



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

“PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA DIFUSIÓN DE LAS OBRAS
DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN BABAHOYO
EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.”

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
LICENCIADA EN MERCADOTECNIA**

TUTORA:

MBA. EC. MARIELA SÁNCHEZ ALEJANDRO

AUTORAS:

KENIA LORENA CEVALLOS CEDEÑO
YESSENIA LETICIA BACHÓN VALERO

GUAYAQUIL – ECUADOR

2012

TITULO:

“PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA DIFUSIÓN DE LAS OBRAS
DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN BABAHOYO
EN LA PROVINCIA DE LOS RÍOS.”

DEDICATORIA

Quiero dedicar el presente trabajo a mis hijos que son las personas que han sido la base que sostiene mi vida y han colaborado de forma integral en mi crecimiento personal y profesional.

Dedico este trabajo a mi padre que ha sido un ejemplo de vida y que ha buscado brindarme una senda a seguir y pisando cada paso que he dado junto a mí.

A mi madre que ha sido la persona incondicional y abnegada que estuvo impulsando cada valor inculcado y creando en mí hábitos que ayudan a mi formación integral.

A mi esposo Orlando que es el máximo impulso que me guía en el camino que he decidido tomar y sobre el cual oriento todos mis esfuerzos de superación por ser mi compañero y apoyo incondicional.

Kenia Cevallos Cedeño

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento va principalmente a mi tutora, la MBA Mariela Sánchez, que con mucho cariño y aprecio supo guiarme para el desarrollo del presente estudio de tesis.

Agradezco inmensamente a mi familia por todo el apoyo dispensado, a mi esposo por ser un puntal y un sostén en el desarrollo de mis actividades y a mi hijo por ser la luz que alumbra el sendero por el cual transito.

Y finalmente a mis compañeros por haber sido esos amigos de salón que formaron estrechos lazos de sentimientos muy bonitos y que hoy se han manifestado en una gran amistad.

Y, especialmente a Dios, mi creador, mi impulsador y mi todo; porque sin Él no hubiera sido imposible la realización de este trabajo.

Yessenia Banchón Valero

CERTIFICACIÓN

Guayaquil, 16 de abril del 2012

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado “Plan de Marketing Estratégico para la difusión de obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo en la Provincia de Los Ríos, ha sido elaborado por las señoritas Kenia Cevallos Cedeño y Yessenia Banchón Valero bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal Examinador que se designe para el efecto.

MBA. Ec. Mariela Sánchez Alejandro

Resumen Ejecutivo

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo es la institución gubernamental más importante dentro del cantón, teniendo a su cargo el manejo de obras de gran magnitud y relacionadas directamente con la mejora de la calidad de vida de la población de la capital fluminense.

El presente estudio muestra la realidad en la cual se encuentra la Municipio de Babahoyo en la actualidad, reflejando la inexistencia de una herramienta de mercadotecnia comunicacional que permita llevar la información de la acción de la administración a la ciudadanía, de forma que la imagen del Municipio no sufra daños debido a la falta de conocimientos de las obras que se realizan y que deje en claro además la transparencia de acción; uno de los básicos principios de la administración pública.

Dentro de este documento se podrá encontrar una visión general de la administración pública, además de un estudio detallado del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, como ente público; adjuntando investigaciones de campo que permiten elaborar un plan estratégico de marketing que permita “vender” la información de obras que realiza esta entidad a la ciudadanía.

ÍNDICE

Pág.

CAPITULO I: DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes o Introducción de la Investigación.....	1
1.2. Problema de Investigación	2
1.2.1. Planteamiento del Problema	2
1.2.2. Formulación del Problema de Investigación.....	3
1.3. Objetivos de la Investigación.....	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos	4
1.4. Justificación de la investigación.....	4
1.5. Marco Referencial	5
1.5.1. Marco Teórico	5
1.5.2. Marco Conceptual.....	29
1.6. Formulación de la Hipótesis y Variables.....	31
1.6.1. Hipótesis General.....	31
1.6.2. Hipótesis Particulares.....	32
1.6.2.1. Variables.....	33
1.7. Metodológicos de la Investigación.....	34
1.7.1. Tipo de Estudio y de Diseño	34
1.7.2. Población y Muestra.....	34
1.7.3. Fuentes y Técnicas para la Recolección de Información.	35
1.7.3.1. Método de Investigación	35
Método Empírico:	36

1.7.3.2. <i>Técnicas de la Observación:</i>	36
1.7.3.2.1. <i>Observación Indirecta:</i>	36
1.7.3.2.2. <i>La técnica de la Encuesta:</i>	36
1.7.4. <i>Tratamiento de la Información</i>	37
1.7.5. <i>Resultados Esperados</i>	37
CAPITULO II: Analisis situacional, Diagnostico y Presentacion de Resultados	
2. <i>Analisis situacional, Diagnostico y Presentacion de Resultados</i>	39
2.1. <i>Análisis de la Situación Actual</i>	39
2.2. <i>Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectiva</i>	39
2.2.1. <i>Análisis FODA de las Obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo</i>	39
2.3. <i>Presentación y Análisis de los Resultados</i>	47
2.4. <i>Conclusión General de la Encuesta</i>	58
CAPITULO III: PROPUESTA	
3. <i>Propuesta</i>	59
3.1. <i>Descripción de la Propuesta</i>	59
3.2. <i>Desarrollo de la Propuesta</i>	60
3.3. <i>Análisis Financiero</i>	77
3.3.1. <i>Flujo de caja proyectado</i>	77
3.3.2. <i>Calculo del VAN, PRI Y TIR</i>	79
3.3.3. <i>Definición de Costos</i>	80
3.3.4. <i>Ingresos - Auspicios</i>	81
4. CONCLUSIONES	83
5. RECOMENDACIONES	84

6. BIBLIOGRAFÍA..... 85

7. ANEXOS

7.1. *Impacto Social*

7.2. *Encuesta*

7.4. *Cronograma de Aplicación de Herramientas – Plan de Marketing*

7.5. *Bosquejo del Periódico Municipal*

CAPITULO I

1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes o Introducción de la Investigación

Actualmente el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo tiene como alcaldesa a la Ab. Kharla Chávez Bajaña quien ha mostrado una orientación hacia la generación de propuestas y proyectos para mejorar las condiciones de vida de la población en general. Bajo esta premisa se ha creado un área departamental para la difusión de obras que actualmente no se encuentra en función debido principalmente a la falta de implementación de un modelo de gestión que permita optimizar su operatividad.

Al momento de esta investigación no se han encontrado trabajos similares que tengan relación con Marketing de obras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, es por esta razón que este proyecto tiene la pertinencia necesaria. En tal virtud, se considera de mucha importancia el proyecto propuesto, porque a partir de los resultados que se obtengan, la institución estará en condiciones de mejorar sus estándares de calidad y servicio; razón por la cual podemos afirmar que la presente investigación es de carácter auténtica y acertada.

El presente trabajo de investigación se desarrollara en tres capítulos donde el primero se identificara la problemática a solucionar, se establecerán objetivos, se plantearán las hipótesis y se establecerá la metodología de investigación a utilizarse para lo cual se definirá la muestra objeto de estudio.

En el capítulo dos se tratara sobre la situación actual del tema en estudio, una descripción de la actualidad de la problemática que origina la realización del presente proyecto para lo cual se realizará una investigación de mercado con la

finalidad de comprobar la viabilidad de la propuesta de solución que las autoras plantearán en el contenido de la propuestas que se realizará frente a la problemática del presente estudio.

Finalmente, en el capítulo tres se desarrollara la propuesta de implementación de un Plan de Marketing con el objetivo de dar a conocer las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo en la provincia de Los Ríos y de esta manera realizar una mejora en la imagen institucional de la institución frente a la percepción de la ciudadanía en general.

1.2. Problema de Investigación

1.2.1. Planteamiento del problema

Los Gobiernos seccionales han sido un pilar fundamental en el desarrollo de los territorios, pese a las crisis financieras e institucionales que ha tenido el Ecuador , sin embargo, la población no es conocedora de estas fortalezas de los Gobiernos locales, las causas son varias pero la más notoria es la falta de difusión y comunicación que ha existido entre los Gobiernos Seccionales y las comunidades “población”. En el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo, se podría decir que nunca ha existido una buena difusión de información de obras en general, puesto que no cuenta con un departamento dedicado al tema. Existe una oficina de relaciones públicas y prensa, que brinda claras muestras de desorganización y falta de insumos comunicacionales para dar a conocer las obras de la alcaldía.

Consecuentemente, las obras que se están planificando realizar no son difundidas ante la ciudadanía, lo que provoca que ésta se quede sin participación, y más aún sin que se conozcan sus beneficiarios; lo que conlleva que en muchas ocasiones los usuarios acudan en repetidas ocasiones hasta la dependencia a solicitar obras que ya están por ejecutarse, o en pleno estado

de ejecución. Los beneficiarios asumen que es el Gobierno Central quien directamente contrató la obra, restándole protagonismo al Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo, así mismo muchas veces se confunden las obras de los Municipios con las de otras instituciones.

Es muy frecuente en el campo de la gestión pública que los logros conseguidos por la Administración no sean valorados en su justa medida por los ciudadanos, bien por desconocimiento, o por una percepción negativa de los mismos; esto hace parecer que no se están desarrollando actividades en beneficio de los ciudadanos. Es muy cierto también, que se han presentado muchas situaciones en diferentes Instituciones Públicas, referente a la poca colaboración que se le brinda a los usuarios de las comunidades o recintos debido al escaso presupuesto anual que reflejan.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

¿Por qué es limitado el conocimiento de las obras que realiza el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo provincia de Los Ríos en la ciudadanía

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un plan de marketing estratégico para dar a conocer a la ciudadanía las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo en la provincia de Los Ríos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Fundamentar científicamente en la administración los planes de marketing y la difusión.
- Investigar las causas determinantes de la limitada gestión de difusión de las obras realizadas por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.
- Establecer los componentes del plan de marketing para el Cantón Babahoyo.

1.4. Justificación de la investigación

El punto clave sobre el cual se centra la presente tesis es en hacer que las instituciones públicas difundan a la población las fortalezas de los Gobiernos Locales a través de las obras, constituyéndose un acercamiento directo a la comunidad, donde estos se puedan ver atendidos en sus necesidades primarias.

Es necesario que las autoridades ejecutoras o canalizadoras de obras difundan su accionar, pues es una forma de credibilidad hacia la Institución que ellos dirigen, también yendo de la mano de una rendición de cuentas periódicas. Para así poner en alto su buen nombre y el de la organización que dirigen.

La finalidad de este proyecto es tratar de mejorar la forma de difusión en cuanto a obras que se planifican ejecutar, el mismo que plantea involucrar a la ciudadanía, con participación y con grandes estrategias que permitan ampliar la cobertura y así lograr un mayor conocimiento en los beneficiarios, evitando la pérdida de tiempo, y consecuentemente dar una mayor funcionalidad al sistema; es decir, dar la información a tiempo e idóneamente. Muchas veces, los beneficiarios responsabilizan al Gobierno Central, como ente directo y ejecutor de las obras, restando protagonismo a quien verdaderamente obtuvo este logro, de esta manera, traen a confusión las obras que desarrolla el

Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo versus las de Ministerios y otras entidades públicas.

Este proyecto pretende que el mensaje de marketing del Municipio de Babahoyo sea técnicamente preparado y analizando a quién o a qué grupos va dirigido. También contempla la posibilidad de que sirva de ejemplo para poder orientar a otros gobiernos seccionales del país.

Dentro del ámbito general del Marketing Público está adquiriendo especial importancia lo que se denomina Marketing de los Servicios Públicos, es decir el Marketing aplicado a las actuaciones que realizan las instituciones oficiales y que inciden, directamente, en la mejora de la calidad de vida de la población.

1.5. Marco Referencial

1.5.1. Marco Teórico

Las autoras para la realización del presente trabajo revisarán lo expuesto por varios autores sobre la creación de plan de marketing y la importancia del desarrollo de estrategias y herramientas que permitan mejorar la comunicación efectiva del GAD de Babahoyo con la ciudadanía del cantón, para lo cual se ha logrado hacer concordancia con varias teorías referentes al tema de estudio.

Es importante detallar que debemos contextualizar la orientación del proyecto con una visión clara de la situación actual de la zona objetivo de implementación de la propuesta, para lo cual se plantea información general del cantón Babahoyo y del GAD del cantón.

Generalidades del Cantón Babahoyo

Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, Ecuador. Fue fundada el 27 de mayo de 1869 (decreto legislativo). Es una de las ciudades más importantes del Ecuador y el puerto fluvial más importante del país por eso es considerada la Capital Fluvial del Ecuador. Es la Capital Provincial más cerca al Puerto Principal Guayaquil

Historia

La ciudad de Babahoyo, fundada el 27 de mayo de 1861, en los terrenos cedidos por la familia Flores, frente a la confluencia de los ríos Babahoyo y Caracol, se estableció en la margen derecha del río San Pablo. Por mucho tiempo se llamó Bodegas, por haber estado allí ubicadas la Aduana y los Almacenes Reales, para el control del comercio entre Guayaquil y las ciudades de la Sierra ecuatoriana.

Azotada por muchos incendios, el de mayor magnitud ocurrió el 30 de marzo de 1867, que arrasó con todos los bienes de la población, motivos suficientes para que el gobierno de Gabriel García Moreno resolviera el traslado al lugar que ocupa actualmente. El arquitecto Thomas Reed fue comisionado para desplazarse a inspeccionar y realizar el diseño de la nueva ciudad.

La capital fluminense se llenó de gloria al otro lado del río San Pablo, donde hoy se encuentra asentada la Parroquia Urbana Barreiro, pudiendo afirmarse que el Babahoyo de antaño es el Barreiro de hoy.

Babahoyo es el prototipo de la actividad y apogeo de los distintos órdenes de la vida nacional, y lo seguirá siendo siempre, porque tiene fuentes propias; haber sido y ser la vértebra vital de las dos regiones: Costa y Sierra; por ser el punto de influencia arterial entre una y otra, en donde se vinculan íntimamente los

esfuerzos de muchos pueblos emprendedores; por que aquí se funden las aspiraciones de agricultores y comerciantes.

Geografía

La ciudad está situada en la margen izquierda del río San Pablo, que al unirse en su desembocadura con el río Catarama forman el río Babahoyo. Una de las más interesantes excursiones en la zona es el descenso en bote por el río Babahoyo. Babahoyo se encuentra en el Litoral y es paso obligado para ir hacia la Sierra por las carreteras Babahoyo - Quito (Vía Panamericana), Babahoyo - Ambato (Vía Flores) y también por la Babahoyo - Riobamba.

Babahoyo se encuentra al Sur de la Provincia de Los Ríos las vías que la unen con las demás ciudades y pueblos de la costa son la Babahoyo - Babà, la Babahoyo - Guayaquil y la Babahoyo - Milagro - Machala. Su situación geográfica es una de las más privilegiadas por Babahoyo pasan cada día más de 25000 carros (entre buses, trailers y autos). Es un punto comercial entre la Costa y la Sierra. Dentro de la red vial urbana, la ciudad cuenta con dos puentes peatonales que permiten la comunicación con Barreiro y El Salto. Existen cuatro puentes vehiculares: los dos primeros que cruzan los ríos Catarama y San pablo al norte de la ciudad (carretera Babahoyo - Quito); el tercero que cruza el estero Lagarto al Sur de la urbe (carretera Babahoyo - Guayaquil); y el cuarto que está ubicado en el sector La Ventura (carretera Babahoyo - Ambato).

- La pobreza es un fenómeno de gran cobertura en la provincia Los Ríos, pero el cantón Babahoyo tiene a sus cuatro parroquias rurales con NBI's superiores a 80% e, inclusive, Pimocha, Febres Cordero y Caracol registran valores superiores al 90%.

Los comportamientos de los grupos poblaciones según edades y género se observan, hasta cierto punto y tomando en cuenta los índices de masculinidad y feminidad, con marcadas tendencias a, por un lado, la concentración de población en la ciudad más dinámica del cantón (y de la provincia); por otro, los grupos menores de 15 años son importantes en todas las localidades, en términos de extensión. Este fenómeno está más acentuado mientras más rural es la localidad de la que se trate; por ello, en Caracol las diferencias porcentuales entre el grupo de menores de 15 años y el de 15 a 65 años es muy inferior a las observadas en Babahoyo.

Babahoyo cuenta con 1 Hospital Provincial, 1 Hospital Maternidad, 8 Centros de Salud y 6 Subcentros de Salud Rural y 3 Puestos de Salud, atendidos por personal médico y de enfermería del Ministerio de Salud, además consultorios médicos particulares. El personal de salud por cada 10.000 habitantes es de 18,09 , el índice de mortalidad infantil es de 57 por mil.

En Babahoyo es donde se encuentra, también, el indicador de discapacidad más alto del cantón:

En otro conjunto de problemas, el valor que asume indicador de hacinamiento en Caracol se debe a la misma naturaleza rural del cantón, en donde el modelo persistente de familia es el ampliado, que, sin embargo, ocupa espacios cada vez más reducidos. En Pimocha es considerable el porcentaje de hogares que no disponen de servicio higiénico propio.

En general, dentro del cantón, la escolaridad de la PEA es baja y prácticamente se reduce a educación básica (primaria). La escolaridad de la PEA femenina es superior por más o menos un punto a la masculina. El porcentaje de trabajadores asalariados es importante y pone en cuestionamiento a la visión característica relativa al productor campesino independiente; en su lugar, observamos jornaleros agrícolas. No obstante, es necesario observar que, a

pesar de la especialización agrícola del cantón, Babahoyo es básicamente un centro administrativo y las labores de producción agrícola se realizan en otras parroquias y comunidades, tales como Caracol, Febres Cordero y Pimocha.

Las principales enfermedades que afectan a la población infanto – juvenil de Babahoyo son las IRA,s, EDA,s Parasitosis, Anemia + Desnutrición y la Dermatitis, todas ellas causadas generalmente por la insalubridad y la falta de recursos económicos para llevar un estilo de vida de calidad, además se agrega la falta de conciencia que tiene la gente en el cuidado de la salud, ya que estas enfermedades son prevenibles.

En la población adulta las principales enfermedades tienen que ver con las infecciones en las vías urinarias, hipertensión arterial, diabetes y otras de tipo cardiovascular.

A nivel rural existen Subcentros de Salud Comunitaria que funcionan en las cabeceras parroquiales, pero que no cuentan con el personal médico completo, la infraestructura y equipamiento son deficientes, para dar un servicio de calidad a la población.

