏆🏃

Inicio Notificaciones Mensajes  Buscar en Twitter  

ATLETISMO CORDILLERA @ATLETISMOCORDI1 TWEETS 7 MOMENTOS 0 Editar perfil

ATLETISMO CORDILLERA @ATLETISMOCORDI1 · 21 feb.
Activación de estrategia TTL se realizó con éxito 🙌👏



#Enlace514
José Angulo
#Shushufindi

© 2017 Twitter · Sobre nosotros
Centro de Ayuda · Condiciones
Política de privacidad · Cookies
Información sobre anuncios

Fotografías.





