

# PROPUESTA DE TRABAJO FINAL DE MÁSTER

Máster universitario de Comunicación  
corporativa, protocolo y eventos  
Universitat Oberta de Catalunya  
(UOC)

## **Plan de producción del Festival Girardot te quiero Eco- lógica 2018:**

Jennifer López Ávila:

Proyecto Práctico-Profesionalizador

TUTOR/A ACADÉMICO/A: Julia Gil Hernandez

Bogotá, Colombia 24 de junio de 2017

## ÍNDICE:

<b>1. Resumen.....</b>	<b>03</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>05</b>
<b>3. Justificación de la propuesta .....</b>	<b>06</b>
<b>4. Objetivos.....</b>	<b>07</b>
<b>5. Marco Teórico.....</b>	<b>08</b>
<b>6. Análisis de la situación de partida .....</b>	<b>11</b>
<b>6.1. DAFO.....</b>	<b>14</b>
<b>6.2. Misión, Visión y valores de la organización .....</b>	<b>14</b>
<b>7. Preproducción.....</b>	<b>15</b>
<b>7.1. Análisis del briefing.....</b>	<b>15</b>
<b>7.2. Metas y Objetivos del evento.....</b>	<b>16</b>
<b>7.3. Tipo de evento.....</b>	<b>16</b>
<b>7.4. Mapa de públicos.....</b>	<b>17</b>
<b>7.5. Estrategia de comunicación.....</b>	<b>21</b>
<b>7.6. Técnicas y tácticas del evento.....</b>	<b>22</b>
<b>7.7. Mensaje.....</b>	<b>22</b>
<b>7.8. Tema.....</b>	<b>23</b>
<b>7.9. Eje argumental o eslogan.....</b>	<b>23</b>
<b>7.10. Elección del espacio.....</b>	<b>23</b>
<b>7.11. Elección de fecha.....</b>	<b>24</b>
<b>8. Producción.....</b>	<b>24</b>
<b>8.1. Listado de necesidades.....</b>	<b>24</b>
<b>8.2. Equipo de producción.....</b>	<b>27</b>
<b>8.3. Plan de difusión.....</b>	<b>28</b>
<b>8.4. Cáterin.....</b>	<b>28</b>
<b>8.5. Decoración y escenografía.....</b>	<b>29</b>
<b>8.6. Piezas gráficas.....</b>	<b>30</b>
<b>8.7. Animación y espectáculos.....</b>	<b>30</b>
<b>8.8. Plan B.....</b>	<b>30</b>
<b>8.9. Programa de eventos.....</b>	<b>31</b>
<b>8.10. Cronograma.....</b>	<b>33</b>
<b>8.11. Presupuesto.....</b>	<b>36</b>
<b>8.12. Patrocinadores.....</b>	<b>37</b>
<b>9. Posproducción.....</b>	<b>38</b>
<b>9.1. Evaluación.....</b>	<b>38</b>
<b>10. Conclusiones.....</b>	<b>39</b>
<b>11. Bibliografía.....</b>	<b>41</b>
<b>12. Anexos y apéndice.....</b>	<b>43</b>

# 1. Resumen

Los eventos son vistos como una técnica de comunicación en donde la información es transmitida en vivo y en directo generando una mayor recordación y al mismo tiempo implicando una exigencia más alta al ser irrepetibles. Es tan importante el efecto que generan los eventos en el público que han sido muy usados en la actualidad para presentar un nuevo producto, siendo herramientas capaces de transmitir mensajes complejos y valores de una imagen de marca, al mismo tiempo que pueden llegar a ser un medio importante de aprendizaje generando impactos emocionales que influyan sobre la actitud del público. Cuando un evento es usado para promover a una empresa cuenta con un mensaje más complejo ya que la información transmitida es retenida por el público y pasa a ser un conjunto de elementos intangibles que en conjunto conforman la imagen de marca en el consumidor.

El presente proyecto busca promover a la Fundación *ECO Promoción y desarrollo social* a través de la elaboración de un festival en el municipio de Girardot, considerando que existe una problemática en torno al medio ambiente debido a la contaminación en este municipio donde a pesar de que la empresa encargada de la recolección de basuras hace un buen trabajo, hace falta concientizar a la ciudadanía, buscando realizar una iniciativa que permita fomentar la limpieza y el cuidado de la flora y logre generar una imagen más ecológica de Girardot presentando a la Fundación *ECO Promoción y desarrollo social* como una entidad pionera que se preocupa por el desarrollo y el medio ambiente de la región dándose a conocer a empresas, ciudadanos, entidades ecológicas y al gobierno municipal.

Este trabajo se va a enfocar únicamente en establecer actividades que permitan contribuir a esta situación de contaminación que se vive actualmente y a la falta de sentido de pertenencia a través de un evento siendo el principal objetivo dar a conocer a la Fundación *ECO Promoción y desarrollo social* a la comunidad, más allá de tratar planes de desarrollo que se estén desplegando o se planean ejecutar para mejorar esta situación.

Uno de los aspectos más importantes en el desarrollo de un evento de gran magnitud, como el que se desea plantear en este proyecto, es la financiación, en el caso de muchas entidades de carácter social como esta, en ocasiones no se cuenta con el presupuesto que se requiere para su ejecución, por lo que buscan obtener financiación a través del patrocinio de empresas tanto públicas como privadas, esta es una de las actividades más importantes en el desarrollo del festival que se desea realizar por lo que se debe contar con la planeación necesaria para generar una presentación que logre convencer a las empresas de interés.

Adicionalmente, es necesario establecer las pautas para el desarrollo de un concurso que será premiado el día del festival debido a que será uno de los principales temas a tratar en este evento, para ello se debe tener información del municipio que permita determinar los límites de esta actividad.

## Palabras clave

Evento promocional, festival, organización de eventos, patrocinio, concurso, imagen corporativa, fundación social

# 1. Abstract

The events are known as a communication technique where the information is transmitted in live, generating a greater memory and at the same time implying a higher effort since is unique and unrepeatable.

It is so important the effects which the events generate on the public, that they have been very used in the present to introduce a new product, being tools capable to transmit complex messages and values of a brand image, at the same moment they could become an important mean of learning creating emotional impacts which influence the public attitude.

When an event is used to promote a company, this has a more complex message because the information transmitted in the event should be kept by the public and this becomes into a set of intangible elements, which together make up the brand image in the consumer.

The present project wants to promote the Foundation *ECO Promoción y desarrollo social* by the elaboration of a festival in the municipality of Girardot, taking in mind that there is a problematic about the environment due to the contamination in this municipality, although the company in charge of the garbage collection does a good job, It is also necessary that the citizens to be worry about that, performing an initiative which encourages them to the cleanliness and the care of the flora and helps to generate a more ecological image from Girardot, making the Foundation *ECO Promoción y desarrollo social* a pioneer entity who worries about the development and the environment of the region, becoming known by companies, citizens, ecology entities and Municipality government.

This work will focus only on establishing activities that contribute to this current contamination situation and to the lack of sense of belonging through an event with the main objective being to make known to the Foundation *ECO Promoción y desarrollo social* to the community, beyond dealing with development plans that are being deployed or planned to be implemented to improve this situation.