Existe una amplia cobertura de servicios de salud privada como clínicas y policlínicos, esto da cuenta que la población demanda de los servicios privados por la carencia que presentan los de salud pública.

El Seguro campesino cubre un pequeño porcentaje de la población rural de Pimocha y Febres Cordero.

La participación ciudadana en los servicios y programas de salud es baja, en algunos subcentros de salud no se ha conformado los comités de salud. En el dispensario del seguro campesino La Teresa existe un interesante trabajo de involucramiento comunitario, este cuenta con un adecuado mantenimiento y

equipamiento, producto de la recaudación y la gestión de las organizaciones beneficiarias.

En el año 2000 se conformó el Concejo de Salud pero este no ha funcionado.

Solo en el Área N° 1 de Salud se dispone de información estadística, en otras unidades de salud ya sean estas privadas o semiprivadas no cuentan con información estadística adecuada, en algunos casos la tienen pero desactualizada o desorganizada.

Podemos observar que Babahoyo cuenta con un buen porcentaje de unidades de salud tanto públicas como privadas, pero estas están inequitativamente distribuidas y su trabajo lo hacen de manera desarticulada.

Dotación y Servicio de Agua Potable

Pese a tener una gran cantidad de ríos y otros cuerpos de agua dentro de su territorio la población no se abastece de agua a partir de ellos, mayoritariamente el agua para consumo humano se la obtiene de la utilización de pozos profundos. La mayor parte de los recintos y caseríos no cuentan con pozos.

En la cabecera cantonal se cuenta con el servicio de agua potable que funciona con una moderna planta de tratamiento y un eficiente sistema de distribución, sin embargo, todavía no toda la población se sirve de dicho sistema, el resto consume agua entubada. EMSABA afirma que a pesar de esto el agua que se provee es apta para el consumo y segura para la salud.

Los problemas se presentan a menudo en las redes de distribución que aún utilizan mangueras, las cuales se deterioran con facilidad. De aquello se

producen bajas de presiones por fugas del líquido y cortes por las respectivas reparaciones.

En el sector rural se consume mayoritariamente agua de pozo (54%), también de río (24%) con algún tipo de tratamiento. Existen 22 juntas de agua que administran la dotación del líquido.

La calidad del agua que se consume es cuestionada constantemente. También existen pequeñas poblaciones que consumen agua sin ningún tipo de tratamiento.

Alcantarillados Sanitario y Pluvial

Babahoyo tiene la desventaja de ocupar territorios bajos, factor que vuelve a sus poblaciones vulnerables ante la amenaza de las inundaciones durante los inviernos debido a la dificultad de drenar las aguas.

Famoso por su histórico problema sobre todo a nivel de su cabecera cantonal desde hace una década cuenta con un sistema de alcantarillado sanitario moderno y eficiente, pero que como en el caso del Agua potable aún no cubre a toda la población. En el sector rural la letrización solo cubre a una parte de la población (66%) y esto crea problemas de salud y ambiente.

En cuanto a las aguas lluvias el drenaje funciona en la cabecera cantonal lo que evita molestias de todo tipo a su población. En el sector rural todavía no existe ningún tipo de alcantarillado, se realizan obras de drenaje para enfrentar problemas cuando estos se presentan.

Energía Eléctrica y Alumbrado Público

El servicio de energía eléctrica es el que más cobertura tiene de todos los servicios públicos, tanto a nivel urbano (93%), como a nivel rural (81%), sin embargo no llega a cubrir a toda la población, además existen poblaciones que reciben el servicio de la Empresa eléctrica de Milagro.

El mayor problema se tiene con el alumbrado público ya que no existe un programa sostenido de mantenimiento y sustitución de las luminarias dañadas, además cada vez aumenta la demanda de nuevas luminarias que la Empresa eléctrica de Los Ríos no alcanza a cubrir.

Servicio de Telefonía Fija

Es el que brinda menor cobertura brinda tanto a nivel urbano (26%), como a nivel rural (7%).

La calidad de la cobertura existente no es buena, faltan números, todavía se trabaja con tecnología analógica, además existen quejas por el costo del servicio.

A nivel rural existe infraestructura de cabinas sub utilizada o abandonada.

Infraestructura para la Educación

En el área de la educación la infraestructura existente sufre deterioro producto de su constante utilización, en algunos casos con el antecedente de una mala ejecución de las obras, sin tener un mantenimiento anual programado y ejecutado.

Los problemas más detectados están relacionados con el deterioro de cubiertas, baterías sanitarias, de la pintura y con el escaso equipamiento para

la recreación de los niños dentro de las escuelas. La situación es crítica en el sector rural donde la indiferencia de todos los involucrados inclusive de los propios afectados por el problema vuelve crítica la situación.

Infraestructura para la Salud

A nivel urbano existe infraestructura para la salud que es deficitaria, poco eficiente y está ubicada en zonas con problemas de accesibilidad teniendo en cuenta que Babahoyo es la capital de la Provincia y recibe un flujo considerable de ciudadanos necesitados de atención médica.

A nivel de parroquias rurales existe una infraestructura que en algunos casos es deficitaria y en otros casos ha sido mejorada con la ayuda del Municipio y se encuentra en aceptable estado. La mayor demanda en los sectores rurales es de puestos de salud para las poblaciones rurales menores.

Babahoyo en sus zonas urbanas afronta un problema de falta de espacio verde tanto, para la recreación de sus poblaciones, como para el mejoramiento de sus microclimas y ambiente en general.

Áreas Verdes y Recreación Pública

Con respecto al área verde existe un déficit de 106 Ha. en relación a la población; los parques que en el cantón son la mayor expresión del área verde representan una superficie muy pequeña; después de estos la mayor cantidad de espacios de recreación pública está dada por las canchas deportivas que se localizan mayoritariamente en el sector rural, mientras que en la cabecera cantonal son deficitarias.

El equipamiento deportivo mayor solo se encuentra en la cabecera cantonal. Después de estos no existen otros tipos de espacios para la recreación masiva de la población.

Transportación Pública

El transporte público en el cantón cubre a la mayor parte de la población, sin embargo, tanto a nivel cantonal como a nivel urbano presenta los mismos problemas, que están relacionados directamente con la falta de un Terminal terrestre, la deficiente red vial existente, la inseguridad ante la amenaza de la delincuencia, el deficiente parque automotor de las cooperativas que prestan el servicio, su poca renovación, la poca frecuencia de los recorridos y el horario de los mismos, la incomodidad en la espera de las unidades (sobre todo en el sector rural) y el trato que reciben los usuarios, sobre todo los especiales (discapacitados, ancianos, niños , mujeres embarazadas) de parte del personal que labora en las unidades de transporte cuando utilizan el servicio.

Las vías urbanas se construyen con poca consideración del uso que de ellas harán los peatones, muchas han sido concebidas sin planificación técnica, sobre todo en las zonas de crecimiento producido por la invasión y el tráfico de tierras, debido a esto se tienen vías con poco espacio para la circulación peatonal, que reflejan en su configuración los problemas de uso de suelos urbanos y en algunos casos los resultados de medidas emergentes de defensa contra problemas de inundación.

La distribución de las secciones de las vías está marcadamente inclinada para el uso vehicular, en perjuicio a la seguridad y la comodidad de los peatones. En este tema los grandes perjudicados son los peatones especiales (discapacitados, ancianos, niños y mujeres embarazadas)

El tráfico vehicular se desarrolla en un marco de desorden sobre todo en la zona central de la cabecera cantonal y de las cabeceras parroquiales en donde la señalización y la semaforización son deficientes.

El aumento del parque automotor sobre todo de motonetas que circulan sin respeto a normas de tránsito y del mal uso de la vía pública que hacen tanto, los peatones como, el comercio formal e informal sumado al deficiente control y sanción a las infracciones de tránsito agravan el problema.

- Es importante detallar que las autoras de la presente tesis han realizado una investigación que ha encontrado concordancias con otros autores como podemos detallar en definiciones de plan de marketing esbozadas por Miguel Santesmaste Setre en su libro Marketing Conceptos y Estrategias que dice:

1 Plan de Marketing ¹

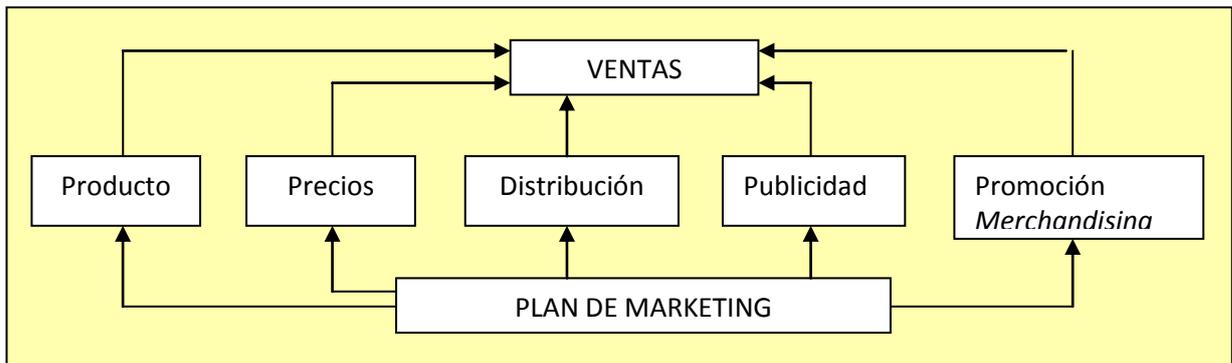
Un plan de marketing es un documento previo a una inversión, lanzamiento de un producto o comienzo de un negocio, en el cual se detalla lo que se espera conseguir, el coste, el tiempo y los recursos a utilizar para su consecución, además, un análisis preciso de todos los pasos que han de darse para alcanzar los fines propuestos, los aspectos técnicos, legales y sociales.

El Plan de Marketing no esta sujeto a ninguna reglamentación. Su redacción concienzuda obliga a que las variables que inciden sobre las ventas de un producto jueguen a favor del mismo, en otras palabras si el producto, los precios, la distribución, la publicidad, la promoción y el merchandising son las variables básicas del marketing mix, que influyen en las ventas finales del producto, el plan de marketing operativo representa y plasma la vocación y la voluntad de querer incidir en dichas variables para que las ventas sean favorables y positivas.

¹ Marketing Conceptos y Estrategias – Miguel Santesmastes Setre

El esquema siguiente muestra de forma gráfica la relación entre el plan de marketing y las ventas.

GRÁFICO Nº 4: Relación entre el Plan de Marketing y las ventas.



El Plan de Marketing, es el documento que se presenta para la captación de recursos financieros o ante los propietarios de la empresa para que decidan sobre la activación de un movimiento estratégico o el lanzamiento de un producto. En este sentido, persigue convencerles, dando la imagen de una idea sólida, bien definida y perfilada según sus objetivos.

Así, un Plan de Marketing ha de reunir dos características fundamentales:

- a) **COMPLETITUD:** Lo que interesa esta en el Plan.
- b) **BUENA ORGANIZACIÓN:** Lo que interesa es fácil de encontrar.

Según Cohen, se puede hablar de dos tipos de planes de Marketing: El Plan para un Nuevo Producto o Servicio y el Plan Anual.

El primero hace referencia al producto o servicio a introducir que aún no está en el mercado, o cuando con un producto en particular, ya en producción, se intenta hacer un cambio de enfoque o posicionamiento en el mercado. El principal problema que surge con los productos nuevos, es la dificultad de

recabar información. El Plan debe cubrir, en estos casos, toda la vida del proyecto, desde el inicio hasta el establecimiento en el mercado.

En cuanto al Plan de Marketing Anual, se aplica a productos ya situados en el mercado. La revisión anual permite descubrir nuevos problemas, oportunidades y amenazas que se pasan por alto en el devenir cotidiano de una empresa.

Cabe destacar que bajo la información emitida por el mismo autor, las investigadoras han encontrado concordancias en cuanto a definiciones de modelos de gestión que logran identificar la finalidad de la aplicación del plan de marketing que se detalla a continuación:

2 Finalidad del Plan de Marketing

Una estrategia exige un plan, ya que no es posible que el espíritu humano pueda concebir todo el conjunto de las acciones, ni tampoco coordinar los esfuerzos de la empresa sin un programa, el plan de marketing permite prever las consecuencias de estas acciones y la no existencia de este pondría en riesgo a la empresa difícil de afrontar. La finalidad de un plan de marketing se enmarca en lo siguiente:

- *Descripción del entorno de la empresa:* Permite conocer el mercado, competidores, legislación vigente, condiciones económicas, situación tecnológica, demanda prevista, etc., así como los recursos disponibles para la empresa.

- *Control de la Gestión:* Prevé los posibles cambios y planifica los desvíos necesarios para superarlos, permitiendo encontrar nuevas vías que lleven a los objetivos deseados. Permite así, ver con claridad la diferencia entre lo planificado y lo que realmente está sucediendo.
- *Alcance de los objetivos:* La programación es sumamente importante y, por ello, todos los implicados han de comprender cuáles son sus responsabilidades y como encajan sus actividades en el conjunto de la estrategia.
- *Captación de recursos:* De hecho, es para lo que se usa el Plan de Marketing en la mayoría de las ocasiones, es decir, obtención de fondos ya sea de la propia empresa o del mercado financiero.
- *Optimizar el empleo de recursos limitados:* Las investigaciones efectuadas para realizar el Plan de Marketing y el análisis de las alternativas estratégicas estimulan a reflexionar sobre las circunstancias que influyen en el proceso a desarrollar y sobre los eventos que pueden aparecer, modificando ideas y los objetivos previos.
- *Organización y temporalidad:* En cualquier proyecto es fundamental el factor tiempo, casi siempre existe una fecha de terminación que debe ser respetada. Es, por ello, importante programar las actividades de manera que puedan aprovecharse todas las circunstancias previsibles para llevar a cabo el plan dentro de los plazos fijados. La elaboración del plan intenta evitar la *suboptimización*, o lo que es lo mismo, optimizar una parte del proyecto en detrimento de la optimización del conjunto. Por otra parte, se logra que cada uno sepa qué ha de hacer dentro del Plan y cuándo.
- *Analizar los problemas y las oportunidades futuras:* El análisis detallado de lo que se quiere hacer mostrará problemas en los que no se había pensado al principio. Esto permite buscar soluciones previas a la aparición de los

problemas. Asimismo, permite descubrir oportunidades favorables que se hayan escapado en un análisis previo.

Frente a lo expuesto las autoras concuerdan con el autor en que la estructura de un plan de marketing debe estar dada por la disposición y ejecución de los siguientes puntos:

3 Estructura del Plan de Marketing

Un plan de Marketing ha de estar bien organizado y estructurado para que sea fácil de encontrar lo que se busca y no se omita información relevante.

El primer fin implica cierta redundancia. Debe haber, por fuerza, varias cuestiones que sean tratadas en otros tantos apartados para que, de este modo, sea posible encontrarlas sin tener que adivinar el lugar de ubicación. El segundo exige que el Plan recoja todas las posibles cuestiones y alternativas de una manera exhaustiva; así, una organización completa ayuda a no olvidar nada importante.

Las partes de que consta un plan de marketing son: sumario ejecutivo, índice del plan, introducción, análisis de la situación, análisis del mercado objetivo, problemas y oportunidades, objetivos y metas, desarrollo de las tácticas de marketing y ejecución, desarrollo de las estrategias de marketing y control

4 Desarrollo de las etapas de un plan de marketing

Hay que analizar una serie de conceptos que son básicos e imprescindibles para cualquier empresa, sin ellos la elaboración de un plan de marketing quedaría incompleta y deberían estar reflejados en el plan estratégico.

Según Philip Kotler, define los siguientes pasos a realizar para un plan de marketing:²

- **Resumen ejecutivo**

El resumen ejecutivo o también llamado sumario ejecutivo y algunas tablas y gráficas podrían ser las únicas partes del plan que la gerencia de alto nivel lea, por consiguiente es muy importante escribir esta sección con mucho cuidado, pensando en los ejecutivos de alta jerarquía.

Su brevedad de redacción no va en relación directa con el nivel de importancia, ya que en un número reducido de páginas debe indicar un texto del contenido del plan, así como los medios y estrategias que se van a utilizar, la lectura de estas páginas junto con las recomendaciones que también deben incluirse al fin del plan, son las que van a servir a la alta dirección para obtener una visión global.

- **Planes de acción, estrategias y tácticas**

Las estrategias de mercadotecnia se diseñan como el vehículo para lograr los objetivos de mercadotecnia. Las estrategias son los caminos de acción que dispone la empresa para alcanzar los objetivos previstos; cuando se elabora un plan de marketing estas deberán quedar bien definidas, con el fin de posicionarse ventajosamente en el mercado, y frente a la competencia para alcanzar la mayor rentabilidad a los recursos comerciales asignados por la compañía.

Recursos necesarios para apoyar las estrategias y cumplir los objetivos

a) Equipo y espacio

² KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary Fundamentos de Marketing, Sexta edición 2003

- b) Apoyo monetario
- c) Investigación asesoría y capacitación
- d) Presupuesto

El presupuesto es la expresión financiera de un plan de marketing encaminado a lograr determinados objetivos, es la presentación numérica del plan de maniobra.

Para formular el presupuesto se requiere contar con los objetivos claros, identificar todos los costos en materiales, personales e insumos financieros, y definir claramente cuáles son las áreas y las personas responsables de usar esos recursos.

- **Decisiones Estratégicas**

Como primer paso para la realización del Plan de Marketing es necesario realizar un análisis estratégico de la empresa tanto a nivel corporativo como a nivel de unidad de negocio, así como del mercado. Definir los objetivos perseguidos por la entidad a largo plazo y su postura estratégica en el entorno en que se desenvuelve su actividad para fijar su posición competitiva. Analizar la asignación de recursos y la gestión de cartera, etc., de modo que toda la información recogida a este nivel permita luego desarrollar la estrategia funcional en sus aspectos operativos.

- **Publicidad**

Arellano Rolando expresa: “Es la comunicación masiva puesta al servicio de un objetivo de marketing e identificada claramente como tal.

Hoffman Douglas, et al dicen: “Es una comunicación no personal, sufragada por un patrocinador identificado y que implica una comunicación masiva, por medio de periódicos, revistas, radio, televisión y otros medios (por ejemplo, espectaculares anuncios en paradas de autobús), o la comunicación directa con el consumidor, vía correo postal o electrónico.

- **El Mensaje Publicitario en los Medios de Comunicación.**

En una compañía el mensaje será el mismo en todos los medios utilizados, variará en la forma, ya que cada uno tiene sus propios lenguajes. Los cuatro requisitos son indispensables para lograr una máxima retención o recordación de la publicidad transitiva por los medios de comunicaciones: Simplicidad, Originalidad, Credibilidad y Longevidad.

5 El Marketing Político

Niveles estratégicos del Marketing Político

El Marketing Político es una compleja disciplina estratégica que combina el trabajo transdisciplinario de diversos especialistas (politólogos, comunicadores sociales, expertos en opinión pública, entre otros.) en tres niveles básicos de planificación y ejecución.

Los tres niveles estratégicos del Marketing Político son, con su campo de acción:

- Estrategia Política (EPo): Diseño de la Propuesta Política
- Estrategia Comunicacional (EC): Elaboración del Discurso Político
- Estrategia Publicitaria (EPu): Construcción de la Imagen Política

Estos tres niveles de estrategia deben ser abordados en forma simultánea y coordinada. Un enfoque sistémico apropiado exige que la "propuesta política" (1º nivel estratégico) sea traducida en términos de "discurso político" (2º nivel estratégico), y esté recogido en forma de "imagen política" (3º nivel estratégico). La clave del sistema reside en la utilización de los canales de retroalimentación permanente que existen entre los tres niveles.

Las Estrategias de Difusión

Difusión del producto: Proceso en el cual el producto es difundido entre los miembros de la organización así se da a conocer el tipo de producto que se distribuye.

¿Qué es la estrategia de difusión?

“La estrategia de comunicación es un párrafo y tres palabras:

La estrategia de comunicación consiste en definir con claridad quiénes somos y qué ofrecemos. Nada más. Y nada menos.

Soportes publicitarios

Según Miguel Santesmastes Setre define como soportes publicitarios o ATL como todo lo que va en medios de comunicaciones masivos: Televisión, radio, cine, revistas, prensa exterior e internet; mientras que BTL agrupa acciones de Marketing Directo, Relaciones Públicas, Patrocinio, Promociones, Punto de Venta, Producto Placement, etc.

A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas; tales como: la psicología, sociología, antropología, estadística, y la economía

que son halladas en el estudio de mercado, se podrá desarrollar un mensaje adecuado para el público.

La comunicación comercial tiene asignadas múltiples funciones dentro del plan de Marketing: informa, influye, estimula y persuade a los consumidores potenciales para que conozcan, acepten, demanden y/o compren los bienes y servicios ofrecidos por la empresa.

El plan de medios

El plan de medios es la solución a la difusión de la campaña, es decir, la respuesta a la necesidad de llegar al público objetivo y lograr que éste reciba el mensaje del anunciante. Se lleva a cabo mediante la planificación de medios, procedimiento que aplica diferentes técnicas para solventar cómo difundir masivamente un mensaje de la manera más rentable y eficaz:

- Difusión a través de un solo medio (campaña televisiva, en radio, gráfica...), incluso en un solo soporte.
- Difusión a través de una combinación de medios. Suele elegirse un medio principal, por ejemplo prensa, y uno o varios de apoyo (por ejemplo, radio y exterior).

Como se puede ver, hacer un plan de medios significa básicamente hacer una selección óptima de medios y soportes.

- **Importancia de la Administración**³

La administración brinda el éxito a cualquier organismo social ya que estos dependen directa o indirectamente de ella, porque necesitan administrar

³ Fundamentos de Administración obtenida de info pyme.

debidamente los recursos humanos y materiales que poseen una adecuada administración, lo que hace que se mejore el nivel de productividad.

- **Objetivos de la Administración**

Según la definición de info pyme tenemos que “Un objetivo administrativo es una meta que se fija, que asimismo requiere de un campo de acción definido y que sugiere la orientación para los esfuerzos de un dirigente”, en esta definición hay cuatro elementos que son:

1. Meta
2. Campo de acción
3. Definición de la Acción
4. Orientación

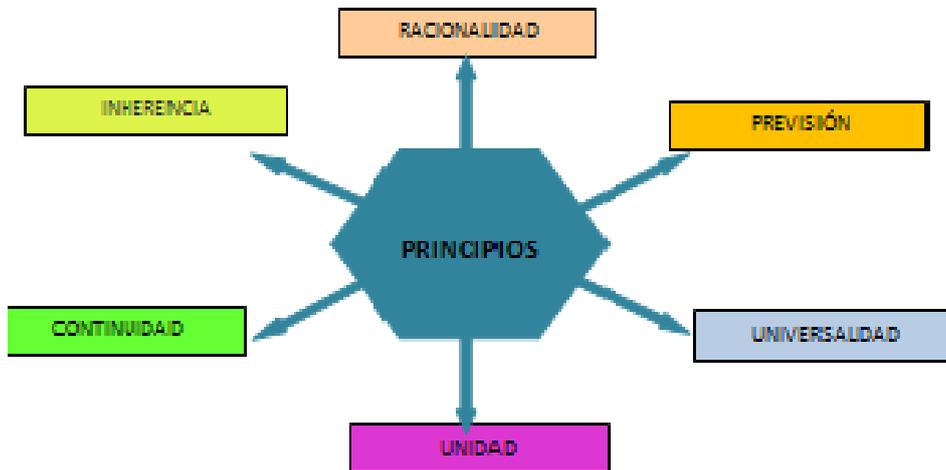
Séneca afirmó... “Si el hombre no sabe a cuál puerto se dirige, ningún viento le es favorable.”

- **Funciones de la Administración** .- Las funciones de la administración son:

- **Planificación.**

La planificación cumple dos propósitos principales en las organizaciones: el protector y el afirmativo. El propósito protector consiste en minimizar el riesgo reduciendo la incertidumbre que rodea al mundo de los negocios y definiendo las consecuencias de una acción administrativa determinada.

Principios de la Planificación⁴



▪ Organización.

La creación de una estructura, la cual determina las jerarquías necesarias y agrupación de actividades, con el fin de simplificar sus funciones dentro del grupo social. Esencialmente, la organización nació de la necesidad humana de colaborar.

▪ Dirección.

Dirigir implica disponer, influir y motivar a los empleados para que realicen tareas esenciales. La relación y el tiempo son fundamentales para las actividades de la dirección.

Es la aplicación de los conocimientos en la toma de decisiones, incluye la tarea de fincar los objetivos hasta alcanzarlos, con la mejor de las determinaciones

⁴ Paradigmas de la Planificación de Luis Barriga.

para llevar a cabo el liderazgo y ocuparse del planeamiento e integración de todos los sistemas, unificándolos en un todo.

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sean tomadas directamente o delegando dicha autoridad, y se vigila de manera simultánea que se cumplan en la forma adecuada todas las órdenes emitidas.

Así, por ejemplo, unos llaman a este elemento actuación, otra ejecución. Terry define la actuación como "hacer que todos los miembros del grupo se propongan lograr el objetivo, de acuerdo con los planes y la organización, hechos por el jefe administrativo". Por su parte, Koontz y O'Donnell adoptan el término dirección, definiendo ésta como "la función ejecutiva de guiar y vigilar a los subordinados".

Fayol define la dirección indirectamente al señalar: "Una vez constituido el grupo social, se trata de hacerlo funcionar: tal es la misión de la dirección, la que consiste para cada jefe en obtener los máximos resultados posibles de los elementos que componen su unidad, en interés de la empresa".

- **Control.**

Es el proceso Administrativo en el que se garantizan las actividades, con relación a los recursos. En este proceso se debe asegurar que las actividades reales correspondan a las actividades proyectadas. Este se inicia en el momento donde termina la planeación.

Marketing Operativo⁵

⁵ Philip Kotler – Fundamentos de Marketing

El marketing operativo es una gestión voluntarista de conquista de los mercados existentes, cuyo horizonte de acción se sitúa en el corto y medio plazo. Es la clásica gestión comercial, centrada en la realización de un objetivo de cifra de ventas y que se apoya en los medios tácticos basados en la política de producto, de distribución de precio y de comunicación.

La acción del marketing operativo se concreta en objetivos de cuotas de mercado a alcanzar y en presupuestos de marketing autorizados para realizar dichos objetivos.

El marketing operativo es el aspecto más espectacular y el más visible de la gestión de marketing, debido especialmente a que la publicidad y la promoción ocupan un lugar importante.

- **Marketing Estratégico⁶**

El Marketing Estratégico se apoya en el análisis de las necesidades de los individuos y de las organizaciones. Desde el punto de vista del Marketing, lo que el comprador busca no es el producto como tal, sino el servicio o la solución a un problema, que el producto es susceptible de ofrecerle; este servicio puede ser obtenido por intermedio de diferentes tecnologías, las cuales están a su vez en un continuo cambio, la función del marketing estratégico es seguir la evolución del mercado de referencia o identificar los diferentes productos-mercados y segmentos actuales o potenciales sobre la diversidad de las necesidades a encontrar.

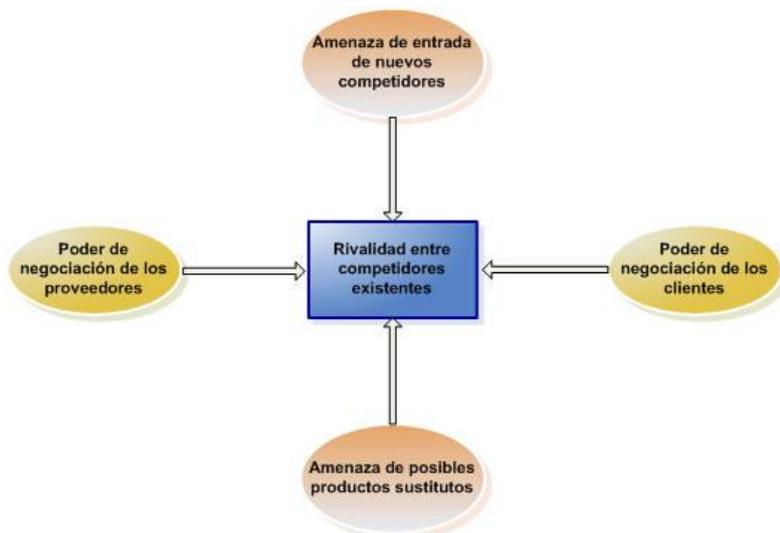
Modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter:⁷

El punto de vista de Porter es que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún

⁶ Philip Kotlet – Fundamentos de Marketing

⁷ www.gestiopolis.com

segmento de éste. La idea es que la institución debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia de la industria, como se detalla a continuación:



1.5.2. Marco Conceptual

- **Administración**

La administración⁸ se define como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en que las personas trabajando en grupo alcancen con eficiencia metas seleccionadas. Esta se aplica a todo tipo de organizaciones bien sean grandes o pequeñas empresas, lucrativas o no lucrativas. a la industria manufacturera y a las de servicios.

La Administración Internacional

Se centra en la operación de empresas internacionales en países extranjeros. Trata temas administrativos que se relacionan con el flujo de personas, mercancías y dinero con el propósito final de administrar mejor en situaciones más allá de las fronteras nacionales.

⁸ Información de wikilearning.com. administración de empresas y negocios

La Administración Comparativa:⁹ Se define como el estudio y el análisis de la administración en diferentes ambientes y de las razones por las cuales las empresas obtienen resultados diferentes en diversos países. Es un elemento importante para el crecimiento económico y el mejoramiento de la productividad.

Administración De La Estrategia: La estrategia representa "aquello que" la empresa desea realizar, cual es el negocio que pretende llevar a cabo, cual es el rumbo que va a seguir.

El núcleo de la administración estratégica es la preparación para el mañana: busca orientar a la empresa frente al futuro no para anticipar todos los acontecimientos, si no para que la empresa pueda dirigirse hacia sus objetivos consientes sistemáticamente basados en análisis reales y metódicos de sus propias condiciones y posibilidades, y del contexto ambiental donde opera. En otros términos, el futuro de la empresa no puede ser previsto, si no que debe ser creado.

La administración de la estrategia puede definirse como la función de la administración de la cúpula -pues se aborda en el nivel institucional de la empresa-, que analiza, desarrolla y modifica los procesos internos y externos de la empresa para que sea eficiente y eficaz en condiciones constantemente variables. La administración estratégica formula e implementa la estrategia empresarial como un conjunto de decisiones unificado, amplio e integrado que intenta conseguir los objetivos de la empresa.

Administración de la Producción y de Operaciones: El término administración de operaciones se refiere tanto a las actividades necesarias para producir y entregar un servicio como un producto físico.

⁹ Administración de Personal y Recursos Humanos de William W. pagina 151

Banco de Proyectos.- Contenidos que detallan la existencia de proyectos desarrollados dentro de una institución.

Difusión.- Propagación de algo, especialmente de un conocimiento o de una noticia.

G.A.D.: Gobierno Autónomo Descentralizado.

Marketing.- Existen tres acepciones populares sobre el marketing:¹⁰

1. “El marketing es la publicidad, la promoción y la venta a presión, es decir un conjunto de medios de venta particularmente agresivos para conquistar los mercados existentes”.

2. “El marketing es un conjunto de herramientas de análisis, de métodos de previsión y de estudios de mercados, utilizados con el fin de desarrollar un enfoque prospectivo de las necesidades y de la demanda.”

3. “El marketing es el gran corruptor, el arquitecto de la sociedad de consumo, es decir, de un sistema de mercado en el cual los individuos son objeto de explotación comercial por el vendedor”.

O.N.G.: Organizaciones No Gubernamentales

1.6. Formulación de la Hipótesis y Variables

1.6.1. Hipótesis general

¹⁰ 1. STANTON, ETZEL Y WALTER, Fundamentos de Marketing, Edición Número Once, 2000.

Con el diseño e implementación de un adecuado plan de marketing estratégico se logrará mejorar la difusión de las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.

1.6.2. Hipótesis particulares

- Fundamentando científicamente en la administración los planes de marketing y de difusión se podrá lograr una comunicación activa que permita tener retroalimentación de la percepción de la ciudadanía.
- Conociendo las principales causas de la falta de comunicación y difusión de obrar por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo se logrará ampliar el espectro de cobertura en cuanto a la comunicación efectiva de forma descendente desde la Administración hasta la ciudadanía en general.
- Estableciendo los componentes del plan de marketing se logrará optimizar la transmisión de información de las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo hacia los ciudadanos del cantón.

1.6.2.1. Variables

CAUSA X	EFECTO Y
Plan de MKT difusión de las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.	Difusión de plan de marketing estratégico para la difusión de obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.
✓ *Componentes y acciones del plan de marketing para el GAD de Babahoyo*	✓ Reestructuración organizada de la difusión
✓ Gestión Comunicacional del GAD de Babahoyo	✓ Cobertura de los factores críticos del éxito: Poca difusión , desconociendo, falta de comunicación
✓ *Plan de MKT de la difusión de las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado	✓ Transmisión de información hacia la ciudadanía

1.7. Metodológicos de la investigación

1.7.1. Tipo de estudio y de diseño

Según la finalidad de esta investigación, se establece que será de tipo aplicada y según su objetivo será descriptivo y explicativo, según su diseño será de corte no experimental, de campo y transversal, con una perspectiva cuantitativa y cualitativa.

1.7.2. Población y Muestra

Este estudio tiene como finalidad identificar la percepción que tiene la ciudadanía del cantón Babahoyo con respecto a la actual administración de la Alcaldesa y además definir el conocimiento que tienen los habitantes del cantón acerca de las obras y proyectos que maneja el GAD de Babahoyo.

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la población existente, información extraíble del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, el tamaño de muestra requerido para estimar este parámetro n , con un límite para el error de estimación e , basados en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación¹¹:

Cálculo muestral: Medición de representatividad y Confiabilidad

Fórmula para seleccionar la muestra a encuestar (revisar anexo el desarrollo y obtención del resultado de la fórmula):

¹¹ “Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mendenhall y Ott, versión en español de la tercera edición, capítulo 3. Pág. 27 – 29.

$$n = \frac{Z^2 pq N}{(N-1)e^2 + Z^2 pq}$$

n= 382 personas a encuestar

1.7.3. Fuentes y técnicas para la recolección de información.

1.7.3.1. Método de Investigación

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas.

En esta investigación se puede interpretar como método prácticamente a todo el accionar que se aplicará para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos, con la finalidad de cumplir con los objetivos propuestos.

Deductivo – Inductivo: Método basado en la lógica y relacionado con el estudio de hechos particulares, aunque es deductivo en un sentido e inductivo en sentido contrario.

Analítico - Sintético: Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual **análisis**, y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral **síntesis**.

El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, el mismo que jugará un papel importantísimo ya que ayuda al descubrimiento de cosas, hechos y elementos que a pesar de su existencia no son del conocimiento de la población, ni son apreciables a simple vista; permite pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman

parte de este conjunto y que necesitan conocerse para saber cuál es su relación con el problema que se investiga.

Método empírico:

Los métodos empíricos que se utilizará en la presente investigación se detallan a continuación.

1.7.3.2. Técnicas de la observación:

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el medio, esta técnica permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades de la población, el medio ambiente y obviamente el sector empresarial involucrado, coadyuvando a jerarquizarlos de mejor manera.

1.7.3.2.1. Observación indirecta:

Este tipo de observación documental se realizará mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes gubernamentales, estadísticas, etc. Mediante este tipo de observación, permite ponerse en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna favorecerá enormemente: teléfono, internet.

1.7.3.2.2. La técnica de la encuesta:

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o

sienten; a través de ella se recogerá la información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con la difusión de las obras GAD de la Ciudad de Babahoyo.

1.7.4. Tratamiento de la Información

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada por separatas, de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes.

De las entrevistas y observaciones que se efectúen, se procederá a recopilar todos los datos obtenidos y se elaborarán cuadros estadísticos que resuman y transformen los datos en información, a través de tablas y gráficas que sirvan de base y contribuyan para un mejor entendimiento, para esto se utilizarán diferentes técnicas paramétricas y/o no paramétricas.

1.7.5. Resultados Esperados

- A corto plazo se espera identificar las causas determinantes de la limitada gestión de difusión de las obras realizadas por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.
- A mediano plazo se espera implementar un plan de marketing en el Gobierno Autónomo Descentralizado que permitirá su correcta difusión de obras a través de 6 herramientas de tecnologías de comunicación y de esta manera lograr que el cantón esté completamente informado sobre las obras.

- A largo plazo se logrará una mejora en la percepción de la ciudadanía frente a la gestión de la administración actual del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo.