One of the more important aspects in the event's development with such great magnitude like the event that I want to perform in this project is the financing, as many other social entities like this, sometimes the budget that is required for its execution is not available, that is why many of them find a way to obtain financing through the sponsorship from both public and private companies, this is one of the most important activities in the development of the festival that wants to be perform, so it should be counted on with the necessary planning to make a presentation that will convince the companies of interest.

In addition, it is necessary to establish the guidelines to the building of a contest that will be awarded on the day of the festival, since this will be one of the main topics to be discussed in this event, to do that, it should have information from the municipality that allows determining the limits of this activity.

## Key words

Promotional event, festival, events organization, sponsorship, contest, corporative image, social foundation

## 2. Introducción

El presente trabajo busca llevar a la práctica los conocimientos en la rama de organización de eventos del máster en Comunicación corporativa, protocolo y eventos tratándose del planteamiento de un festival que tiene por objetivo promocionar a una fundación de carácter social, considerando los retos que implican dar a conocer una entidad sin ánimo de lucro en donde será necesario buscar patrocinio para financiar el evento y la elaboración de una actividad que atraiga la atención del público, pensando de esta forma en el desarrollo de un concurso.

Considerando que la temática principal del festival debe ir en línea a los valores de la empresa y de sus objetivos corporativos, se ha decidido establecer un evento que fomente el cuidado del medio ambiente y el desarrollo del municipio de Girardot que se base en información acerca del municipio en temas de ecología y de las características demográficas de la población con el fin de realizar un evento efectivo y viable en cada una de sus actividades.

Teniendo en cuenta lo anterior, se debe buscar la forma en que estas actividades no terminen opacando el principal objetivo del evento ya que esto podría generar un efecto sombra que afectaría a la empresa, este es un gran desafío que se debe manejar con cuidado estableciendo una planificación sólida y estructurada.

### 3. Justificación de la propuesta

La fundación ECO “Promoción y desarrollo social” es una entidad sin ánimo de lucro ubicada en el municipio de Girardot, Colombia, que busca promover el desarrollo de la región en diferentes temas, entre ellos, en el cuidado del medio ambiente, es una entidad relativamente nueva, fundada en el 2009, al ser una fundación tan joven no se ha dado a conocer lo suficiente para que logre recibir el apoyo que necesita en el desarrollo de sus proyectos.

El municipio de Girardot que es la región donde la fundación principalmente ha enfocado sus proyectos, actualmente cuenta con una problemática relacionada al medio ambiente, generada especialmente por la contaminación por residuos sólidos donde a pesar de que la empresa encargada de la recolección de basuras hace un buen trabajo, hace falta concientizar a la ciudadanía que es la principal causante de esta situación, lo que potencialmente puede afectar al turismo, una de las principales actividades económicas del municipio, ya que muchos lugares visitados por los turistas se encuentran infestados de basuras como la plaza de mercado, generando malos olores y atrayendo a animales rastreros perjudicando de esta forma la salud de las personas, ante esto es necesario seguir promoviendo el cuidado del medio ambiente y al mismo tiempo volver al municipio un lugar más atractivo para los turistas.

Teniendo en cuenta esto, es conveniente realizar un evento que promueva el cuidado del medio ambiente y que permita mostrar lo mejor del municipio de Girardot siendo la Fundación Eco “Promoción y desarrollo social” la promotora de esta iniciativa, lo que permitirá darse a conocer en la comunidad, a través de la entrega de premios de un concurso en las siguientes categorías: 1. Fotografía, 2. Limpieza y reciclaje y 3. Jardines en zonas residenciales, que se desarrollarán de manera alterna y se premiarán en el primer festival “Girardot ecológica” pero para lograr esto es necesario conseguir patrocinio por lo que también será imprescindible la organización de la reunión de presentación de la propuesta y la planificación del concurso para que sea posible llevar a cabo el festival.

## 4. Objectivos

### OBJETIVO GENERAL:

Planificar un festival para una empresa de carácter social de principio a fin y las actividades de comunicación que se requieren para ser llevado a cabo con el fin de darse a conocer

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Obtener información sobre la situación de la empresa y del municipio donde se va a realizar el evento
- Identificar los elementos que conforman la preproducción, producción y posproducción necesarios para hacer el evento
- Contribuir en propuestas que impulsen al cuidado del medio ambiente en la región

## 5. Marco teórico

Considerando que el tema central de este proyecto es la promoción de una empresa de carácter social a través de un evento, es necesario, en primer lugar, partir de la definición de evento que según Erin de Groot y Mike Var der Vijver en su libro *Into the Heart of the meetings* los definen de la siguiente forma:

“Consisten en esa química mental que los seres humanos son capaces de crear y detectar. Se tratan de procesos increíbles y fascinantes que pueden tener lugar entre los individuos a la velocidad de la luz y los niveles a menudo van más allá de la conciencia” (de Groot y Var der Vijver, 2013: 16)

Por el efecto que han causado estas herramientas de comunicación en las personas, se ha presenciado a lo largo de la historia la organización de diferentes eventos, algunos de ellos se manejan una comunicación promocional siendo definida por Raimond Torres Hernández en el magazine de organización estratégica de eventos de la siguiente forma:

“Comunicación promocional: Tiene como propósito transmitir de forma colectiva mensajes persuasivos a personas y organizaciones que son consumidores y usuarios, actuales o potenciales, con el fin de estimular la decisión de compra en favor de los productos o servicios de la empresa.” (Torres, 2016: 240)

La comunicación promocional es el principal objetivo de este trabajo, por lo que será muy importante enfocar la atención en persuadir al público en todas las etapas.

Algunos de los eventos que se han realizado a lo largo de la historia, han sido para promocionar fundaciones bajo conceptos como el cuidado del medio ambiente los cuales serán analizados en este apartado, pero para ello es importante conocer el concepto de festival que es el tipo de evento en el que se va a enfocar este proyecto:

En las ciencias sociales, un festival comúnmente se refiere a una celebración periódica hecha de una multiplicidad de formas rituales y eventos que directa o indirectamente afectan a todos los miembros de una comunidad y que de manera explícita o implícita, muestra los valores de base, la ideología, la visión del mundo que es compartida por miembros de la comunidad y que son la base de su identidad social. (Falassi, 1997)

Tal y como se plantea en este concepto, los festivales constan de varios actos que deben estar enfocados en una ideología, en este caso es presentar la identidad de la Fundación ECO promoción y desarrollo social que se preocupa por el medio ambiente y el desarrollo del municipio de Girardot, un aspecto que va de acuerdo a los intereses de muchos integrantes de la comunidad.

Actualmente la responsabilidad social corporativa se ha convertido en una tendencia primordial en el desarrollo de estos actos que Gloria Campos en su libro *Producción de eventos, la puesta en escena del protocolo* lo indica de esta manera:



“La preocupación por la sostenibilidad es una de las tendencias más valoradas en la actualidad, que el contenido y la puesta en escena de los eventos contemple la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) definida como el conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones produce en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos. Eventos que apuesten por la sostenibilidad de nuestros recursos y que adopten prácticas que contribuyan a ello” (Campos, 2013: 94 – 95)

Esta tendencia es el foco principal del evento planteado que permitirá llevar la atención de una manera positiva a la Fundación ECO Promoción y desarrollo social por lo que es importante garantizar que las prácticas que se lleven a cabo contribuyan al ámbito medioambiental y social.