CAPITULO II

2. ANALISIS SITUACIONAL, DIAGNOSTICO Y PRESENTACION DE RESULTADOS

2.1. Análisis de la Situación Actual

En la actualidad el GAD de Babahoyo no tiene un área departamental para la difusión de las obras debido principalmente a la falta de implementación de un modelo de gestión que permita optimizar su operatividad.

Las obras que se están planificando realizar no son difundidas ante la ciudadanía, lo que provoca que esta se queda sin participación y más aun que no conozcan sus beneficios , lo que lleva a que acudan en repetidas ocasiones hasta la dependencia a solicitar obras que ya están por ejecutarse o en pleno estado de ejecución.

Frente a esta situación se realizó una encuesta orientada a obtener un diagnóstico de la percepción de la ciudadanía frente a la actual administración del GAD del cantón Babahoyo.

2.2. Análisis Comparativo, Evolución, Tendencia y Perspectiva

2.2.1. Análisis FODA de las Obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Babahoyo

En la matriz FODA el GAD de la ciudad de Babahoyo lo utilizará como instrumento analítico que permite identificar y estudiar las fortalezas y debilidades del proyecto como los factores endógenos así como las eventuales oportunidades y amenazas

de los factores exógenos que se pudiesen presentar al desarrollar el objetivo del proyecto.

FORTALEZAS
Presupuesto establecido para difusión de obras
Equipo técnico del GAD Babahoyo conoce trabajo realizado y puede emitir informes de situación actual
Cuenta con una agenda de desarrollo
Existe asesoría por parte de otras instituciones gubernamentales.
Cuenta con un Banco de Proyectos actualizado.
Buena comunicación entre la Alcaldesa, Consejo Municipal y trabajadores internos.
Ambiente agradable de trabajo dentro de la Municipalidad.
Utilización de mecanismos de motivación en el personal administrativo.
Motivación de la institución en formular sus propios proyectos.
Interés Institucional en establecer un marco legal adecuado.

OPORTUNIDADES
Apoyo financiero de ONGs y organismos internacionales para formulación de proyectos.
Organizaciones de la sociedad civil existentes que ofrecen su contingente para trabajar con el Municipio.
Equidad de género.

Posibilidades jurídicas y políticas para la firma de convenios institucionales que permitan la realización de proyectos zonales.

Existencia de proyectos productivos en la zona.

Creación de programas y campañas de información de gestión administrativa y cumplimiento de obras del Municipio en el Cantón.

DEBILIDADES

Carencia de un Plan de Inversión Municipal que incluya en su presupuesto un monto mínimo de autogestión.

Falta de un Plan Operativo Anual que sea cumplido a cabalidad según lo planificado.

No cuenta con un FODA Institucional propio

Carece de un banco de datos actualizado de sus comunidades

Mal funcionamiento de algunas unidades operativas tales como: Auditoría Interna, Desarrollo Productivo, Oficina de Publicidad y Relaciones Públicas, Marketing.

No existe ningún programa de capacitación del personal.

Carencia de programas de computación actualizados para el buen funcionamiento administrativo.

No existe un sistema de control sobre reclamos o números de usuarios atendidos diaria o semanalmente

Inseguridad en la vigencia y legalidad de los contratos de concesión.

Débil comunicación con el usuario

AMENAZAS
Deuda financiera que data de periodos administrativos anteriores.
Conflictos entre comunidades derivados de las discrepancias políticas.
Desconocimiento de la ciudadanía de las obras que realiza el Municipio en el cantón.
Percepción de la ciudadanía frente al cumplimiento del plan de campaña ofrecido por la actual administración

Una vez identificados los elementos que conforman la matriz FODA del GAD Babahoyo, es imprescindible realizar una valoración de los mismos con el fin de determinar los factores críticos del éxito del proyecto, para lo cual es necesaria la ponderación de los elementos del FODA en matrices de co-relación que permitirán determinar el enfoque que deberá tener la propuesta a plantear como forma de solución de la problemática planteada.

PONDERACIÓN DE RELACIÓN MATRIZ FO		OPORTUNIDADES						TOTAL
		Apoyo financiero de ONGs y organismos internacionales para formulación de proyectos.	Organizaciones de la sociedad civil existentes que ofrecen su contingente para trabajar con el Municipio.	Equidad de género.	Posibilidades económicas, jurídicas y políticas para la firma de convenios institucionales que permitan la realización de proyectos zonales.	Existencia de proyectos productivos en la zona.	Creación de programas y campañas de información de gestión administrativa y cumplimiento de obras del Municipio en el Cantón.	
5	alta							
3	media							
1	baja							
0	no corresponde							
FORTALEZAS								
	Presupuesto establecido para difusión de obras	0	0	0	1	5	5	11
	Equipo técnico del GAD Babahoyo conoce trabajo realizado y puede emitir informes de situación actual	1	3	1	5	5	5	20
	Cuenta con una agenda de desarrollo	5	3	1	5	1	5	20
	Existe asesoría por parte de otras instituciones gubernamentales.	5	3	3	5	0	1	17
	Cuenta con un Banco de Proyectos actualizado.	5	3	1	5	0	5	19
	Comunicación entre la Alcaldesa, Consejo Municipal y trabajadores internos.	1	3	1	3	0	5	13
	Ambiente agradable de trabajo dentro de la Municipalidad.	1	3	5	1	0	1	11
	Utilización de mecanismos de motivación en el personal administrativo.	1	5	3	1	1	1	12
	Motivación de la institución en formular sus propios proyectos.	5	3	1	3	1	3	16
	Interés Institucional en establecer un marco legal adecuado.	5	5	1	5	1	5	22
		29	31	17	34	14	36	

Como podemos observar en la matriz FO que se ha presentado, en donde se relacionan las fortalezas del GAD Babahoyo con sus debilidades, se identifica que tenemos como factor crítico del éxito en cuanto a fortalezas tenemos que cuenta con una agenda de desarrollo y que su equipo técnico conoce del trabajo realizado por Municipio y puede servir como principales voceros de las obras realizadas.

Por otro lado los factores a tomar en cuenta que juegan un papel muy importante como oportunidades para el GAD Babahoyo son: Creación de programas y campañas de información de gestión administrativa y cumplimiento de obras del Municipio en el Cantón, y Posibilidades económicas, jurídicas y políticas para la firma de convenios institucionales que permitan la realización de proyectos zonales.

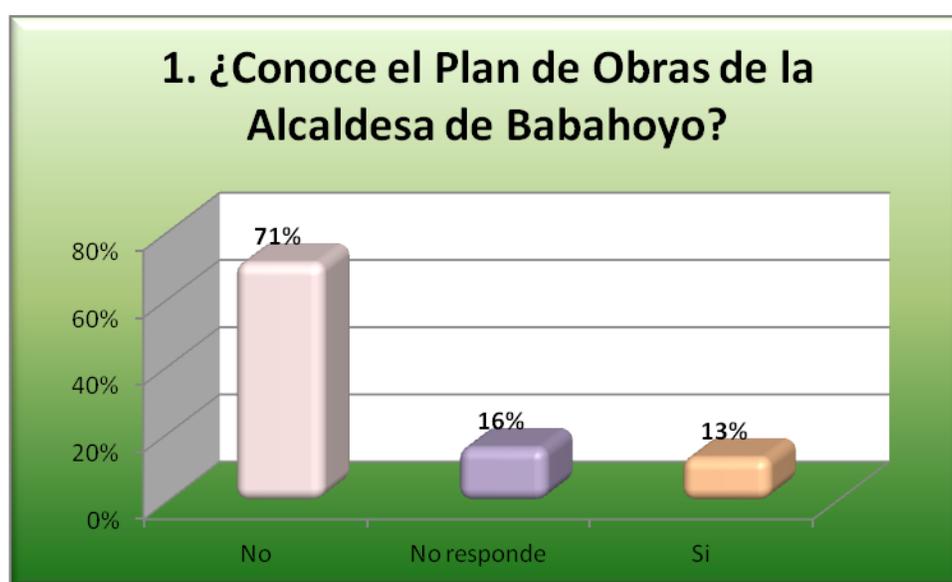
PONDERACIÓN DE RELACIÓN MATRIZ DA		AMENAZAS				TOTAL
		Deuda financiera que data de periodos administrativos anteriores.	Conflictos entre comunidades derivadas de las discrepancias de las políticas.	Desconocimiento de la ciudadanía de las obras que realiza el Municipio en el cantón.	Percepción de la ciudadanía frente al cumplimiento del plan de campaña ofrecido por la actual administración	
5	alta					
3	media					
1	baja					
0	no corresponde					
		Carencia de un Plan de Inversión Municipal que incluya en su presupuesto un monto mínimo de autogestión.	5	0	3	5
		Falta de un Plan Operativo cumplido a cabalidad según lo planificado.	1	1	5	5
		No cuenta con un FODA Institucional propio	5	1	5	5
		Carece de un banco de datos actualizado de sus comunidades	0	5	5	5
		Mal funcionamiento de algunas unidades operativas tales como: Auditoría Interna, Desarrollo Productivo, Oficina de Publicidad y Relaciones Públicas, Marketing.	3	5	5	5
		No existe ningún programa de capacitación del personal.	0	3	3	3
		Carencia de programas de computación actualizados para el buen funcionamiento administrativo.	1	0	3	0
		No existe un sistema de control sobre reclamos o números de usuarios atendidos diaria o semanalmente	0	5	5	5
		Inseguridad en la vigencia y legalidad de los contratos de concesión.	5	1	3	3
		Débil comunicación con el usuario	3	5	5	5
			23	26	42	41
						18

Como podemos observar en la Matriz DA que relaciona las debilidades con las amenazas del GAD Babahoyo, tenemos que los factores críticos del éxito se centran básicamente en el Mal funcionamiento de algunas áreas departamentales dentro de las cuales detallamos al departamento de MKT del GAD Babahoyo, la Débil comunicación con el usuario y entro de las amenazas tenemos el desconocimiento de la ciudadanía sobre las obras del GAD lo que afecta directamente a la percepción ciudadana de la actual administración municipal.

2.3. Presentación y Análisis de los Resultados

1. ¿Conoce el Plan de Obras de la Alcaldesa de Babahoyo?

	Número	Porcentaje
No	271	71%
No responde	61	16%
Si	50	13%
	382	



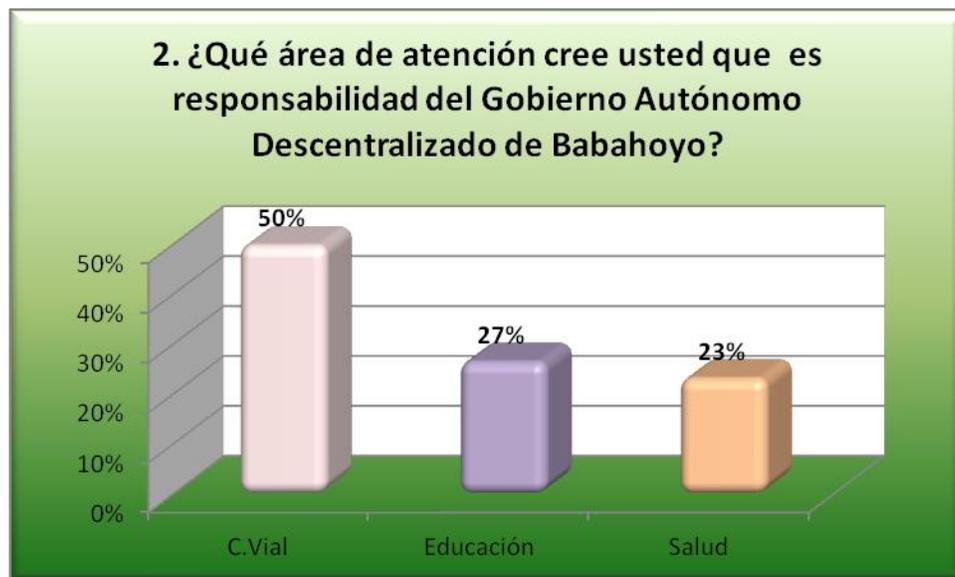
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 71% de los encuestados indicó no conocer un plan de obras del GAD de Babahoyo, lo que genera malestar en la ciudadanía pues hay una percepción de falta de intervención del GAD de Babahoyo en los territorios del cantón. Mientras que sólo el 13% indicó tener una idea de las obras presupuestadas y en ejecución; mientras que el 16% prefirió no contestar.

2. ¿Qué área de atención cree usted que es responsabilidad del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo?

	Número	Porcentaje
C.Vial	191	50%
Educación	103	27%
Salud	88	23%
	382	



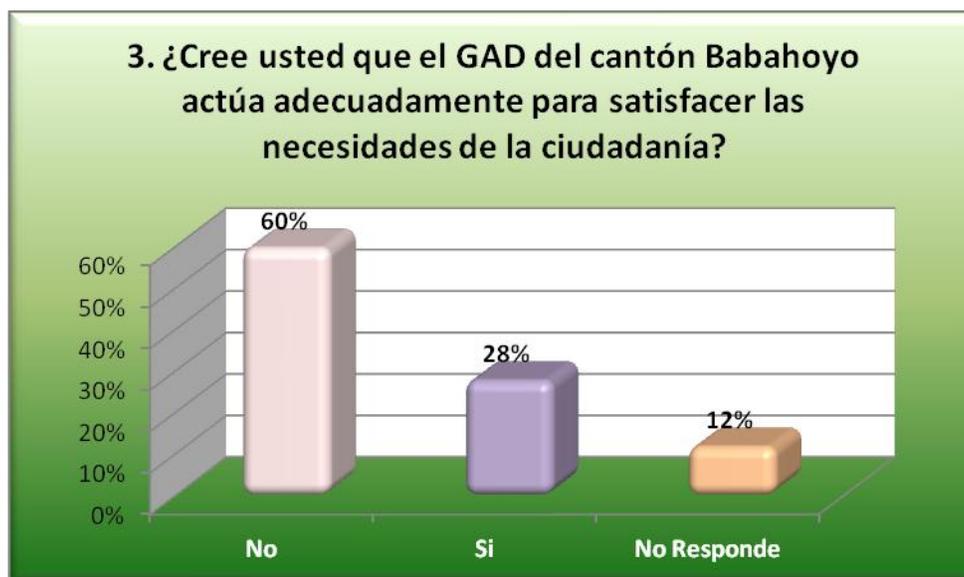
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El campo de la educación como el de la construcción vial es lo que llama la atención a los miembros de la comunidad encuestados, dejando de lado el tema salud, que es igual de importante, pero no lo relacionan con el GAD de Babahoyo.

3. ¿Cree usted que el GAD del cantón Babahoyo actúa adecuadamente para satisfacer las necesidades de la ciudadanía?

	Número	Porcentaje
No	229	60%
Si	107	28%
No Responde	46	12%
	382	



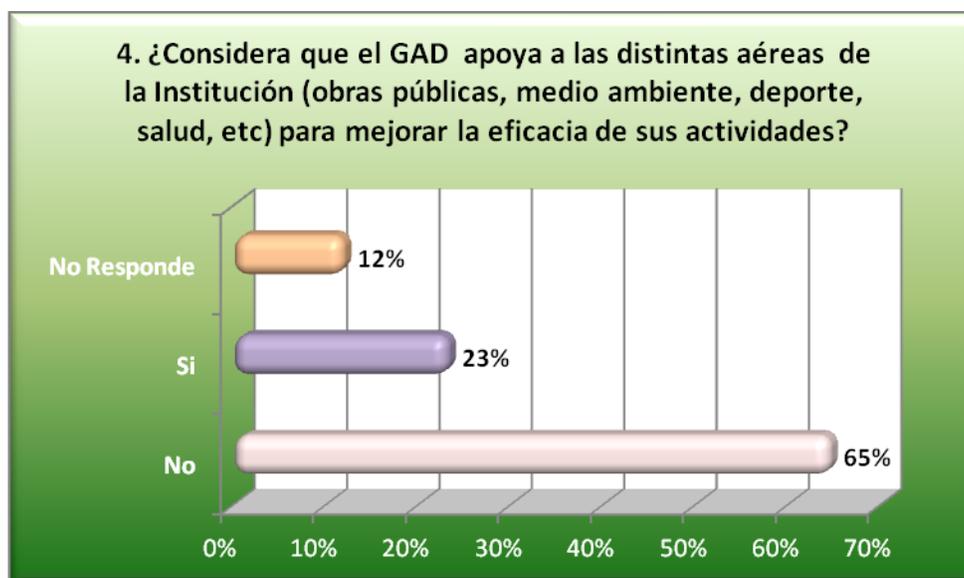
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un número importante de encuestados responde negativamente sobre la gestión del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo. No sienten el apoyo por parte de esta Institución Gubernamental y no consideran que sus necesidades han sido satisfechas de forma contundente.

4. ¿Considera que el GAD apoya a las distintas áreas de la Institución (obras públicas, medio ambiente, deporte, salud, etc) para mejorar la eficacia de sus actividades?

	Número	Porcentaje
No	248	65%
Si	88	23%
No Responde	46	12%
	382	



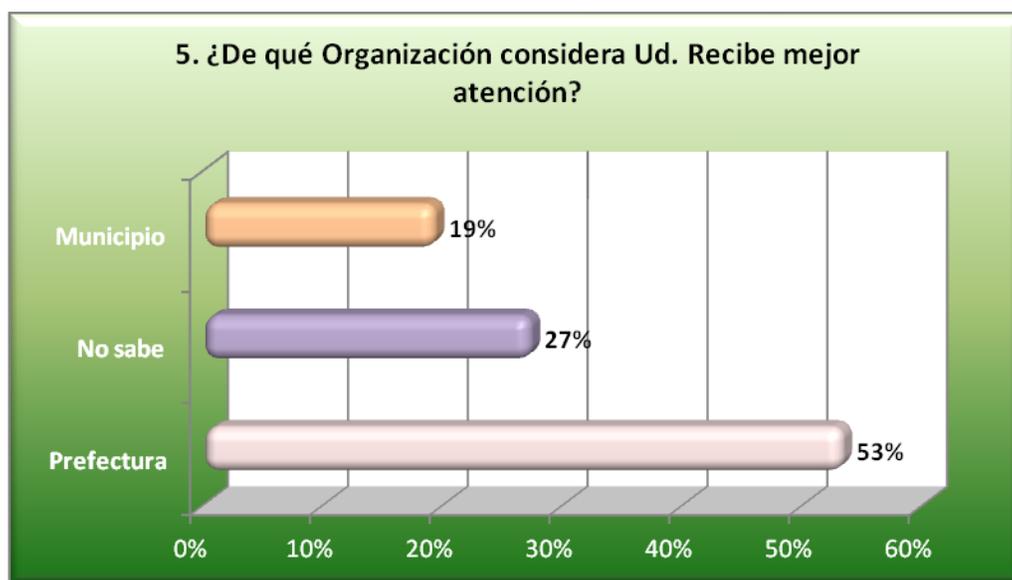
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANALISIS E INTERPRETACIÓN

De la encuesta realizada se pudo observar que la comunidad no avizora un ambiente de apoyo interno en el GAD de Babahoyo pues el 65% de los encuestadas respondió negativamente a la pregunta realizada, mientras que sólo el 35% considera que el GAD de Babahoyo si apoya a las diversas áreas departamentales y el 12% prefirió no contestar a la consulta realizada.