Un evento que se asemeja más a la propuesta de este proyecto es el festival de Patios Chachapoyanos, un evento en la ciudad de San Juan de la frontera de Chachapoyas, Perú, realizado periódicamente por la fundación Eco Verde con el apoyo de organizaciones públicas y privadas, tiene como componente el desarrollo de un concurso en 16 categorías, 12 de estas buscan preservar los espacios de la ciudad a través de la floricultura, 2 de ellas son de fotografía, este evento ha sido tan exitoso que hasta la fecha se han realizado tres festivales generando una buena imagen de la ciudad, sin embargo no está enfocada en promocionar a la fundación obteniendo, por ejemplo, buscar donaciones y voluntarios en un mediano plazo, sino que se orienta a impulsar a la imagen de la ciudad opacando en cierta medida a la empresa, puesto que el público ha enfocado su atención en los resultados del concurso y en los espectáculos que se han presentado en los días del festival, sin contar con un mensaje clave que permita ser transmitido en todas las actividades del evento.

Esta situación es la que se denomina como efecto sombra que según Raimond Torres Hernández en el magazine de organización estratégica de eventos lo explica de la siguiente forma:

“El Efecto Sombra se produce cuando los recursos de dinamización de un evento adquieren, para el público, más relevancia que el propio mensaje que supuestamente deben ayudar a transmitir. Cuando el medio hace sombra al mensaje algo falla: o no estamos utilizando los recursos de dinamización adecuados o estamos abusando de ellos.” (Torres, 2016: 17)

En cuanto al municipio de Girardot, lugar donde se tiene destinado realizar el evento, no existe registro de que se hayan realizado eventos por parte de fundaciones que involucren la participación de ciudadanos buscando dar a conocer a estas entidades, el evento que más se acerca a este concepto fue el que se realizó el 13 de octubre de 2016 por la Funda-

ción Hogar del Anciano Desamparado Barrio San Antonio – Hogar Infantil que fomentaba realizar visitas al museo de la fundación y visitas sociales.

Para que sea posible el desarrollo del festival que se va a plantear, es necesario el desarrollo de reuniones de presentación con el fin de obtener patrocinio por parte de empresas de la región, El patrocinio es definido por Gloria Campos en su libro *Producción de eventos, la puesta en escena del protocolo*:

“El patrocinio es una estrategia de marketing y comunicación de muchas empresas que buscan fórmulas de publicidad no convencional que les proporcione una mejor imagen y, en función de su sector de actividad, un mayor rendimiento comercial” (Campos, 2013: 128)

Tal y como lo indica Gloria Campos, esta estrategia además de impulsar al evento como tal, permitirá establecer una mejor imagen de la Fundación, un aspecto que beneficiaría a la entidad en la situación en la que se encuentra actualmente donde no es conocida por gran parte de la población.

## 6. Análisis de la situación de partida

Para determinar la situación actual de la Fundación ECO Promoción y desarrollo social se realizó una entrevista estructurada dirigida a la doctora Doris Ávila Directora ejecutiva de la fundación en donde se indicó que las fortalezas y puntos diferenciales de la entidad frente a otras de la misma índole, es la búsqueda de alianzas estratégicas que permitan favorecer a las comunidades más necesitadas en cuanto al desarrollo social que fomenten paz, así como proyectos educativos y ecológicos, considerando que no ven a las demás fundaciones como competencia sino potenciales aliados en el desarrollo de sus propósitos, considerando que nos encontramos en un mundo que cambia constantemente, para la fundación, todos los aspectos tienden a un mejoramiento continuo para obtener calidad y optimización de recursos. Los factores externos que han afectado a la Fundación han sido la politiquería y algunas fundaciones creadas para acceder a la contratación estatal en actividades relacionadas con la salud y la promoción social.

La Fundación ha venido realizando proyectos sociales y económicos como proporcionar ingresos a madres cabezas de familia mediante la fabricación manual de un aparato llamado AHORRAGUA, que permite ahorrar agua en las cisternas de los baños, producto que es distribuido por la fundación a bajo costo el cual también les ha permitido contribuir con el medio ambiente lo que ha ayudado a construir su imagen como una entidad promotora del cuidado del medio ambiente, además de la transferencia y conocimiento en políticas de seguridad de seguridad alimentaria SAN ejercidas en la provincia del Alto Magdalena y en la ciudad de Leticia del departamento de Amazonas Colombia además de un proyecto de sensibilización, prevención y acción adolescente en la búsqueda de la convivencia pacífica y defensa de los derechos humanos.

Adicionalmente según la doctora Doris Ávila, la situación actual de Girardot es muy compleja debido a que el alcalde que fue elegido popularmente se encuentra en la cárcel al igual que su antecesor lo que ha generado una pérdida de confianza y una baja inversión pública y privada que se refleja en desempleo y el crecimiento de la delincuencia juvenil. Lo que ha generado una oportunidad para la fundación de fomentar la inversión con el fin de generar empleos formales y de calidad.

En cuanto a la reputación en línea de la organización, actualmente solo cuenta con Fanpage en Facebook que tiene 52 likes, una sola publicación realizada en noviembre de 2016 sobre una noticia que no se relaciona en nada con su actividad o razón social, también tiene una sola imagen adicional a la de perfil la cual se ve con muy baja resolución. No se encuentran registros de otras publicaciones en otras redes sociales ni de opiniones sobre la entidad.

La ciudad de Girardot cuenta con una extensión de 129 km<sup>2</sup> limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá, se encuentra dentro del departamento de Cundinamarca y en la provincia del Alto Magdalena siendo la capital de esta, además cuenta para el 2015 con una población de 105.085 habitantes

Según un estudio realizado por Orlando Sochmilca para su trabajo de grado por el título de Magister en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana, a habitantes y turistas de Girardot de edades entre 15 a más de 55 años en donde se hizo un sondeo de opinión y entrevistas semiestructuradas con el fin de conocer las prácticas comunicativas que posibilitan la interacción social y dan sentido a los imaginarios de la ciudad y del turismo, entre los resultados obtenidos ven al municipio como un lugar netamente turístico siendo precisamente el turismo la imagen principal con la que se relacionan los lugares de la ciudad debido a su ubicación geográfica, se encuentra a 134 km de la capital del país, Bogotá (3 horas en carro) y por su clima cálido de 33 °C en promedio, sin embargo también se hace alusión a algunos aspectos negativos como el desaseo.

En cuanto a los hechos que han marcado la historia del municipio se encuentran los festivales de la ciudad, el Reinado Nacional del Turismo y las obras que han contribuido al crecimiento de la ciudad, siendo el primero un factor importante y una oportunidad en el desarrollo del evento planteado además por ser uno de los aspectos que más les agrada tanto a turistas como a habitantes de la ciudad.