5. ¿De qué Organización considera Ud. Recibe mejor atención?

	Número	Porcentaje
Prefectura	202	53%
No sabe	103	27%
Municipio	73	19%
	382	



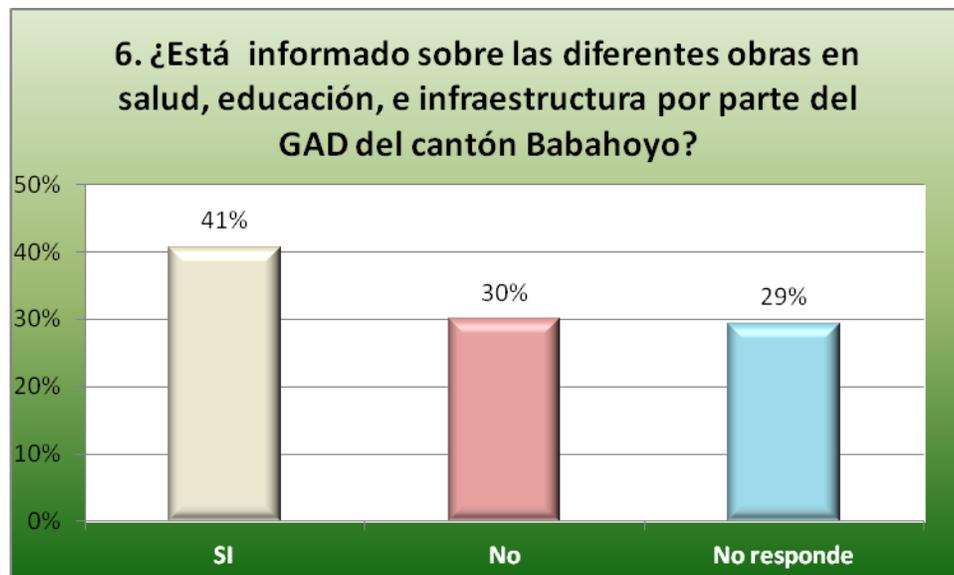
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANALISIS E INTERPRETACIÓN

La mayoría del segmento encuestado considera que las obras en construcción forman parte del gobierno seccional, manifiestan que no existe identificación del gestor de la obra.

6. ¿Está informado sobre las diferentes obras en salud, educación, e infraestructura por parte del GAD del cantón Babahoyo? (Si responde no pase a la pregunta 9)

	Número	Porcentaje
SI	157	41%
No	115	30%
No responde	111	29%
	382	



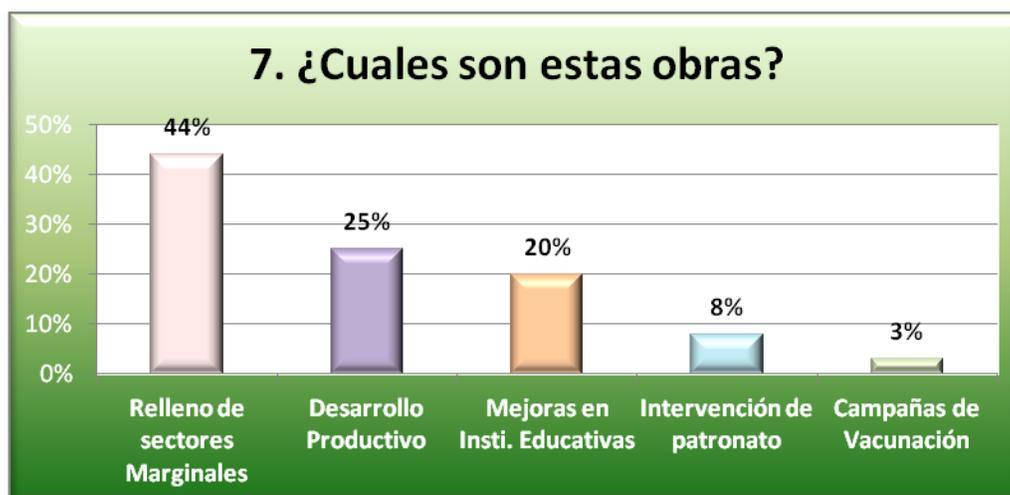
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Existe un equilibrio entre las respuestas a las preguntas, se debe específicamente a los sectores donde en realidad sí ha llegado la campaña que generalmente es en los sitios cercanos a la urbe.

7. ¿Cuales son estas obras?

	Número	Porcentaje
Relleno de sectores Marginales	69	44%
Desarrollo Productivo	39	25%
Mejoras en Instituciones Educativas	31	20%
Intervención de patronato	13	8%
Campañas de Vacunación	5	3%
	157	



ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La obra sobre la cual la ciudadanía manifestó tener un conocimiento más claro tuvo que ver con el relleno de los sectores marginales de Babahoyo, precisamente por ser una obra visible, que va de la mano con la presentación de proyectos productivos en los mismos sectores.

8. ¿En qué medio de Comunicación escuchó sobre estas obras?

	Número	Porcentaje
Vallas publicitarias	52	33%
Prensa	41	26%
Televisión	39	25%
Radio	25	16%
	157	



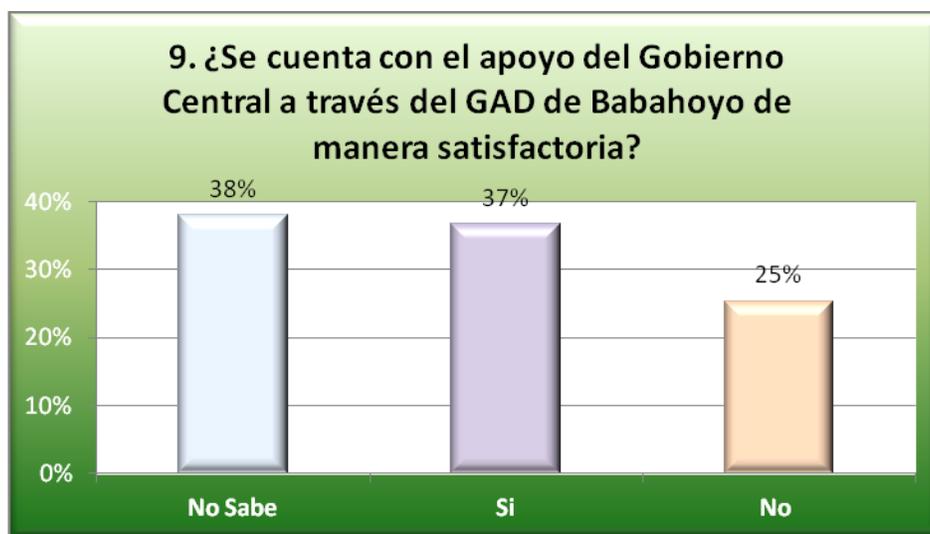
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Una vez realizada la encuesta se pudo observar que de las personas que saben de algunas obras realizadas por la municipalidad de Babahoyo han tenido como principal fuente de información las vallas publicitarias en las zonas de intervención, luego el Periódico El Clarín y también algo en avisos televisivos.

9. ¿Se cuenta con el apoyo del Gobierno Central a través del GAD de Babahoyo de manera satisfactoria?

	Número	Porcentaje
No Sabe	145	38%
Si	141	37%
No	96	25%
	382	



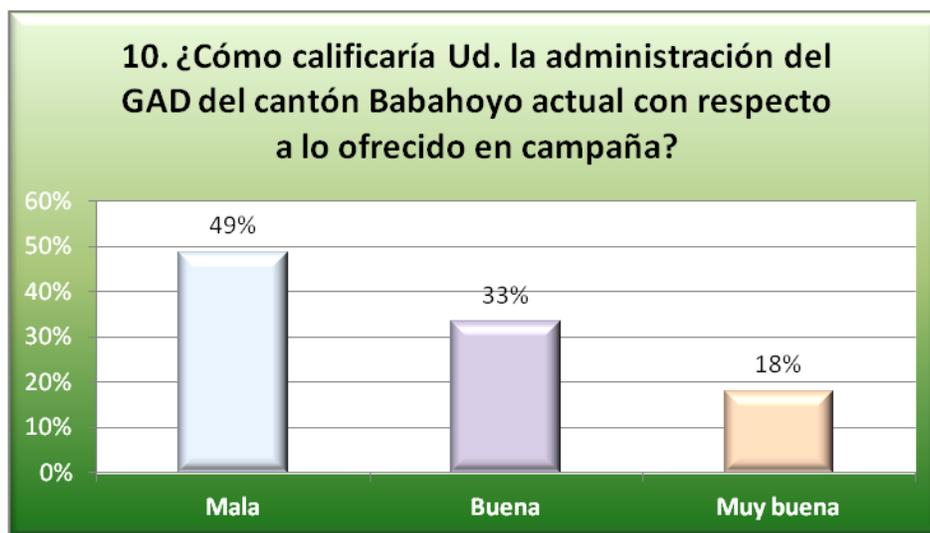
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

A diferencia de los períodos anteriores, las comunidades saben o no perciben un mayor apoyo a través del GAD de Babahoyo por parte del Gobierno Central ya que el 63% de los encuestados no sabe o no considera que sea así, mientras que tan sólo el 37% considera que si hay mayor apoyo.

10. ¿Cómo calificaría Ud. la administración del GAD del cantón Babahoyo actual con respecto a lo ofrecido en campaña?

	Número	Porcentaje
Mala	187	49%
Buena	126	33%
Muy buena	69	18%
	382	



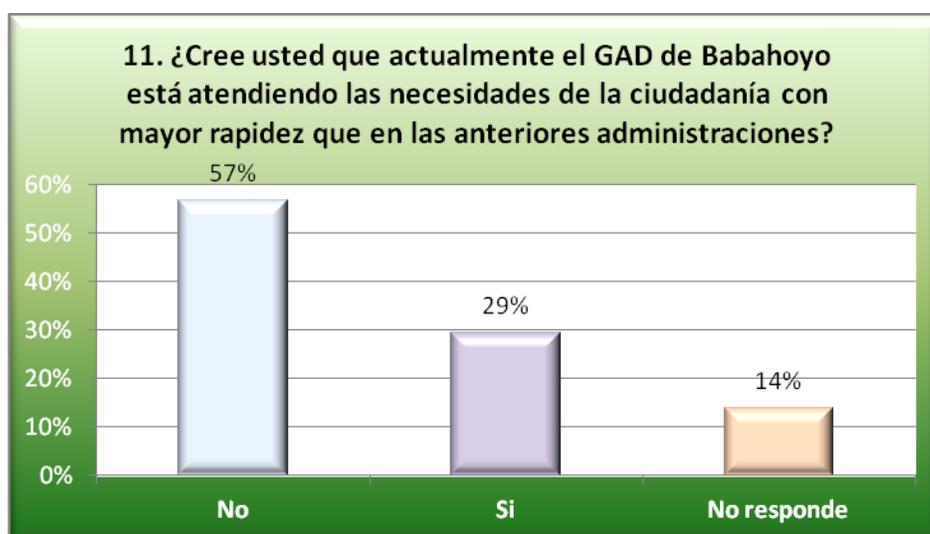
ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La comunidad no califica como eficiente las obras del GAD de Babahoyo, en un número considerable cree que no es buena la gestión. Lo cual es principalmente por falta de conocimiento sobre el trabajo de la administración y el papel que desempeña en el desarrollo del cantón.

11. ¿Cree usted que actualmente el GAD de Babahoyo está atendiendo las necesidades de la ciudadanía con mayor rapidez que en las anteriores administraciones?

	Número	Porcentaje
No	218	57%
Si	111	29%
No responde	53	14%
	382	



ELABORADO POR LAS AUTORAS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las respuestas obtenidas de la pregunta indican que hay un claro indicador de que la ciudadanía no percibe mejoras en el servicio municipal en cuanto a la satisfacción de necesidades por parte de la comunidad, y que no existe una intervención directa en los territorios por parte del GAD Babahoyo.

2.4. Conclusión General de la Encuesta

Se realizó una encuesta de fácil entendimiento para los encuestados, de corta duración y además anónima, lo que ayudó a la mayor colaboración y principalmente sinceridad en cada una de las respuestas, y los resultados fueron los siguientes:

- Las personas tomadas en cuenta como muestra en la encuesta realizada mostraron que no tienen un conocimiento cierto acerca de la gestión realizada por la actual administración municipal y las obras que se llevan a cabo dentro del cantón.
- Existe una percepción de un GAD de Babahoyo distante de las comunidades sin que haya un nexo directo entre la administración y la ciudadanía.
- Mediante la realización del estudio de las encuestas se pudo observar que la ciudadanía no tiene claro que institución desarrolla las obras en el cantón, generando confusión si son obras de la prefectura, municipio o gobierno central.
- Es importante destacar que actualmente la ciudadanía considera que aun existe una gran brecha entre las necesidades básicas insatisfechas de la población y las obras realizadas por el GAD de Babahoyo.

Por lo expuesto se considera necesaria la realización de un plan comunicacional de obras del GAD de Babahoyo para dar a conocer la gestión realizada por el Municipio.

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1. Descripción de la Propuesta

La propuesta que se plantea en la presente tesis, parte de la necesidad de llevar la información concreta de las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo hacia la ciudadanía en general. Para esto revisamos la importancia del objetivo general que busca:

Diseñar un plan de marketing estratégico para dar a conocer a la ciudadanía las obras del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo en la provincia de Los Ríos.

Para cumplir con este objetivo se plantea la creación de un Plan de Marketing Estratégico para la Difusión de las Obras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, el cual estará compuesto de 6 herramientas comunicacionales lo que optimizará la transmisión de información de la acción de la actual administración.

Esta propuesta nace como una respuesta a los problemas comunicacionales que se pudo identificar que existen, mediante la investigación y levantamiento de información planteados en el capítulo II de la presente tesis.

Se define una mezcla de mercadotecnia enfocada en los productos que se pretende entregar como herramientas comunicacionales.

MARKETING MIX	
Producto	El producto que el presente proyecto entrega está basado en un conjunto de herramientas comunicacionales que buscan transmitir a la ciudadanía del cantón Babahoyo la información de obras que realiza el GAD del cantón. Para lo cual se ha desarrollado un Periódico o Publicación mensual que detalla el desarrollo de la administración municipal actual.
Plaza	Cantón Babahoyo - Provincia de Los Ríos
Precio	Gratuito
Promoción o distribución	Se estima que el Periódico será entregado de forma gratuita en las instalaciones del GAD de Babahoyo y en las redes de "canillitas" que se encuentran en las inmediaciones del Municipio

El desarrollo de la propuesta se presenta a continuación.

3.2. Desarrollo de la Propuesta

La presente propuesta ha sido elaborada luego de una amplia investigación *in situ* sobre la actual situación del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo con respecto al acercamiento con los ciudadanos, y sus magnos deseos de establecer una relación más directa y abierta con ellos, de manera que los niveles de interacción se sitúen en lugares óptimos, lo cual se mejorará mediante la implementación de una herramienta de mercadotecnia que se presenta en la propuesta que se plantea a continuación.

Consta de 6 herramientas de comunicación a implementar dentro del plan de marketing que permitirán:

- Informar a la comunidad sobre la labor realizada y por realizar por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

- Dialogar con los ciudadanos de manera personal y directa.
- Informar sobre los procesos de atención a la ciudadanía en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo y hacer públicos tales procedimientos.
- Transparentar el trabajo de la institución.
- Mejorar y mantener en nivel alto la credibilidad de la ciudadanía hacia el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

A continuación se presentan las 6 herramientas a ejecutar:

A. Creación de un Periódico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo

Es muy importante dar a conocer a la ciudadanía en general todas las actividades que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo realiza y que se manifiestan en un constante mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes del cantón.

Es así que se ha estimado necesario dotar a la ciudadanía de un medio escrito de información que resuma de forma concreta y directa la acción del Municipio y su injerencia en la población.

Así surge la iniciativa de la creación de un Periódico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, que será de circulación gratuita y emisión mensual, donde se pondrá a consideración de la ciudadanía las actividades que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo ha realizado, y además le permitirá mantener un archivo que muestre de forma ordenada la manera en la cual el

Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo desarrolla su trabajo, según el plan operativo que se planteó a inicios del período.

La estructura del Periódico permitirá que los distintos departamentos que forman parte del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo emitan sus informes de actividades mensuales y planes continuos de acción para mantener a la población informada del trabajo que se realiza por parte de los departamentos del Municipio.

Además se presenta una forma de financiamiento privado mediante la venta de espacios publicitarios dentro del periódico, que permitirán que la emisión no tenga un costo para el municipio, sino que se presente una figura de autogestión.

En cuanto al nombre, las secciones y el diseño que presentará el periódico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo se presentan algunas opciones que deberán ser analizadas profundamente, de manera que la selección que se haga, cumpla con los objetivos esperados.

- *Nombre del Periódico: será definido en sesión de concejo cantonal en coordinación con la Alcaldesa y los concejales, a continuación se presentan algunas opciones basada en un sondeo a 30 personas sobre sus preferencias en cuanto el nombre tentativo. Y el que mayor aceptación tubo fue: El Municipio Informa*

-  Info Babahoyo
-  Nuestro Informativo
-  Fluminense
-  Transparencia
-  El Municipio Informa

- *Secciones:*

Sección	Subtemas a tratar
Portada	Titulares
Mensaje de la Alcaldía	A convenir
Calendario de GAD Babahoyo	Ferias, Meetings Informativos, Talleres, otros.
Obras Públicas	Plan de Obras
	Obras Ejecutadas
	Obras por ejecutar
Ayuda Social	Educación
	Salud
	Seguridad
Economía	Trabajo
	Comercio
	Agronomía
	Turismo
Entretenimiento – Deportes - Sociales	Notas Varias
Auspiciantes	Avisos Clasificados
	Publicidad Varia
Cifras	Inversiones - Contratos

- *Diseño*

El propósito del periódico es proporcionar información detallada para los ciudadanos del cantón Babahoyo y los ecuatorianos en general. El periódico

constituirá un buen método de mercadotecnia comunicacional para las diversas actividades de la institución, además de otorgar credibilidad y afianzar la imagen del Municipio con los fluminenses.

El título de cada artículo es una parte importante del periódico y deberá ser pensado con detenimiento. Debe representar fielmente y con pocas palabras el contenido del artículo y despertar el interés del público por leerlo. Se escribirá primero el título, de esta manera, el título ayudará a desarrollar el artículo centrado en este punto. La página principal, será la única página que no estará disponible para pautar publicidad, debido a que esta es la página que deberá captar la atención del ciudadano con noticias de interés.

Las páginas interna y posterior si estarán abiertas a recibir publicidad. Se determinará un número de espacios publicitarios fijo, así como también un precio fijo por contratar los mismos de manera que cubra el total de gastos operativos y de emisión del periódico.

Es importante recordar que este periódico es sin fines de lucro, cualquier excedente deberá ser desviado a alguna labor social, la cual será previamente comunicada a la ciudadanía.

Por otra parte se abrirá un espacio de avisos clasificados gratuitos, los cuales deberán respetar un número determinado de letras, diseño y tamaño, para ser equitativo con todos los que aquí participen.

Podemos revisar un bosquejo de las secciones del diario en Anexos.

- *Tiraje y periodicidad:*

Se determinará un tiraje de 5.000 ejemplares al mes, impresos en papel periódico a color. Será necesaria la licitación de la imprenta que se encargará de emitir el periódico mensualmente.

El tiraje podrá aumentar a medida que se vaya ganando aceptación en la ciudadanía y los precios de la publicidad puedan ubicarse en otro nivel.

- *Costo y Precio*

El costo de elaboración del Periódico se determinará una vez hechas las respectivas licitaciones con las imprentas, además se deberá estudiar el costo operacional para la elaboración y logística del mismo, para el desarrollo de la tesis hemos planteado un valor tentativo aproximado que está sujeto a la aprobación mediante licitación en el sistema de compras públicas.

Los costos operacionales (Ver estudio financiero en el punto 3.3.1) cuentan con el un presupuesto asignado para este rubor los responsables son los funcionarios que ya laboran en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

El periódico se entregará de manera gratuita en centros de distribución estratégicos que serán analizados y seleccionados de manera previa. El costo de elaboración del periódico estará apalancado en la venta de espacios publicitarios a proveedores del municipio.

B. Espacio de Información Radial.

Como una manera de mantener una relación interactiva entre el Municipio y la ciudadanía, se propone mantener el espacio radial semanalmente el mismo que se realiza actualmente según la necesidad de la información, el cual tratará temas de actualidad y servirá como un termómetro que medirá el impacto que tienen los proyectos y las políticas aplicadas por el Municipio en la sociedad.

Este espacio radial buscará ser un canal de retroalimentación de la percepción de la población sobre la alcaldesa y su equipo de trabajo.

- *Nombre del Espacio Radial: se realizó un sondeo a 30 personas sobre el nombre del espacio radial, del cual se obtuvo:*

 La hora Municipal como el nombre más deseado por los encuestados.

- *Duración:*

La duración del programa será de máximo 1 hora, incluyendo el tiempo de aparición de las cuñas radiales.

El valor de las cuñas será determinado y cobrado directamente por la radio, el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo no percibirá ingresos ni sufrirá egresos por el espacio.

- *Temas a propuestos:*

Tema	Subtemas a tratar
Obras Públicas	Plan de Obras
	Obras Ejecutadas
	Obras por ejecutar
Ayuda Social	Educación
	Salud
	Seguridad
Economía	Trabajo
	Comercio
	Agronomía
	Turismo
Sociales	
Cifras	Inversiones - Contratos
Mensaje de la Alcaldía	A convenir
Calendario Del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo	Ferias, Informativos, Talleres, otros.

Los temas se tratarán de la siguiente manera:

- a. Por medio de preguntas directas hechas a la alcaldesa u otro funcionario del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo. La pregunta será realizada por el moderador de la radio.
- b. Por medio de preguntas telefónicas hechas por los ciudadanos.

- c. Por medio de mensajes escritos vía celular enviados por los ciudadanos.
- d. Por interés del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo de tratar un tema específico.

C. Mesas Itinerantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

Se ha podido observar que el medio más importante de comunicación con las personas es el conocido “cara a cara”, de forma personalizada o enfocada a un área o zona objetivo.

Es así que se plantea la presentación de Mesas Itinerantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo las cuales se trasladarán a los diversos sectores del cantón y permitirán tener un contacto directo con las personas que ahí habitan.

La presentación de las Mesas Itinerantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo serán en periodos quincenales y serán establecidas dependiendo de los proyectos que el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo esté desarrollando en las zonas objetivos en la cuales se desarrollarán las mesas o donde la ciudadanía requiera.

Estas mesas estarán presididas por la alcaldesa y tendrán como miembros de las mesas a los jefes departamentales del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo a los cuales les compete el desarrollo de actividades en la zona, y representantes de los sectores a los cuales se visita

Una vez instaurada la mesa se procederá a mantener un diálogo organizado entre la Municipio y la ciudadanía, así como también una exposición de las actividades

del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo que se llevan a cabo en la zona, y una socialización de proyectos a mediano y largo plazo del Municipio.

Para poder realizar de una manera organizada cada una de las visitas y con el afán de captar la asistencia e interés ciudadano, se procederá a elaborar un calendario mensual de visitas de las mesas itinerantes. Este calendario será publicado en el periódico del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, carteleras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, se lo anunciará vía radial, y con información directa a los moradores de la zona a visitar.

- *Cronograma Potencial de Visitas:*

Duración de cada una de las visitas:

Las visitas durarán aproximadamente 2 horas.

Formato:

El cronograma de las visitas tendrá un formato parecido al siguiente:

Visita 1	
Lugar:	
Fecha:	
Hora:	
Contacto:	

D. Implementación de un Call Center.



Analizados los resultados obtenidos de las encuestas, se ha podido determinar que no existe un conocimiento certero de a quien se debe dirigir la ciudadanía para expresar una queja o para realizar cualquier tipo de consultas, pues según los datos obtenidos no existe en la ciudadanía una forma clara de dirigirse

a la Municipio y menos para conocer los servicios que esta puede prestar a la población, es decir muy poco conocimiento de la institución en sí.

Es por esto que se estima indispensable la implementación de un Call Center del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, el cual permitirá a la ciudadanía obtener información personalizada basada en las necesidades individuales de la población. Permitiendo de esta manera lograr brindar una directriz al ciudadano del cantón para acceder a los trámites que tengan que hacer en el Municipio, teniendo en su mano una herramienta de comunicación de primer nivel para proceder a resolver sus necesidades e inquietudes que competen al Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

Espacio / Área:

El Call Center del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo deberá estar ubicado dentro del Municipio. El espacio no deberá ser mayor a 16 metros cuadrados.

Recurso Humano:

Será necesario un staff de trabajo mínimo de 2 personas. Estas personas deberán poseer el siguiente perfil:

- ✚ Facilidad de Palabra.
- ✚ Ser sociables.
- ✚ Ser muy pacientes.
- ✚ Ser muy amables.
- ✚ Sentido de ayuda y colaboración hacia los demás.
- ✚ Conocer el funcionamiento de las diferentes áreas del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.
- ✚ Conocer todos los trámites de los diferentes servicios del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.
- ✚ Conocer el manejo de las herramientas de Office y del sistema empleado dentro del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.
- ✚

El recurso humano del Call Center del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo reportará directamente a la persona encargada de servicio a la ciudadanía.

Equipos y herramientas:

Los equipos que se deberán proveer son:

- ✚ 2 líneas telefónicas directas.
- ✚ 2 computadoras
- ✚ 2 diademas con micrófono incorporado.
- ✚ 2 guías telefónicas.
- ✚ 2 libros con la información básica de cada departamento del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo y con los respectivos nombres y números de las personas encargadas.
- ✚ 2 bitácoras de registro periódico de llamadas recibidas y realizadas.
- ✚ Materiales varios de oficina.
- ✚ 2 modulares de computación.
- ✚ 2 sillas.
- ✚ 1 aire acondicionado.
- ✚ 1 tacho de basura.

- Inversión:

Rubro	Valor \$
Adecuación del área	500
2 líneas telefónicas directas.	0
2 Computadoras	2.000
2 diademas con micrófono incorporado.	
2 guías telefónicas.	0
2 Libros con la información básica de cada departamento del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo y con los respectivos nombres y números de las personas encargadas.	5
2 Bitácoras de registro periódico de llamadas recibidas y realizadas.	5
Materiales varios de oficina.	25
2 modulares de computación.	140
2 sillas.	70
1 aire acondicionado.	350
1 tacho de basura.	2
TOTAL	3.097

Costos Mensuales:

Rubro	Valor \$
2 Recurso Humano	600
2 líneas telefónicas directas.	50
Material de Oficina	15
TOTAL	665

El costo – beneficio con respecto al proyecto Call Center del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo es muy positivo, ya que este permitirá descongestionar el tráfico de personas y de llamadas en los diferentes departamentos, funcionará como un filtro bastante efectivo para atender al público desde sus casas u oficinas.

- Inquietudes a resolver:

El staff de trabajo del Call Center del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo deberá estar apto para tratar y ayudar con cualquier tipo de información básica y deberá tener acceso a la situación de los diferentes trámites o proyectos con respecto a la ciudadanía.

E. Creación de un Buzón de Sugerencias.



El Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, como una forma de mejorar la comunicación con la ciudadanía pondrá a

consideración de la población un buzón de sugerencias, donde se podrá depositar, de forma física, nuevas ideas provenientes de la ciudadanía que puedan ser aplicadas para la mejora de la calidad de servicios ofrecidos por el Municipio. Este servicio de sugerencias podrá ser realizado también desde la página web del Municipio, que tendrá como fin obtener propuestas e inquietudes de la ciudadanía, las cuales se tomarán en cuenta para ofrecer un servicio de excelente nivel a la población.

Será necesaria la presencia de más de un Buzón de Sugerencias. Estos estarán ubicados no sólo en el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo sino también en sectores estratégicos del cantón como en las ventanillas de pago de agua, luz y teléfono. Se calcula que podrá haber mínimo 10 buzones de sugerencias que faciliten a la ciudadanía ponerse en contacto con la institución, sin necesidad que tengan que acercarse a las oficinas.



F. Estudio y Elaboración de Procedimientos de atención a la Comunidad.

Este último punto del Plan de Comunicacional presentado es el de mayor importancia, ya que sin él, todos los esfuerzos y la inversión realizada no producirían el efecto positivo buscado.

Será de suma importancia estudiar y desarrollar un Procedimiento de atención a la Comunidad, donde se describa detalladamente la forma en que será tratada la información recopilada de las diferentes herramientas o instrumentos de interacción con los fluminenses.

Un procedimiento analizado profundamente, aceptado por la Alcaldía y su Concejo y puesto en marcha de manera oportuna, permitirá que todos los instrumentos comunicacionales y de mercadotecnia ejecutados, sean bien recibidos y aplaudidos por los ciudadanos.

El procedimiento deberá contener, entre otra, la siguiente información:

- ✚ Nombre del Procedimiento
- ✚ Fecha de elaboración
- ✚ Versión
- ✚ Objetivo
- ✚ Responsable
- ✚ Alcance
- ✚ Desarrollo
- ✚ Anexos:
 - Cronograma de implementación del plan,
 - Acciones inmediatas,
 - Plazos,
 - Inversiones iniciales/mensuales,
 - Mantenimiento.

3.3. Análisis Financiero

3.3.1. Flujo de caja proyectado

AÑOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ -	\$ 21.600,00	\$ 23.112,00	\$ 24.729,84	\$ 26.460,93	\$ 28.313,19
Ventas anuales publicidad		\$ 21.600,00	\$ 23.112,00	\$ 24.729,84	\$ 26.460,93	\$ 28.313,19
Egresos	\$ 7.382,00	\$ 21.540,00	\$ 22.290,00	\$ 23.077,50	\$ 23.904,38	\$ 24.772,59
Inversión inicial	\$ 7.382,00					
Logística y Transporte		\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00	\$ 540,00
Sueldos y Salarios		\$ 15.000,00	\$ 15.750,00	\$ 16.537,50	\$ 17.364,38	\$ 18.232,59
Costos de producción		\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
FNC	\$ (7.382,00)	\$ 60,00	\$ 822,00	\$ 1.652,34	\$ 2.556,55	\$ 3.540,60

Se ha realizado una proyección en cuanto a los ingresos provenientes de la venta de publicidad en el periódico que el GAD de Babahoyo utilizará como medio de comunicación de obras, no se ha estimado precio de venta del periódico debido a que se entregará de forma gratuita y los recursos obtenidos por medio de la venta de la publicidad están orientados al sostenimiento operativo de la publicación y no a la generación de utilidad pues no es el fin a obtener con la aplicación del presente plan comunicacional. Sólo se ha realizado proyección del periódico municipal por que es sólo esta herramienta la genera un retorno económico por venta de publicidad para su mantenimiento operativo.

3.3.2. Calculo del VAN, PRI Y TIR

Tasa tiempo	FORMULA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO NETO DE CAJA		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL NETO
			PERIODO	FLUJO		
12%		1	0	\$ (7.382,00)	1	\$ (7.382,00)
5 años		0,8928	1	\$ 60,00	0,8928	\$ 53,57
		0,7971	2	\$ 822,00	0,7971	\$ 655,22
		0,7117	3	\$ 1.652,34	0,7117	\$ 1.175,97
		0,6365	4	\$ 2.556,55	0,6365	\$ 1.627,25
		0,5674	5	\$ 3.540,60	0,5674	\$ 2.008,94

\$ (1.861,06)

VALOR ACTUAL NETO	\$ (1.861,06)
TASA INTERNA DE RETORNO	4%
RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN	AÑO 5

3.3.3. Definición de Costos

Descripción Inversión Inicial	Total
Computador completo	\$ 1.250,00
Impresora Multifunción	\$ 195,00
Muebles de oficina	\$ 2.200,00
Equipos y enseres de oficina	\$ 640,00
Call Center	\$ 3.097,00
INVERSIÓN INICIAL	\$ 7.382,00

AÑO 1

Costos unitarios de producción	\$ 0,10
Tiraje mensual	5000 ejemplares
Costo total de producción mensual	\$ 500,00
Costo total de producción anual	\$ 6.000,00

AÑO 2

Costos unitarios de producción	\$ 0,10
Tiraje mensual	5000 ejemplares
Costo total de producción mensual	\$ 500,00
Costo total de producción anual	\$ 6.000,00

AÑO 3

Costos unitarios de producción	\$ 0,10
Tiraje mensual	5000 ejemplares
Costo total de producción mensual	\$ 500,00
Costo total de producción anual	\$ 6.000,00

AÑO 4

Costos unitarios de producción	\$ 0,10
Tiraje mensual	5000 ejemplares
Costo total de producción mensual	\$ 500,00
Costo total de producción anual	\$ 6.000,00

AÑO 5

Costos unitarios de producción	\$ 0,10
Tiraje mensual	5000 ejemplares
Costo total de producción mensual	\$ 500,00
Costo total de producción anual	\$ 6.000,00

Editorialista - Redactor	\$	550,00
Diseñador	\$	400,00
Reportero	\$	300,00
Total sueldos y salarios mensuales	\$	1.250,00
Total sueldos y salarios anuales	\$	15.000,00

Logística y transporte mensual	\$	45,00
Logística y transporte anual	\$	540,00

3.3.4. Ingresos - Auspicios

ESPACIOS PUBLICITARIOS	NÚMERO	PRECIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 1
PAGINA ENTERA	2	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
MEDIA PAGINA	4	\$ 150,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
UN CUARTO DE PAGINA	8	\$ 100,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00
			\$ 1.800,00	\$ 21.600,00

ESPACIOS PUBLICITARIOS	NÚMERO	PRECIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 2
PAGINA ENTERA	2	\$ 214,00	\$ 428,00	\$ 5.136,00
MEDIA PAGINA	4	\$ 160,50	\$ 642,00	\$ 7.704,00
UN CUARTO DE PAGINA	8	\$ 107,00	\$ 856,00	\$ 10.272,00
			\$ 1.926,00	\$ 23.112,00

ESPACIOS PUBLICITARIOS	NÚMERO	PRECIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 3
PAGINA ENTERA	2	\$ 228,98	\$ 457,96	\$ 5.495,52
MEDIA PAGINA	4	\$ 171,74	\$ 686,94	\$ 8.243,28
UN CUARTO DE PAGINA	8	\$ 114,49	\$ 915,92	\$ 10.991,04
			\$ 2.060,82	\$ 24.729,84

Plan de Marketing Estratégico para la difusión de las obras del Gobierno Autónomo
Descentralizado del Cantón Babahoyo en la Provincia de Los Ríos

ESPACIOS PUBLICITARIOS	NÚMERO	PRECIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 4
PAGINA ENTERA	2	\$ 245,01	\$ 490,02	\$ 5.880,21
MEDIA PAGINA	4	\$ 183,76	\$ 735,03	\$ 8.820,31
UN CUARTO DE PAGINA	8	\$ 122,50	\$ 980,03	\$ 11.760,41
			\$ 2.205,08	\$ 26.460,93

ESPACIOS PUBLICITARIOS	NÚMERO	PRECIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL AÑO 5
PAGINA ENTERA	2	\$ 262,16	\$ 524,32	\$ 6.291,82
MEDIA PAGINA	4	\$ 196,62	\$ 786,48	\$ 9.437,73
UN CUARTO DE PAGINA	8	\$ 131,08	\$ 1.048,64	\$ 12.583,64
			\$ 2.359,43	\$ 28.313,19

4. CONCLUSIONES

El flujo correcto y libre, de información real y de interés para la ciudadanía en general, elevará los niveles de credibilidad y transparencia del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo hacia los ciudadanos, además que permitirá formar una relación o interacción mucho más productiva y beneficiosa para ambos.