El festival más importante y reconocido a nivel nacional, el Reinado Nacional del Turismo, es realizado durante el fin de semana feriado de Octubre en Colombia, que coincide con el cumpleaños del municipio, la celebración inicia el viernes con el desfile en caravana de las candidatas al Reinado que es organizado por una empresa de espectáculos privada y no por la alcaldía directamente como se hacía en otra época, después se da la información necesaria como el perfil de las candidatas, los artistas invitados, el precio de entrada a ciertos desfiles, entre otros, el sábado las candidatas navegan por el río Magdalena en canoas adornadas, después en la tarde inicia el desfile en el centro de la ciudad de las candidatas y el domingo se realiza la elección y coronación de la Reina Nacional del Turismo, en las noches mientras dura el festival, se construyen tarimas en varios puntos del centro de la ciudad en donde se reproduce música con alto volumen y en algunas de ellas se da música en vivo, dejando un espacio para poder bailar. Esa fecha coincide con la semana de descanso creada como política del gobierno nacional para incentivar el turismo en el país.

Otro festival que es celebrado en el municipio es el Reinado de Veredal que es celebrado en la primera semana de junio en donde participan representantes de todas las poblaciones rurales del Alto Magdalena buscando promover el turismo y los valores culturales, y el de Señorita Girardot que es realizado la última semana de septiembre con desfiles en varios puntos de la ciudad y la candidata elegida será la anfitriona del Reinado Nacional del Turismo. Todas estas celebraciones, especialmente el Reinado Nacional del Turismo se caracterizan por su desorden y la falta de control por parte de las autoridades, el exceso de consumo de alcohol y el uso de espuma como celebración.

Además de estos festivales, también se celebra la feria Ganadera que actualmente ha perdido reconocimiento por volverse privada, en este evento se califican cerca de 500 animales, se realizan conferencias en torno al cuidado animal y del medio ambiente, esta feria se hace la primera semana de noviembre, la primera feria fue realizada en 1908.

La ciudad y su gente son vistos como alegres y que cambian de acuerdo a las necesidades, sin embargo también son vistos como perezosos y conformistas especialmente por parte de los turistas.

La necesidad con mayor relevancia y que coincide en la opinión de residentes y de los turistas es en el aseo, la suciedad es recurrente en el municipio y es el motivo principal de contaminación en la ciudad. Dentro del Análisis DOFA para la productividad y competitividad del Plan de Competitividad de Girardot 2007 – 2019 realizado por la Cámara de Comercio de Bogotá en conjunto con la Cámara de Comercio de Girardot una de las amenazas para el desarrollo de esta ciudad es la contaminación y el mal uso de los recursos debido al mal manejo de las basuras que ha llegado a afectar los principales ríos como el Magdalena, como debilidades la ausencia de liderazgo en donde se indica que existe una falta de reconocimiento social que va acorde a los resultados arrojados por Orlando Sochmilca, sin embargo cuenta como una de sus fortalezas los atractivos ecoturísticos como su clima cálido, las cuencas hidrográficas y sus paisajes, otra oportunidad en el desarrollo del evento en resaltar estos lugares de la ciudad.

Actualmente hay escasos de antejardines en las zonas residenciales debido a las ampliaciones que se les ha hecho a las casas, las antiguas casonas ahora están divididas en dos o tres casas y algunas de ellas se han convertido en establecimientos comerciales como panaderías, restaurantes o tiendas. En cuanto a la vegetación de la ciudad existe un gran aprecio por los árboles y son altamente defendidos ya que sirven como sombra a un municipio que oscila una temperatura que puede llegar a los 38°C, sin embargo según Julia Inés Páramo y María del Carmen Varón en su propuesta para el mejoramiento de un espacio público urbano en el municipio de Girardot trabajo realizado como trabajo de grado por el título de Especialista en Gerencia de Proyectos de la Corporación Universitaria Minuto de

Dios de Girardot, la mayoría de especies vegetales han sido taladas por la construcción de conjuntos residenciales y vacacionales existiendo deficientes lineamientos de uso de conservación en el espacio público de la ciudad, por lo que es necesario fomentar la plantación de especies vegetales que ayuden a propiciar un ambiente más fresco con un equilibrio que propicie al medio ambiente.

### 6.1. DAFO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fundación siempre está en la búsqueda de alianzas estratégicas con diferentes entidades en cuanto al desarrollo social</li> <li>• La fundación ha realizado proyectos de cuidado del medio ambiente que han generado una buena reputación entre los que han podido conocerla</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los festivales han sido parte fundamental de la memoria colectiva de los habitantes y turistas en Girardot</li> <li>• El municipio cuenta con atractivos ecoturísticos</li> <li>• La ciudad es muy turística</li> <li>• Necesidad de impulsar actividades que mejoren la imagen de la administración pública por la mala gestión de los últimos alcaldes</li> <li>• Auge del cuidado del medio ambiente y responsabilidad social empresarial</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La fundación no es muy conocida dentro de la comunidad de Girardot</li> <li>• Al ser sin ánimo de lucro la fundación no cuenta con dineros propios para el desarrollo de proyectos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de liderazgo por parte de los habitantes de Girardot</li> <li>• Poco reconocimiento de la Fundación en la comunidad de Girardot</li> <li>• Degeneración de la política por los dirigentes de Girardot</li> <li>• Creación de fundaciones que han accedido a la contratación estatal excluyendo a las demás</li> </ul>

### 6.2. Misión, visión y valores

#### MISIÓN

*Desarrollar actividades sociales y económicas que promuevan el desarrollo en la región y mejore las condiciones de vida del ser humano; buscando apoyar a las comunidades más vulnerables, en cooperación con fundaciones, instituciones, organizaciones sin ánimo de lucro legalmente establecidas y entidades del Estado, con el objeto de lograr una mayor rentabilidad social y económica fundamentada en la autogestión, el auto-control y la calidad.*

La misión de la Fundación indica lo que la entidad hace que es desarrollar actividades sociales económicas que promuevan el desarrollo de la región, y a quién se dirige que son las comunidades vulnerables, sin embargo se limita en indicar el apoyo que busca recibir apuntando a entidades del Estado y sin ánimo de lucro, excluyendo de esta forma el apoyo de empresas privadas y de personas naturales quienes han colaborado en diferentes proyectos que ha realizado la fundación, por otro lado no es claro a qué región se está refiriendo en la promoción de su desarrollo, es necesario indicar si el espacio en donde se desenvuel-

ve es a nivel nacional, si es en el departamento de Cundinamarca, en la Provincia del Alto Magdalena o solamente en el municipio de Girardot.

## VISIÓN

*En la fundación “ECO” promoción y desarrollo social, nos vemos en cinco (5) años como una organización reconocida por su responsabilidad, transparencia y ayuda a la comunidad, tanto socialmente como económicamente en toda nuestra región.*

En cuanto a la visión de la fundación, efectivamente ha logrado describir la proyección a largo plazo indicando un marco temporal con el fin de aterrizar sus metas y garantizar su cumplimiento aunque al igual que en la misión no señalan cual es la región en la que quieren ser reconocidos.

## VALORES

*Ética, Honestidad, Transparencia, Equidad, Responsabilidad, Cooperación*

La fundación cuenta con valores que permiten establecer su identidad corporativa, no obstante uno de ellos que es la ética es muy general y puede ser interpretado de muchas formas diferentes a lo que quiere llegar a ser vista la organización.