El Plan de Marketing Estratégico para la Difusión de las Obras del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, elaborado luego de una auditoría de comunicación, otorgará a la Municipio de Babahoyo la herramienta valedera que optimizará su relación con los ciudadanos. Una ciudadanía participativa, con voz dentro de la institución, elevará los niveles de credibilidad, y dará mayor sustento a los trabajos propuestos y ejecutados por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.

De mantenerse el estado actual, en lo que respecta a la percepción ciudadana hacia GAD Babahoyo, se provocará un bloqueo del desarrollo ordenado del cantón, y creará sentimientos de bajo nivel de credibilidad en cada una de las acciones de la institución, atentando de esta manera a la gobernabilidad como uno de los factores importantes en los “Objetivos del Milenio”.

Será importante analizar el modelo propuesto y aplicarlo en el corto plazo, de manera que se pueda hacer uso de este durante la mayor parte del periodo administrativo de los actuales funcionarios.

5. RECOMENDACIONES:

Antes de aplicar el presente modelo se sugiere:

1. Estudiar la propuesta a profundidad.
2. Cotizar nuevamente el valor de los ítems requeridos.
3. Revisar la situación presupuestaria del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.
4. Analizar las diferentes formas de ahorrar costos sin perturbar el correcto funcionamiento de la propuesta.
5. Realizar una base de datos de potenciales empresas privadas auspiciantes.
6. Compromiso formal de todo el recurso humano del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo, desde el nivel más bajo hasta la alcaldesa, para poner en marcha la propuesta y solucionar la situación comunicacional actual que tiene la institución con los ciudadanos, respetando a cabalidad cada uno de los procedimientos a ejecutarse.

6. BIBLIOGRAFÍA

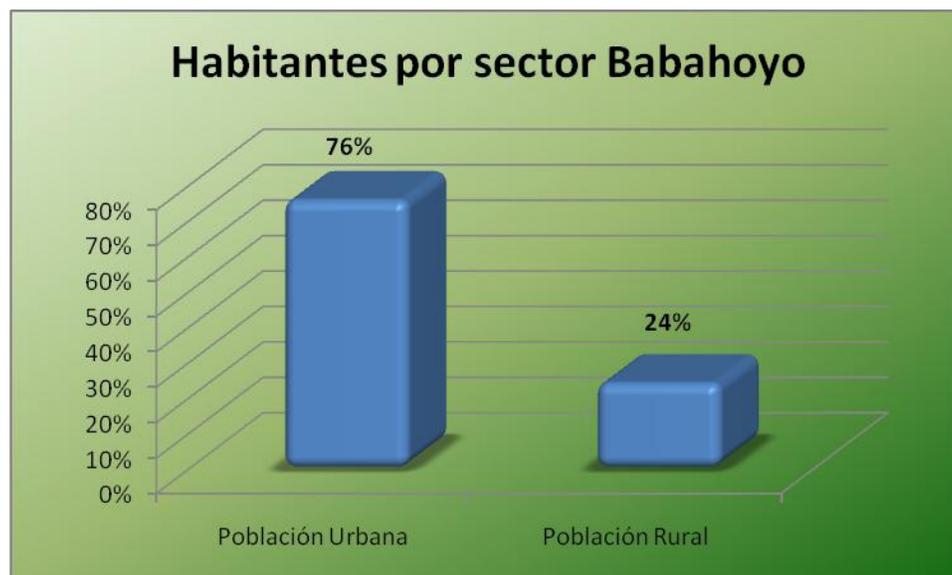
1. REINOSO, V. A. El Proceso Administrativo y su aplicación en las empresas. Editorial EPF. Quito Ecuador. 1984.
2. Paradigmas de la Planificación de Luis Boniga.
3. LAMBIN Jean-Jacques. Marketing Estratégico Editorial McGraw-Hill. 1995.
4. LAMBIN Jean-Jacques. Marketing Estratégico Editorial McGraw-Hill. 2003.
5. Elementos de muestreo Scheaffer, 1989.
6. PHILIP Kotler, Dirección de mercadotecnia octava edición 2003
7. STANTON, ETZEL Y WALTER, Fundamentos de Marketing, Edición Número Once, 2000.
8. KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary Fundamentos de Marketing, Sexta edición 2003
9. Marketing Conceptos y estrategias – Miguel Santesmastes
10. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>
11. [www.gestiopolis.com/5fuerzas porter](http://www.gestiopolis.com/5fuerzas-porter)
12. Fundamentos de administración. www.infopymes.com
13. [Wikilearnigs.com/administración de empresas y negocios](http://Wikilearnigs.com/administración-de-empresas-y-negocios)

7. ANEXOS

7.1. Impacto Social

Actualmente el cantón Babahoyo tiene una densidad poblacional proyectada al 2011 por el INEC de 153.776 habitantes cuya distribución en el cantón se muestra a continuación:

	Habitantes	Porcentaje
Población Urbana	116.870	76%
Población Rural	36.970	24%
Tota habitantes	153.776	



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Investigadoras

De esto podemos decir que tenemos un nivel de impacto directo sobre 116.870 habitantes en la zona urbana y 36.970 en la zona rural, de donde podemos

mencionar que se requieren mecanismos que permitan llegar a zonas rurales del cantón para la correcta difusión de obras de la administración actual.

Por otro lado debemos mencionar la importancia de la equidad de género en el impacto social de la aplicación de la presente propuesta, para ellos hemos podido identificar lo que se indica a continuación:

	Habitantes	Porcentaje
Hombres	78.426	51%
Mujeres	75.350	49%
	153.776	



Fuente: INEC 2010

Elaborado por: Investigadoras

Como se puede observar en Babahoyo existe un 51% de la población total con género masculino y un 49% con género femenino, y bajo estos porcentajes de participación se tomarán en cuenta las personas a ser consultadas en el estudio a realizar a la ciudadanía de la gestión realizada por el Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Babahoyo.

7.2. Encuesta

1. ¿Conoce el plan de obras de la alcaldesa de Babahoyo?

SI

NO

2. ¿Qué área de atención cree usted que es responsabilidad del Gobierno
Autónomo Descentralizado de Babahoyo?

SALUD

EDUCACION

C. VIAL

NO CONTESTA

3. ¿Cree usted que el GAD del cantón Babahoyo actúa adecuadamente para
satisfacer las necesidades de la ciudadanía?

SI

NO

NO RESPONDE

4. Considera que el GAD apoya a las distintas áreas de la Institución (obras
publicas, medio ambiente, deporte, salud, etc) para mejorar la eficacia de
sus actividades?

SI

NO

NO RESPONDE

5. ¿De que Organización considera Ud. Recibe mejor atención?

GAD de Babahoyo

Prefectura

No Contesta

6. ¿Esta informado sobre las diferentes obras en salud, educación, e
infraestructura por parte del GAD del cantón Babahoyo?

SI

NO

NO RESPONDE

(SI RESPONDIO NO PASE A LA PREGUNTA 9)

7.- ¿Cuales son estas obras?

Mejoras en Instituciones Educativas

Campaña de Vacunación

Relleno en sectores marginales

Otras Cuales? _____

8.- ¿En que medio de Comunicación escucho sobre estas obras?

Radio

Prensa

Vallas Publicitarias

Otra Cual? _____

9.-¿Cree Ud. Que hay apoyo y trabajo coordinado entre el Gobierno Central
con el GAD de Babahoyo de manera satisfactoria?

SI

NO

NO RESPONDE

10.-¿Como calificaría Ud. la administración del GAD del cantón Babahoyo actual con respecto a lo ofrecido en campaña?

Muy Buena

Buena

Mala

11.-¿Cree usted que actualmente el GAD de Babahoyo está atendiendo las necesidades de la ciudadanía con mayor rapidez que en las anteriores administraciones?

SI

NO

NO RESPONDE

7.3. Selección de la muestra

Para el desarrollo de la fórmula estadística de segmentación del mercado objetivo se han tenido que tomar en cuenta los siguientes puntos, que han permitido el desarrollo del levantamiento de la información.

n=	Muestra
N=	Población de Babahoyo
p=	Probabilidad de que el evento ocurra 50%
	Probabilidad de que el evento no ocurra
q=	50%
Z=	Nivel de significancia 95%
e=	Error de estimación

En donde:

n=	?
N=	157.776
P=	0,5
q=	0,5
z=	1,95
e=	0,05

De donde tenemos:

n= 382 personas a encuestar

7.4. Cronograma de Aplicación de Herramientas – Plan de Marketing

HERRAMIENTAS	Primer Cuatrimestre		Segundo Cuatrimestre		Tercer Cuatrimestre		Cuarto Cuatrimestre	
A. Creación de un Diario del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo						X		X
B. Espacio de Información Radial.	X		X			X		X
C. Mesas Itinerantes del Gobierno Autónomo Descentralizado de Babahoyo.			X			X		X
E. Creación de un Buzón de Sugerencias.			X			X		X
D. Implementación de un Call Center.			X			X		X
F. Estudio y Elaboración de Procedimientos de atención a la Comunidad.		X		X		X		X

7.5. Bosquejo del Periódico Municipal

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DE BABAHOYO		
 TITURALES	 Ilustre Municipalidad de Babahoyo	Volumen 1, nº 1 
Noticia Principal:	Mensaje de la Alcaldesa	
Noticia Secundaria:		
Noticia Social:		
Noticia Agropecuaria:		
Noticia Obras Públicas:		
Noticia Económica:		
Noticia Deportiva:		
FRASE CÉLEBRE	Municipio	
	Director	
	Productor	
	Editor	
	Diseño	
	Reportero 1	
	Reportero 2	
	Reportero 3	
	Dirección: General Barón y Olmedo Telf: 05 27 37 603-05 27 37 604 Www.babahoyo.gob.ec	

NUESTRA COMUNIDAD



TITULO PRINCIPAL

Título Secundario



OBRAS PÚBLICAS

TITULO PRINCIPAL



Título Secundario



Título Secundario



Título Secundario

NUESTRO AGRO

TITULO PRINCIPAL



Titulo Secundario

AUSPICIANTES



DEPORTES



Titulo Principal

Titulo Secundario



Titulo Secundario

CIFRAS

TITULO PRINCIPAL



EL MUNICIPIO INFORMA

PERIODICO COMUNITARIO DEL CANTÓN BABAHYO EDICIÓN ABRIL DEL 2012



Mensaje de la Alcaldesa

Mi compromiso como alcaldesa es darles a conocer mediante nuestro periodico municipal al pueblo informarse de nuestros proyectos, obras y acontecimientos generados en nuestros proyectos, obras y acontecimientos generados en nuestro querido Babahoyo recuerda que cada vez estaremos mas cerca de ti.



Titulares

Inundación se 'tragó' casas en vía de Babahoyo

La ciudad de los ríos Catemba, Cierentia, San Pablo y los Itienes La Chorrera y Lagarto no esta suca problemas a los habitantes de varias sectores de Babahoyo, que a cientos de viviendas que circulan con sus vehículos por la vía Quevedo-Babahoyo Guapapili, así como otras secundarias.

Brigadas médicas siguen atendiendo estudiantes afectados por invierno
Atención responsablemente ante las escuelas que deja la actual estación invernal, la Alcaldía de Babahoyo, liderada por Khelá Chávez.

Iróna Campaña Municipal "MI ESCUELA MÁS LIMPIA"
Mediante una rueda de prensa funcionarios del Gobierno Municipal de Babahoyo, junto a directivo del MSP, S.A.E.M.

Más de 12 mil hectáreas de cultivos están bajo el Agua de los Ríos

Activa Participación de alcaldesa Chávez en marcha de apoyo al presidente

El Ministro de Turismo Visita Casa de Orinda en Babahoyo

Niños de la escuela Deportiva Municipal Ganadores del Torneo Diario del Universo

Gobierno Autonomo Descentralizado de Babahoyo

BRIGADAS MEDICAS SIGEN ATENDIENDO AFECTADOS POR INVIERNO



INUNDACION SETRAGO CARROS ENVIA BABAHYO



ACTIVA PARTICIPACIÓN DE ALCALDESA CHÁVEZ EN MARCHA DE APOYO AL PRESIDENTE.



MAS DE 12 MIL HECTAREAS DE CULTIVOS ESTAN BAJO EL AGUA DE LOS RIOS



NIÑOS DE LA ESCUELA DEPORTIVA MUNICIPAL GANADORES DEL TORNEO DIARIO EL UNIVERSO



CONSTRUCCION DEL TERMINAL TERRESTRE



ALCALDESA VISITA MÁS CAMPESINOS PARA DESVÍAR DE GRACIA
"La Alcaldesa Chávez acompañó en una visita, educativa, trabajo y apoyo social a los campesinos en un momento crítico del cultivo, con el apoyo de un equipo de técnicos, quienes realizaron un diagnóstico, diagnóstico y recomendaciones, fortaleciendo también el apoyo a los productores campesinos."

ALCALDESA RECIBE PLANOS PARA CONSTRUCCIÓN DEL ECU – 911

Como parte de los compromisos adquiridos en días anteriores con el Ministro del Interior, la Alcaldesa Kharia Chávez recibió al vicealmirante, Luis Yépez, coordinador de la implantación de Centros Tecnológicos de Seguridad, para la entrega de los planos de la construcción del SIS- ECU 911, con el propósito de reducir los actos de violencia.

El centro integrado de seguridad será de tres pisos, en un terreno municipal ubicado en la "Lotización Zúñiga" con 7.400 metros cuadrados y 2.500 de construcción, se iniciará desde el próximo mes de mayo, se complementará con áreas verdes, parqueaderos y un helipuerto en la parte superior del edificio. Se contará con sistema de rastreo satelital, capaz de localizar a quienes llamen al 911, incluso con un teléfono celular, logrando determinar el lugar exacto desde donde se genera la llamada de emergencia, además tendrá mapas de riesgos en cuanto a inundaciones respecta que aportará al análisis y prevención.

El edificio del ECU-911 que se construirá en la ciudad forma parte de los 16 a nivel nacional, integrará a la Policía, tránsito, Fuerzas Armadas, salud, Bomberos y otorgar a la ciudadanía una respuesta a cualquier situación de emergencia. Al respecto, el vicealmirante Luis Yépez, coordinador de la implantación de Centros Tecnológicos, sostuvo que si se cumplen los parámetros establecidos, en diciembre de 2012 concluirá la obra.



Con la demolición de viejas estructuras es como iniciaron los trabajos de regeneración de la calle Martín Ycaza, tramo avenida Malecón y General Barona, cuya reconfiguración costea los \$48.110 dólares y contribuye al embellecimiento de la urbe.

Los trabajos de mejoramiento que consisten en remodelación de aceras, adoquinamiento de vía, ampliación de calle, reducción de parterre, reconfiguración de bordillos, colocación de nuevos sumideros, arborización, e iluminación, avanzan visiblemente teniendo levantado los bordillos, cunetas y márgenes del parterre.

Los ciudadanos en general manifiestan su satisfacción por la obra emprendida por la Municipalidad, que encamina a Babahoyo a desarrollo.

Se Aprende a Amar Amando
LA CASA DE LA FLOR
Fundada el 6 de Octubre de 1982

**Celebraciones Especiales,
Matrimonios, Cumpleaños,
Quinceañeras, Bautizos, etc.**

Asesoramiento Profesional Gratuito con
Flores de Sierra y Tropicales.
Con bases decorativas. Entregas a Domicilio

10 de Agosto y Rocafuerte
Telf.: 273 0711 - Cel.: 09-9368776
Babahoyo - Los Ríos - Ecuador

CONSTRUCCIÓN DEL TERMINAL TERRESTRE

Como parte del proceso para la construcción de la terminal terrestre de Babahoyo, el Gobierno local, liderado por Kharla Chávez, oficializó en el portal de compras públicas, la licitación con presupuesto referencial para que las empresas nacionales y extranjeras o asociadas, envíen sus ofertas y participen transparentemente en la adjudicación de la obra.

Una vez cargada la información en el sitio web, el sistema califica que los proponentes cumplan las especificaciones técnicas que indican los pliegos, el anticipo será del 50% y el tiempo de entrega es de 365 días, se estima la adjudicación dure 1 mes, su presupuesto asciende 4.539.669,12 USD.

En la publicación se encontrará los datos necesarios para los empresarios como memorias técnicas, planos, presupuesto, estudio de impacto ambiental entre otros. La ciudadanía puede seguir el proceso ingresando a la página del INCOP (Instituto Nacional de Compras Públicas) y participar de la construcción de la terminal terrestre que marca un hito en el desarrollo fluminense



ESTUDIO JURÍDICO DONOSO

PEDRO DONOSO FERNÁNDEZ
ABOGADO

ASUNTOS LABORALES, TRÁNSITO, ALIMENTOS,
CIVILES, PENALES, INQUILINATO Y AGRARIOS

Dir.: Av 7 de Octubre 619 y 7ma.

Telefax: 275 9279 - 09 244 0424



BNF

BANCO NACIONAL DE FOMENTO Gran Banco

Sirviendo a los Sectores Productivos del País

Sucursal Quevedo -Dir.: 5ta y 7 de Octubre

-Gerencia:	275 1037	-Crédito:	275 1236
-Commutador y Telefax:	275 0449	-Cartera:	275 1966
-Commutador y Telefax:	275 0642	-Contabilidad:	276 2494
		-Serv. Banc.:	275 7224

Sucursal Ventanas -Dir.: Av. Seminario y Malecón

-Gerencia:	297 1076	-Servicios Bancarios:	297 0110
-Fax:	297 0283	-Contabilidad:	297 0110
-Créd. - Cart.:	297 0110		

Sucursal Babahoyo -Dir.: Malecón y Eloy Alfaro

-Gerencia:	273 1651	-Créd. - Cart.:	273 1653
-Secretaría:	273 0149	-Caja:	273 1654
-Fax:	273 0762	-Serv. Banc.:	273 0253
-Contabilidad:	273 1652	-Legal:	273 6399

Sucursal Catarama

-Gerencia:	294 2316	-Servicios Bancarios:	294 2341
-Crédito:	294 2317	-Contabilidad:	294 2341

Sucursal Vinces -Dir.: Sucre S/N

-Gerencia:	279 0351	-Contabilidad:	279 0350
-Serv. Banc.:	279 0350	-Créd. - Cart.:	279 0036

Oficina especial en Palenque -Dir.: Auditorium del Municipio del Cantón Palenque, Planta Baja, Pta. al Parque Principal,
Calle Otto Flores y Bolívar - Telfs.: 291 7055 - 291 7080 - 291 7082

Oficina especial en Quinsaloma -Dir.: Calle Via La Lorena y San Vicente - Telfs.: 290 7475 - 290 7338 - 290 7060

Oficina especial en Valencia -Dir.: Av. Vicente Rocafuerte y Orol. Enriquez - Telfs.: 294 8599 - 294 8600 - 294 8601

www.bnf.fin.ec

Ministro del Interior entregó 10 patrulleros y 20 motos para Babahoyo

En un acto público frente a las instalaciones del Gobierno Municipal de Babahoyo, es como el Ministro del Interior Dr. José Serrano, en menos de 48 horas responde de manera eficaz ante la demanda de seguridad ciudadana hecha por la Burgomaestre Kharla Chávez, con la entrega de 10 patrulleros y 20 motos para el servicio del cantón.