## 7. Preproducción

A continuación se presentarán los elementos de preproducción que son necesarios para el desarrollo del evento

### 7.1. Análisis del briefing

La Fundación “ECO” Promoción y desarrollo social ha indicado la necesidad de darse a conocer en el municipio de Girardot con el fin de conseguir mayor apoyo en futuros proyectos que se realicen que busquen el desarrollo de la región, por ello se planteó la organización del primer festival Girardot te quiero Ecológica.

Partiendo como base que el Festival Girardot te quiero Ecológica está propuesta como un espacio en donde:

- Se promoció a la Fundación ECO Promoción y desarrollo
- Se busque contar con colaboradores, a través de entidades privadas, públicas, sin ánimo de lucro y personas naturales para el desarrollo del evento a través de patrocinio y de la participación en un concurso
- Se logre conseguir apoyo para futuros proyectos a través de aportes monetarios o con apoyo humano
- Se incentive el sentido de pertenencia y amor por la ciudad, el cuidado del medio ambiente y de los espacios impulsando el desarrollo de la vegetación, la limpieza y el arte contribuyendo a reducir los índices de contaminación
- Mejore la reputación de Girardot aportando en la construcción de una imagen más ecológica para el municipio embelleciendo la ciudad y cuidando sus espacios.

- Se realice la presentación de la propuesta para obtener patrocinio un día jueves al finalizar el día por las diferentes ocupaciones de las entidades
- Se realice la apertura del concurso en el cumpleaños de Girardot para que tanto los habitantes de la ciudad como los turistas tengan conocimiento de ello
- Se realice la premiación del concurso, el festival, el día de la tierra para fomentar el cuidado del medio ambiente y que vaya en línea con el mensaje del festival

## 7.2. Metas y objetivos del evento

### Metas

- Generar reconocimiento de la fundación por parte de la comunidad de Girardot
- Incentivar el cuidado del medio ambiente en la región
- Lograr el apoyo de los diferentes públicos para el desarrollo del evento y de futuros proyectos de la fundación

### Objetivo principal

Dar a conocer a la Fundación ECO Promoción y desarrollo social en el municipio de Girardot a través de un festival

### Objetivos específicos

- Presentarle la fundación a los habitantes de la ciudad de Girardot como una entidad dispuesta a ayudar en el desarrollo del municipio
- Mostrar al público la importancia de cuidar los espacios del municipio
- Concientizar a los ciudadanos de Girardot sobre el cuidado del medio ambiente de su ciudad
- Crear sentido de pertenencia por la ciudad
- Conseguir recursos humanos y económicos para el desarrollo del evento y de futuros proyectos de la Fundación
- Lograr la participación de ciudadanos en el cuidado y promoción de los espacios verdes de Girardot
- Contribuir con la imagen del municipio como ciudad turística y ecológica
- Promover el desarrollo económico local a través de la floricultura, el reciclaje y la fotografía como actividades económicas importantes en Girardot y generadoras de ingresos económicos para muchas familias del municipio, siendo principales protagonistas mujeres cabeza de familia.

## 7.3. Tipo de evento

Considerando el evento como el festival y las actividades para llevarlo a cabo, es decir la reunión para obtener patrocinio, el concurso y la premiación se clasifica de la siguiente forma:



Teniendo en cuenta la relación de la empresa con el público este evento va a ser un acto externo debido a que es un público ajeno a la fundación.

De acuerdo a su función, es un evento estratégico en donde se aportará valores esenciales a la fundación como marca y se logrará su reconocimiento en el municipio de Girardot.

En relación a su objetivo es un acto promocional debido a que más que incentivar al cuidado del medio ambiente, se busca dar a conocer la fundación.

Según el alcance geográfico es un acto local puesto que se realizará en el municipio de Girardot, contando como plan de difusión la divulgación de las diferentes actividades dentro del municipio.

De acuerdo a su periodicidad por el momento será un acto puntual al ser la primera vez que se realiza, considerando hacerla de forma periódica de acuerdo al éxito que se vaya a obtener.

Teniendo en cuenta su carácter es un acto público debido a que puede asistir toda la comunidad.

Por último considerando quien lo organice se clasifica como acto no oficial ya que es organizado por una entidad privada, en donde al contar con entidades del Estado es importante tener en cuenta aplicar el protocolo establecido en la normativa en Colombia.

#### **7.4. Mapa de públicos**

Considerando que la organización en cuestión es una entidad sin ánimo de lucro, no se habla de clientes sino de beneficiarios de la misma forma no se refiere a personal sino benefactores.

#### **Comunidad de la ciudad de Girardot, habitantes de la ciudad**

Tipo de público: Benefactores potenciales, algunos de ellos se pueden volver beneficiarios potenciales dependiendo de su situación actual, es decir si es una población vulnerable y si se están realizando proyectos en su beneficio.

Etapas de desarrollo: Es público latente debido a que no son conscientes del apoyo que pueden brindar en la fundación para el desarrollo de la ciudad.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento para quienes participen en el concurso son de autorrealización al ofrecer la oportunidad de ayudar al desarrollo de la ciudad y de reconocimiento para quienes ganen, para los demás asistentes la necesidad que se satisface es de afiliación por generar un vínculo con la ciudad y la fundación.

Relación con la organización: Son personas que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber participado en algún proyecto de que haya realizado la entidad.

Comportamiento de la comunicación: Dependiendo de su edad y nivel socioeconómico, su comunicación se da principalmente a través de redes sociales para estratos más altos y en

edades entre los 12 años a los 50 años, y voz a voz en estratos bajos para todas las edades y en edades de 51 años en adelante en estratos altos, siendo, a nivel general, los más jóvenes los menos interesados sobre la situación actual del municipio de Girardot.

Características demográficas: Personas residentes de la ciudad de Girardot, estratos 1 quienes viven en las zonas más peligrosas de la ciudad, la mayoría cerca al río Magdalena, al estrato 6 quienes suelen vivir en condominios o en el sector del Peñón que se caracteriza por ser uno de los sectores más privilegiados de la ciudad.

Preferencias de personalidad: Personas alegres, que se adecuan a los cambios, muchos de ellos conformistas sin liderazgo.

Benefit statement: Para quienes participen en los concursos generar la sensación de bienestar por haber contribuido en el desarrollo de la ciudad, para los demás asistentes.

### **Juntas de acción comunal**

Tipo de público: Benefactores potenciales

Etapas de desarrollo: Es público latente debido a que no son conscientes del apoyo que pueden brindar en la fundación para el desarrollo de la ciudad.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento para quienes participen en el concurso, son de autorrealización al ofrecer la oportunidad de ayudar al desarrollo de la ciudad y de afiliación por generar un vínculo con los ciudadanos y la fundación.

Relación con la organización: Son personas que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber participado en algún proyecto de que haya realizado la entidad.

Comportamiento de la comunicación: Su comunicación se realiza principalmente a través del teléfono y correo electrónico.

Características demográficas: Personas residentes de la ciudad de Girardot, estratos 1 al estrato 6

Preferencias de personalidad: Personas con liderazgo, que buscan el bien de la comunidad, solidarias y responsables.

Benefit statement: Para quienes participen en los concursos generar la sensación de bienestar por haber contribuido en el desarrollo de la ciudad, para los demás asistentes.

### **Medios de comunicación**

Tipo de público: Habilitadores

Etapas de desarrollo: es público activo debido a que se comunican y se organizan en torno a la situación.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento, son de autorrealización al informar a la comunidad sobre el concurso y las actividades del festival incentivando a largo plazo el cuidado del medio ambiente y satisface

las necesidades de reconocimiento generando diferencia entre otros medios por comunicar aspectos locales que ayuden a su desarrollo.

Relación con la organización: Son organizaciones que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber informado de alguna noticia sobre ella.

Comportamiento de la comunicación: Son entidades encargadas de dar información a una audiencia en diferentes medios.

Características demográficas: Entidades localizadas en Girardot, con miembros con estudios superiores y de clase social media y alta.

Preferencias de personalidad: Personas sociables, solidarias y comprometidas con su labor.

Benefit statement: Lograr primicias sobre acontecimientos del municipio en temas de desarrollo social y de la fundación en específico y obtener información verídica.

### **Empresas públicas y privadas**

Tipo de público: Benefactores potenciales a través del patrocinio del evento o al apoyar otros proyectos de la fundación

Etapas de desarrollo: es público latente debido a que no son conscientes del apoyo que pueden brindar en la fundación para el desarrollo de la ciudad.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento para quienes participen en el concurso son de autorrealización al ofrecer la oportunidad de ayudar al desarrollo de la ciudad, de afiliación por generar un vínculo con los ciudadanos y la empresa y de reconocimiento al permitir ser publicitado en las diferentes etapas de desarrollo del evento.

Relación con la organización: Son entidades que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber participado en algún proyecto de que haya realizado la entidad.

Comportamiento de la comunicación: Su comunicación se da a través de los medios tradicionales, páginas web corporativas y redes sociales.

Características demográficas: Entidades localizadas en Girardot, con miembros que varían sus características de acuerdo al cargo que están desempeñando, donde por ejemplo los directivos son personas con estudios superiores y de clase social alta.

Preferencias de personalidad: Personas con sentido de pertenencia que están comprometidas en lograr los objetivos de la empresa.

Benefit statement: Lograr publicidad en las diferentes etapas del evento, que permita generar el reconocimiento y la buena imagen de la organización en la comunidad de Girardot.

### **Administración pública**

Tipo de público: Benefactores potenciales, algunas veces se pueden volver beneficiarios potenciales, como en lo sería también en este caso con el evento, en donde se va a buscar desarrollar al municipio a través del cuidado de los espacios y de la promoción ecológica.

Etapa de desarrollo: es público activo debido a que se comunican y se organizan en torno a la situación, con el apoyo de este público se va a poder desarrollar el evento.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento son de afiliación por generar un vínculo con los ciudadanos y la administración pública y de reconocimiento por parte de los ciudadanos.

Relación con la organización: Son entidades que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber participado en algún proyecto de que haya realizado la entidad.

Comportamiento de la comunicación: Su comunicación se da a través de los medios tradicionales, páginas web corporativas y redes sociales.

Características demográficas: Entidades localizadas en Girardot, con miembros que varían sus características de acuerdo al cargo que están desempeñando, donde por ejemplo los directivos son personas con estudios superiores y de clase social alta.

Preferencias de personalidad: Personas con sentido de pertenencia que están comprometidas en lograr los objetivos de la empresa.

Benefit statement: Lograr publicidad en las diferentes etapas del evento que permita generar el reconocimiento y la buena imagen de la organización en la comunidad de Girardot.

### **Turistas de la ciudad de Girardot**

Tipo de público: Benefactores potenciales

Etapa de desarrollo: es público latente debido a que no son conscientes del apoyo que pueden brindar en la fundación para el desarrollo de la ciudad.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene el público y que puede satisfacer este evento son de afiliación por generar un vínculo con los ciudadanos.

Relación con la organización: Son entidades que no conocen o tienen una vaga idea sobre la fundación sin haber participado en algún proyecto de que haya realizado la entidad.

Comportamiento de la comunicación: Su comunicación se da a través de redes sociales.

Características demográficas: personas de diferentes ciudades del país, especialmente de Bogotá, de varios niveles sociodemográficos desde el 2 al 6.

Preferencias de personalidad: Personas alegres, que les gusta viajar y que tienen a Girardot como uno de los principales destinos.

Benefit statement: Lograr publicidad en las diferentes etapas del evento que permita generar el reconocimiento y la buena imagen de la organización en la comunidad de Girardot.

### **Grupos que cuidan el medio ambiente / grupos ecologistas del municipio**

Tipo de público: Habilitadores

Etapa de desarrollo: es público activo debido a que se comunican y se organizan en torno a la situación, algunas de ellas serán también benefactores como DATMA (Dirección de Asis-

tencia Técnica y del medio ambiente) con quien se realizará un convenio para el desarrollo del evento.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene este público se encuentran relacionadas a la autorrealización ya que buscan resolver problemas en este campo de acción

Relación con la organización: Son el público que ayuda al constante mejoramiento de las empresas del sector a través de su retroalimentación, su relación con la empresa también se basa en sus opiniones que puede beneficiarla o pueden afectar su imagen y en asesorarla para que los proyectos que se estén realizando beneficien al medio ambiente.

Comportamiento de la comunicación: Su comunicación se da principalmente a través de redes sociales, suelen hacer publicaciones a través de blogs y en sus páginas web corporativas.

Características demográficas: Entidades localizadas a nivel nacional especialmente en Girardot.

Preferencias de personalidad: Personas que luchan por una causa en este caso por el cuidado del medio ambiente y promueven hábitos más saludables, personas solidarias, honestas y seguras de sí mismas.

Benefit statement: Contribuir al compromiso de cuidar el medio ambiente en Girardot.

## **Reguladores**

Tipo de público: Habilitadores

Etapas de desarrollo: es público activo debido a que se comunican y se organizan en torno a la situación.

Situación de relaciones públicas: Las necesidades que tiene este público se encuentran relacionadas a la autorrealización donde buscan la resolución de problemas.

Relación con la organización: Son habilitadores para la empresa, donde establecen pautas que permitan un control en el funcionamiento de las organizaciones en el sector.

Comportamiento de la comunicación: La comunicación con las organizaciones que regula suele ser directamente, la comunicación al público en general se da a través de los medios tradicionales, páginas web corporativas y redes sociales.

Características demográficas: Entidades localizadas a nivel nacional especialmente de Girardot, con miembros con estudios superiores y de clase social media y alta.

Preferencias de personalidad: Personas responsables, honestas y organizadas en sus labores.

Benefit statement: Cumplir con el compromiso de promover el desarrollo de la ciudad y ayudar a los más necesitados.

## **7.5. Estrategia de comunicación**

Las estrategias que se van a plantear a continuación son proactivas en donde la organización está tomando la iniciativa para acercarse a sus públicos y están basadas en el análisis FODA.

**Estrategia FO:** Presentar a la Fundación como un promotor del desarrollo de Girardot recordando el cuidado del medio ambiente, ofreciendo alianzas estratégicas que como beneficio que obtendrán es mejorar su imagen, especialmente a entidades públicas en donde se aumentará la confianza de la comunidad hacia estas organizaciones, explotando aquellos atractivos ecoturísticos que posee la ciudad para que sea vista de otra manera por todos los públicos.