Esta información

En un acto público frente a las instalaciones del Gobierno Municipal de Babahoyo, es como el Ministro del Interior Dr. José Serrano, en menos de 48 horas responde de manera eficaz ante la demanda de seguridad ciudadana hecha por la Burgomaestre Kharla Chávez, con la entrega de 10 patrulleros y 20 motos para el servicio del cantón.

La entrega simbólica se realizó con la entrega de llaves, encendida de motos y patrulleros, equipamiento vehicular que forma parte del Plan Operativo de Seguridad para Babahoyo y dará agilidad a los uniformados para cumplir de manera eficiente su misión de proteger a los ciudadanos.



- Confección
- Sublimados
- Bordados

Equipos Deportivos
y Uniformes
para todos los colegios

Narcisa Ordoñez
PROPIETARIA

Babahoyo: Martín Icaza y Gral. Barona
Telf: 273 3471 - Cel: 09 301 1157



INICIA CAMPAÑA MUNICIPAL "MI ESCUELITA MÁS LIMPIA"

Mediante una rueda de prensa funcionarios del Gobierno Municipal de Babahoyo, junto a directivos del M.S.P., S.N.E.M. y Cuerpo de Bomberos, anunciaron oficialmente la campaña "Mi escuela limpia más cerca de ti", impulsada por la primera autoridad municipal Kharía Chávez, que busca disminuir el índice de insalubridad en el ambiente escolar.

Como se tenía previsto se inició la campaña que promueve el Gobierno Municipal, liderado por Kharía Chávez, "Mi escuela más limpia", con el propósito de mantener los centros educativos óptimos y saludables para el próximo periodo lectivo, salvaguardando la integridad de los infantes.

Con mingas de limpieza, fumigaciones, abatizaciones, brigadas médicas y charlas de prevención se mitiga los estragos causados durante la estación invernal. Se atenderán dos escuelas por día dando mayor énfasis a las que han servido de albergues, beneficiándose 5.504 infantes durante la primera fase que comprende 10 establecimientos.



Brigadas médicas siguen atendiendo afectados por invierno

Atendiendo responsablemente ante las secuelas que deja la actual estación invernal, la Alcaldía de Babahoyo, liderada por Kharía Chávez, sigue atendiendo a los afectados a través de las brigadas médicas municipales en el sector adjunto a donde se construye la terminal terrestre.

Las medicinas se brindan a niñas, niños, adultos y además adultos mayores. Entre las afecciones que se atienden constan: complicaciones respiratorias, erupciones de piel, infecciones gastrointestinales, fiebres, tos, gripe, parasitosis, con el propósito de enfrentar las enfermedades, anemias y demás patologías propias del invierno.



Centro Médico "Cristo Sana"

Dr. Pedro Naranjo Portilla

Especializado en Cirugía en el Hospital Luis Vernaza

**Enfermedades de Riñón, Pulmones,
Diabetes, Gangrena Pies, Presión Alta.**

Laboratorio de Análisis Clínico

Barreiro # 423 E/ Gral. Barona y 10 de Agosto

Telf.: 273 2944 - Cel.: 08 875 5922

Departamento de Proyectos Agrícolas y Cooperación Externa

Esta Jefatura, tiene ya un año de haber sido creado, y su finalidad es darle apoyo técnico a los agricultores, estudiantes y productores de nuestro Cantón, además elaborar proyectos que vayan en beneficio de ellos.

La Jefatura Agrícola, ejecuto la primera fase del Proyecto "HUERTOS ORGÁNICOS FAMILIARES", beneficiando a más de 140 familias o sea un promedio de 560 personas de sectores como: Recinto El Ciruelo, Ciudadela La Ventura, Ciudadela Puerta Negra, Parroquia El Salto, Colegio Héroes del Cóndor, Ciudadela 28 de Noviembre, Ciudadela 27 de Septiembre, Recinto Amazonas.

Este Proyecto de la Municipalidad tiene 3 objetivos:

1. Capacitar organizaciones en: Producción y manejo de hortalizas, e incentivarlos a formar su propia microempresa.
2. Mejorar la Calidad de la alimentación, la calidad de vida de la Comunidad, y producir hortalizas sanas, de calidad y a bajo costo.
3. Buscar la Integración familiar y de la Comunidad, por medio de Proyectos de este tipo, ya que obtendremos Comunidades más solidas y solidarias.

Además el Proyecto contempla: Charlas de capacitación sobre cada una de las hortalizas a sembrarse, Capacitación para elaborar fertilizantes orgánicos caseros, y formas ecológicas de Contrarrestar las plagas.

Se busca fomentar la Agricultura Orgánica que está pegando muy fuerte a nivel mundial, y nosotros estar preparados para enfrentar este tipo de retos. Los Cultivos que realizamos son: Cebolla, Lechuga, Col, Pepino, Melón, Rábano, Sandía, Yerbitea, Pimiento, Zanahoria, Perejil, etc. Este Proyecto no tiene ningún costo para los beneficiarios, e inicialmente se desarrollo en 8 Comunidades del sector Rural y Urbano Marginal de nuestro Cantón. Al momento de la cosecha la producción se repartió entre los miembros de la Comunidad que participaron del Proyecto y se realizo un Día de Campo para que el público pueda observar los resultados obtenidos, y pueda adquirir también parte de la producción a fin de volver a adquirir semillas y asegurar la continuación del proyecto.



• Confección
• Sublimados
• Bordados
Equipos Deportivos
y Uniformes
para todos los colegios
Narcisca Ordoñez
PROPIETARIA

Babahoyo: Martín Icaza y Gral. Barona
Telf: 273 3471 - Cel: 09 301 1157



SERVIENTREGA
Centro de Soluciones

**RECOLECCIÓN - TRANSPORTE Y
ENTREGA DE SUS DOCUMENTOS,
MERCANCÍAS Y MASIVOS**

Babahoyo:

- *Av. 5 de Junio e/ Juan Montalvo
y 18 de Mayo s/n*
- *Gral. Barona y Rocafuerte*

Telfs: (05) 273 5763

Quevedo: (05) 275 8768 - 275 9622

Ventanas : (05) 297 2043



Más de 12 mil hectáreas de cultivos están bajo el agua en Los Ríos

En la zona rural de la provincia de Los Ríos la situación es crítica. Varios afluentes desbordaron y su cauce arrasó con los cultivos de agricultores en las zonas bajas.

En los recintos San Fernando y Colorado del Río, en la parroquia Pimocha de Babahoyo, existen 500 hectáreas pertenecientes a 100 pequeños productores de arroz y todas estas plantaciones se encuentran bajo el agua.

El total de cultivos afectados en esta zona de Babahoyo son cinco mil hectáreas, de las cuales el 70% está bajo el agua y el otro porcentaje restante corre el riesgo de terminar inservibles.

Esto ocasiona pérdidas que, según Antonio Sandoya, presidente de las Organizaciones Campesinas de Los Ríos, ascienden a más de dos millones de dólares.

A través de reuniones con las organizaciones sectoriales, la Gobernación de Los Ríos intenta mitigar los impactos del invierno y el primer paso es contar con cifras exactas de los daños.

Algunas de las alternativas para los agricultores que están contempladas por el Comité de Operaciones Emergentes (COE) son la entrega de un kit de semillas y la ejecución del seguro agrícola



CLÍNICA MODERNA

En Babahoyo nos preocupamos por su salud

Servicio de Tomografía 3D
Ecografía Color 4D

24 HORAS DE EMERGENCIA Dr. CARLOS HIDALGO

Gral. Barona 1509 y Roldós
Teléfono: 273 0552 - 273 2145

Deportes

ENTREGA DE CHALECOS, BALONES, PITOS, CRONOMETROS Y BOTIQUIN PARA LAS SEDES DEPORTIVAS DE BARREIRO, EL SALTO, LA UNION, CARACOL PIMOCHA Y FEBRES CORDERO

Siendo la práctica del deporte el factor primordial para mantener buena salud y pensando en la niñez y juventud atlética del cantón, el cabildo local mediante la Escuela Municipal de Fútbol que entrena gratuitamente a 1.300 niños y jóvenes de todas las parroquias, así como también dotándoles de equipos deportivos, y por medio de campañas de desparasitación y vitaminización se logra obtener un mejor desempeño y desarrollo de las prácticas deportivas. Realizando maratones escolares, y torneo inter jardines e inter escolares a fin de lograr una integración masiva, participando en diferentes eventos entre ellos el Torneo Diario El Universo donde obtuvieron el Campeonato Sub 9 de la parroquia Pimocha y Sub 17 de la Parroquia La Unión.



En el 2002, hace 7 años Carlos Alejandro Alfaro Moreno dejaba las canchas tras 20 años de carrera profesional activa. Él pudo cumplir gracias a la pelota sus grandes sueños, primero, el haber jugado en primera división de su país de cuna, la Argentina (lo hizo en Platense e Independiente de Avellaneda), después llegar a jugar en el extranjero (Español de España, Barcelona de Ecuador, América y Atlante de México) y también en haber vestido la camiseta de la selección de su país (en Olimpiadas, Copas Américas y eliminatorias al Mundial). Mientras el Beto jugaba en Barcelona sus últimos partidos, tuvo su segundo gran sueño, ligado a lo que tanto ama, el fútbol. Este era el poder enseñar todo lo vivido y aprendido como jugador a través de una Academia, la que proyectó crearla en el Ecuador, el que se convirtió en su nueva patria, después de la Argentina por todo el cariño que le dieron desde el primer día que llegó.



CILIMPIA
Cisternas y Tanques Elevados

Aspiración de sedimentos
Desinfección con Ozono

Impermeabilización
Reparación y Reconstrucción

Instalación de accesorios
Y todo para su cisterna y tanque

Teléfonos: (04)2192799 - (04)2192802
Movil : (09)4052481
E-mail: info@cilimpia.com
www.cilimpia.com



NIÑOS DE LA ESCUELA DEPORTIVA MUNICIPAL GANADORES DEL TORNEO DIARIO EL UNIVERSO

Los ganadores del torneo de fútbol denominado "Diario El Universo", hicieron la entrega formal de los trofeos a la Alcaldesa Kharla Chávez, por ser una de las gestoras de este campeonato de balompié, realizado en Montalvo, conjuntamente con la dirección de Educación, Deporte y Recreación, gracias a la iniciativa del medio escrito antes mencionado.

Airededor de 350 niños de la Escuela de fútbol Municipal de la parroquia Pimocha y de La Unión, participaron en las categorías sub 9 y sub 17 respectivamente; donde demostraron sus habilidades en la cancha.

"Es muy importante que los niños y jóvenes se dediquen a practicar algún tipo de deportes en sus tiempos libres. Y que bueno que las autoridades estén impulsando o formando parte de estos campeonatos, recordemos que el deporte es salud y que esto ayudará al desarrollo de los pequeños", mencionó Jimmy Carrera, Coordinador de Deportes, quien también informó la participación de niñas dentro del campeonato; las cuales están siendo pre-elegidas para formar parte de la selección de Los Ríos.

Por su parte, la representante del Cabildo local felicitó a cada uno de los jugadores y los incentivó a seguir luchando por alcanzar sus logros, recordándoles que solamente con sacrificio, esfuerzo y con la ayuda de Dios principalmente, podrán cumplir todas sus metas y objetivos.



COMANDATO
¡Atención a todos!

BABAHoyo
Av. 5 de Junio 324 y Juan Montalvo
273 0782

QUEVEDO
Av. 7 de Octubre entre Sexta y Séptima
275 7658 - 276 3990

LLAMA GRATIS
1-800 COMANDATO
(266263)
www.comandato.com

CLÍNICA Y MATERNIDAD LEÓN

Dra. Rossanna León Alvarado
Emergencias, Cirugía General
Ginecología, Laboratorio, Ecografía

18 de Mayo 308 y 5 de Junio
Telf.: 273 4416 - 09 7642237

Inundación se 'tragó' carros en vía de Babahoyo

La creciente de los ríos Catarama, Clementina, San Pablo y los Esteros La Chorrera y Lagarto no solo causa problemas a los habitantes de varios sectores de Babahoyo, sino a cientos de conductores que circulan con sus vehículos por la vía Quevedo-Babahoyo-Guayaquil, así como otras secundarias.

Un percance que pudo ser de consecuencias fatales se presentó a las 17:20 de ayer, cuando el camión marca Hino circulaba por La Chorrera, vía Quevedo-Babahoyo, antes de llegar al distribuidor de tráfico para tomar la vía a Guayaquil.

El conductor Joel Rivera González, pese a las precauciones que adoptó para pasar por un tramo inundado, se salió de la calzada y el carro cayó a la sabana y quedó casi cubierto por el agua. Rivera logró salir a tiempo con ayuda de canoeros que ayudaban a cruzar a las personas por el sitio, así como de otros conductores.

El conductor Joel Rivera González, pese a las precauciones que adoptó para pasar por un tramo inundado, se salió de la calzada y el carro cayó a la sabana y quedó casi cubierto por el agua. Rivera logró salir a tiempo con ayuda de canoeros que ayudaban a cruzar a las personas por el sitio, así como de otros conductores.

Pero en ese mismo momento cruzaba un Vitara blanco conducido por Julio Guerra, de 76 años. También ese carro se hundió en la sabana y cuando el conductor estuvo a punto de ahogarse, los presentes se dieron cuenta y lograron rescatarlo con síntomas de asfixia.

Jacinto Barsallo, miembro de la Policía, dijo que hay tramos de la vía que están llenos de agua en forma permanente y eso dificulta la visibilidad, por lo que los carros se salen de la calzada, pese a que esta es señalizada.



**AGUILAR GARCÍA CARMEN LIC. MED.
LABORATORISTA**

EXAMENES DE SANGRE,
PRUEBAS HORMONALES,
VIH, HECE, ORINA, CULTIVOS
Y ANTILOGRAMAS, ETC.

García Moreno 718 entre Sucre y Eloy Alfaro
(Al frente de la Farmacia Gregorio)

Telf.: 273 2185 - Dom.: 273 7507

Municipalidad de Babahoyo Cronograma Abril del 2012

Lunes 19 Abril	Entrega de Instalaciones Educativas Escuela "4 de Mayo" Y "Abdón Calderon"
Martes 20 Abril	Brigadas Médicas Municipales frente colegio 31 de Octubre Atención Oportuna. Desde 7:00 hasta 17:00
Viernes 23 Abril	Retorno de Damnificados a los Hogares Desde los Diferentes Centros Educativos Sirviendo de Albergues.
Lunes 26 Abril	Entrega de Raciones Alimenticias lugar Municipio. Desde 9:00 hasta 16:00
Miércoles 25 Abril	Alcaldesa Invitada a Programa "PALABRA SUELTA"
Viernes 27 Abril	Se Entrega Avance de Obra en la Cdla. Jorge Yáñez. Relleno Hidráulico. Se Inician Trabajos Previos en la Vía Babahoyo - Montalvo

Nota de Pesar

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo
 + AMIARO GARCIA CEDENO
 Fallecido el 23 de Marzo del 2012
 ACUERDA
 Expresar sus sentimientos de pesar a los familiares de la familia...

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo
 + NOEMI CARRION VALLE
 Fallecida el 23 de Marzo del 2012
 ACUERDA
 Expresar sus sentimientos de pesar a los familiares de la familia...

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL CANTÓN SAMBORIBÓN
 De go de existir el Sr.
 + GERARDO SOLIS SANCHEZ
 Fallecido el 23 de marzo 2012
 ACUERDA
 Expresar los sentimientos de condolencia a sus familiares en general
 23 de Marzo 2012

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL CANTÓN BABAHOYO
 + MILTON OSWALDO VASQUEZ AGUILAR
 Fallecido el 3 de Marzo 2012
 ACUERDA
 Expresar nuestros sentimientos de pesar a la familia en general. Y en especial a los señores: Ana Juana Aguilera, Secretaria Administrativa del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Babahoyo por haber sido su hermana.
 15 de marzo 2012

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo
 + JORGE MARTINEZ CHIRIGUAYA
 Fallecido el 23 de Marzo del 2012
 ACUERDA
 Expresar los sentimientos de condolencia a sus familiares en general, que la Municipalidad del Cantón Babahoyo expresa a la familia del señor, así como a los señores que constituyen el cuerpo de la familia en general.
 23 de marzo 2012

MUNICIPIO INVIERTE MEDIO MILLÓN DE DÓLARES EN INFRAESTRUCTURA EDUCATIVA RURAL

Con la consolidación de las bases y el levantamiento de columnas de hormigón armado es como el Gobierno Municipal de Babahoyo dirigido por Kharia Chávez inició la construcción de un bloque de aulas tipo dúplex y su respectiva batería sanitaria en el Colegio Nacional "Pueblo Nuevo".

Los componentes de los salones educativos serán una cubierta de estructura metálica, verjas, camineras de circulación exterior, piso de cerámica, instalaciones eléctricas, en cuanto a los baños tendrán una losa para proteger el sistema sanitario brindando seguridad a la institución educativa.

Enrique Díaz Rector del establecimiento acotó "los trabajos se encuentran avanzando, las aulas nos ayudarán a descongestionar el incremento de alumnos dando cumplimiento a la gratuidad de la educación, gracias a la Alcaldesa nuestro colegio será de primera".

Sin ser competencia del Gobierno local.



LABORATORIO CLÍNICO ARRIAGA C.A.



Dr. Walter Arriaga Fiallos

Dr. Walter Arriaga Wong
Dr. Kléber Arriaga Wong
Dra. Ercilia Arriaga Wong

MÉDICOS PATÓLOGOS CLÍNICOS

BABAHOYO: Calle B. Barona y E. Alfaro. Telf.: 273 1631

GUAYAQUIL: Clínica Kennedy: Lab. Central

Telfs.: 229 1772 | 229 0293 • Fax: 228 3183

Centro de Avance Telf.: 228 3386

Lab. Emergencia Telf.: 228 3213