**Estrategia FA:** Crear alianzas estratégicas con fundaciones que cuenten con proyectos estatales y con entidades públicas, siendo pioneras en este tipo de eventos en el municipio y convirtiéndose en ejemplo para la comunidad de Girardot para que se fortalezcan sus habilidades de liderazgo y su trabajo en equipo.

**Estrategia DO:** Impulsar el deseo de ayudar a los demás abriendo paso a la participación de futuros proyectos por parte de ciudadanos y de entidades especialmente en el ámbito ecológico.

**Estrategia DA:** Establecer como mensaje principal dar a conocer a la fundación y todos los proyectos que ha realizado y piensa ejecutar más adelante, sin verse opacada por las actividades que van a incentivar la ecología en el municipio que van a cumplir como actividades complementarios al objetivo principal del evento.

#### 7.6. Técnicas y tácticas del evento

- Conseguir patrocinio para recaudar dinero que permita el desarrollo de las convocatorias y de la entrega de premios
- Lograr la participación de ciudadanos en el cuidado y promoción de los espacios verdes de Girardot
- Establecer en el concurso categorías que vayan con el perfil de los habitantes de la ciudad de Girardot, siendo la floricultura, el reciclaje y la fotografía los ejes centrales
- Determinar premios que vayan con los intereses de los posibles participantes
- Establecer actividades que se van a llevar a cabo el día de la festival que logren promocionar a la fundación y genere conciencia sobre el cuidado del medio ambiente
- Envío de notas de prensa dirigidas a los medios de comunicación antes de realizar el concurso y de la premiación

#### 7.7. Mensaje

Los mensajes que se van a presenta teniendo en cuenta las estrategias planeadas y las fases del evento:

Mensajes para reunión de presentación para obtener patrocinio

- Girardot tiene potencial para ser reconocida a nivel nacional más allá de sus reinados pero necesita ser impulsada y juntos podemos hacerlo
- El auge ambiental más que una moda se ha vuelto un requisito en las organizaciones y con la Fundación ECO promoción y desarrollo social llegaremos a que su empresa sea vista como una entidad responsable socialmente

Mensajes para el concurso

- Con tu dedicación y talento a través de la fundación ECO promoción y desarrollo social podemos unir nuestras fuerzas en volver a Girardot un lugar más ecológico

Mensaje para festival premiación

- Juntos a través de la fundación ECO promoción y desarrollo social podemos llevar a Girardot por un buen camino
- Es momento de reconocer tu talento, dedicación y tus ganas de ayudar en el cuidado de medio ambiente de Girardot por medio de la Fundación ECO promoción y desarrollo

### 7.8 Tema

Se va a basar el evento en algunos de los elementos que conforman el medio ambiente, siendo la tierra relacionada con todas las categorías de limpieza y el reciclaje del concurso, la flora con las categorías relacionadas con la jardinería, el aire con las categorías relacionadas con la fotografía y el agua que es la fuente principal de vida va a ser relacionada a patrocinadores y organizadores del festival, indicando la importancia de cuidar cada uno de estos elementos a todos los asistentes.

### 7.9 Eje argumental y eslogan

El eslogan se pensó en la idea de incentivar a la participación del evento

“Girardot más que sol y piscinas, es una ciudad ambientalmente comprometida por eso necesita ser ecológica”

### 7.10. Elección del espacio

Se han seleccionado como espacios los siguientes lugares de acuerdo a las actividades que se llevarán a cabo en el festival

- Presentación de proyecto para patrocinios: Teniendo en cuenta los requerimientos indicados por la directora ejecutiva de la fundación ECO Promoción y desarrollo social, se planea realizar la reunión dentro de una de las salas disponibles de la cámara de comercio de Girardot, ubicada en el centro de la ciudad de Girardot, Cl. 19 Cra. 11 Esq. B/ Sucre, casa José Algure Manyá, en el auditorio con un espacio de 30 metros de largo por 34 metros de ancho, es un espacio limpio, ordenado, cuenta con sillas y proyectores además de aire acondicionado.
- Apertura del concurso y exhibición galería de fotografías: Se va a realizar la apertura de concurso, en donde se llevará a cabo inscripciones y asesorías y explicación del con-

curso en el coliseo de ferias José Alonso Escadón, en la calle 22 # 18 – 9, dentro de uno de los espacios destinado para el desarrollo que es el centro de entretenimiento con un tamaño de 30 metros de ancho por 25 metros de largo.

- Desarrollo del festival: Se van a realizar las actividades del festival en el coliseo de ferias José Alonso Escadón, en la calle 22 # 18 - 9, lugar donde se han realizado diferentes eventos como la feria de ganado, realizándose muchas de las actividades en la pista de equino que cuenta con una capacidad de 1000 personas sentadas con un tamaño de 90 metros por 85 metros y en la pista ganadera con un tamaño de 70 metros de ancho por 60 metros de largo con capacidad de 400 personas sentadas.

### **7.11. Elección de fecha**

Teniendo en cuenta los requerimientos de la fundación especificadas en el briefing se van a realizar las siguientes actividades en estas fechas:

Presentación de proyecto para obtener patrocinio: 27 de julio de 2017

Apertura de convocatoria del concurso: 9 de octubre de 2017, contando con un mes para poder inscribirse (hasta el 9 de noviembre) y el concurso será del 9 de noviembre – 15 abril de 2018. Siendo el 9 de octubre día del cumpleaños de Girardot, aprovechando el marco de celebración y de la gran audiencia en sitios públicos de ciudadanos y turistas para dar a conocer del concurso.

Entrega de premios categoría 16 reciclaje “Mercado x Reciclaje” (primera jornada): 1 de marzo en celebración del día del reciclador.

Entrega de premios de las demás categorías y otras actividades (segunda jornada): 21 y 22 de abril de 2018.

Dando un lapso de tiempo para el concurso de 6 meses para el desarrollo de cada categoría y coincidiendo con el día de la tierra que es el 22 de abril.

## **8. Producción**

En esta parte se va a indicar como sería la puesta en escena de cada una de las actividades que compone el festival.

### **8.1. Listado de necesidades**

El listado de necesidades se va a presentar teniendo en cuenta las diferentes etapas del evento:

#### **Presentación de proyecto para patrocinio**

Proyector, 50 Sillas, atril, micrófono, altavoz, 50 Folletos con información del proyecto en material reciclable, agua, café, comida

#### **Apertura del concurso – desarrollo del concurso**



Papel/lona reciclable con las categorías del concurso de 100 cm x 200 cm, 2 impresiones, 200 Folletos con información del concurso en material reciclable, Micrófono, Altavoz, 50 Sillas, 10 Mesas

#### RECURSOS HUMANOS

Responsable en relaciones públicas: Que permita hacer seguimiento al público y aclarar dudas en temas de comunicación

Miembros de empresa Reciclajes San Gabriel: Quienes se encargarán de recoger los materiales reciclados por parte de las juntas de acción comunal y de los recicladores de las categorías del concurso 15° y 16°

Paisajistas: Personas que asesorarán en el desarrollo de las categorías de “Jardines y patios de fantasía”

Jurados (Un representante del municipio de Girardot, de dirección regional de cultura del Banco de la República y de la sociedad civil) : Personas especializadas en los diferentes ámbitos de la categoría que harán seguimiento del concurso y definirán los ganadores

Asesores: Personas que respondan a las dudas referentes al concurso y que aconsejen al jurado calificador para tomar su decisión

#### **Festival Girardot te quiero ver ecológica**

#### RECURSOS HUMANOS

Se van a necesitar 30 personas que hacen parte de las diferentes entidades patrocinadoras y organizadoras del evento quienes dentro de este grupo están los proveedores que serán contratados para los diferentes aspectos del festival.

Los proveedores harán parte de

Personal del área de relaciones públicas: encargados de la planeación del evento, contacto y selección de proveedores y personal externo, supervisión en la ejecución del evento y su medición posterior

Fernando Mancera: Celebridad que conducirá el evento, periodista y comunicador social que ha sido presentador del reinado nacional del turismo de Girardot en varias ocasiones

Apoyo logístico: Se va a contratar proveedores para:

Montaje y desmontaje del evento, Las luces, La proyección de videos e imágenes, Conductores de las chivas de caravana que trasladaran a las personas para el tour, Personas que entregarán refrigerios a personas del evento, agua y jugo a los asistentes, Encargados del sonido

Empleados que comprenden la comida y armen refrigerios: de la empresa de catering que se contratará para la elaboración de refrigerios

Personal de iluminación: personas encargadas de las luces del evento

Personal de aseo general: responsables de la limpieza del sitio en el montaje, durante el evento y en el desmontaje

1 Especialista en reciclaje y 1 del cuidado del medio ambiente y 2 de turismo en Girardot:

Quienes se encargarán de realizar los conversatorios de reflexión programados

Equipo que sepa de primeros auxilios: Personas que reciban una capacitación previa y que puedan auxiliar a asistentes del evento en caso de que surja algún accidente durante las actividades planeadas

Jurados (3 especialistas en fotografía, 3 en jardinería y 3 en reciclaje) : Empleados especializadas en los diferentes ámbitos de la categoría que harán seguimiento del concurso y definirán los ganadores

### **Materiales gráficos**

Papel/lona reciclable para poner en el área de entretenimiento, la pista de equino y ganadero del coliseo de ferias José Alonso Escadon, para 10 impresiones con el logo del festival fecha y logos de empresas patrocinadoras y organizadoras resaltando un poco más el logo de la fundación de 100 x 130 cm; Papel/lona reciclable para poner al lado de las tarimas con los logos de las empresas patrocinadoras y organizadoras resaltando un poco más el logo de la fundación de 400 cm de largo x 200 cm de ancho, 2 impresiones; Papel/lona reciclable con el programa del festival de 100 cm x 200 cm, 5 impresiones; Carteles direccionales «Zona de hidratación» y «baños», de cartón reciclable, de dimensiones A3 con soporte de pie, 8 impresiones; Acreditaciones para los organizadores, dimensiones 10 x 12 cm; Stickers con el logo

### **MATERIALES AUDIOVISUALES**

Pantalla 4\*3.5, Presentaciones en power point de algunas actividades del festival como conversatorios y la premiación, Computadores portátiles, cámaras, extensiones

### **FOTÓGRAFO Y CAMARÓGRAFO**

Se contratará un fotógrafo para que tome fotografías del festival las cuales se enviarán adjuntas en la nota de prensa y se subirán en las redes sociales de la fundación y un camarógrafo para grabar en vivo y directo con el fin de que sea proyectado en la pantalla de la tarima.

### **SERVICIOS DE CÁTERIN**

Se van a dar refrigerios y una zona de hidratación, por lo que será necesario:

Comida para el refrigerio, el alquiler de mesas y sillas de plástico, 5 canecas para guardar bebidas, 3000 bolsas de agua, 2000 bolsas de jugo, Bloques de hielo

### **ESCENOGRAFÍA**

1 Tarima modular de 1 metro de altura x 3 metros de ancho, paredes falsas pintadas como cielo, es decir azul con nubes para la galería fotográfica, 1 atril, tapas de color azul, verde,

café, azul claro, azul oscuro, negras y grises, 2 Soportes para manualidades, una del logo del festival y otra del símbolo del reciclaje con tapas, cajas reciclables, pintura, pegante en barra

#### MATERIAL DEL SONIDO

Altavoces, micrófonos, mezcladores

#### PREMIOS

Diplomas de mención honorífica y de participación impresos en papel reciclaje y premios definidos de acuerdo a las empresas patrocinadores (ejemplo bonos)

#### OTROS MATERIALES

Canecas para reciclaje: 8 canecas verdes para desechos ordinarios no reciclables, 8 canecas grises para papel y cartón y 8 azules para plástico, 4 chivas para caravana para hacer el tour, Flores, Oasis, canastas, Bombas verdes, Papel reciclado, Banderines azules y blancos, Banderines verdes, Banderines cafés, 500 Abanicos en material reciclable, 2000 sombrillas con el logo del evento.

### **8.2. Equipo de producción.**

Director de producción: Coordina a los miembros del equipo de producción, supervisando que se esté cumpliendo lo planificado

Ayudante de producción: Asistencia al director de producción

Stage Manager: Coordina todo lo que sucede el día del evento

Escenógrafo: se encarga del escenario y decoración

Realizador: Coordina la iluminación y sonido del evento

Técnico de iluminación: Encargado de la iluminación siguiendo instrucciones del realizador

Técnico de sonido: Encargado del sonido siguiendo las instrucciones del realizador

Operadores de cámara: Personas que tomarán fotos que serán usados en las redes sociales de la fundación y videos proyectados en vivo y en directo en la pantalla de la tarima, realizando edición del video para ser presentados para futuros proyectos y en redes sociales

Transportistas: Personas que transportarán los elementos que hacen parte del escenario y a algunos invitados que lo requieran

Equipo de montaje y desmontaje: Encargados de montar los elementos que corresponden al evento y no se encuentran dentro de la fábrica y su desmontaje

Personal de apoyo: Estarán asistiendo en temas como distribución escarapelas, ubicación de asistentes en asientos, entrega de refrigerios, estarán atentos de que todos los elementos del escenario estén completos y serán personas de la fundación y de empresas patrocinadoras debidamente capacitadas, también se encargarán de brindar asesoría en la apertura del concurso

Personal de seguridad: Personas que estarán asegurando el ingreso de los invitados, garantizarán la integridad de los asistentes del evento especialmente de las autoridades

Personal de primeros auxilios: Personas que contarán con la capacitación debida para auxiliar a personas en caso de que lo necesiten

### **8.3. Plan de difusión**

Teniendo en cuenta las diferentes etapas del evento y con el objetivo de llegar al máximo número de personas dentro del público, los principales medios o plataformas en los que se va a dar a conocer y a invitar al evento son:

#### **Reunión de presentación para patrocinio**

- Invitaciones por correo electrónico a partir de bases de datos del público definido anteriormente (mailing) contando con información de entidades con las que se van a realizar convenio (DATMA y Cámara de Comercio de Girardot)
- Llamadas telefónicas para confirmar recepción de correo y complementar información
- Creación del evento por redes sociales

#### **Apertura de concurso**

- Notas de prensa a medios de comunicación local
- Mensajes a través de emisoras y canales de televisión locales
- Publicidad exterior en algunos barrios de Girardot con la información del concurso
- Publicación del concurso en las redes sociales de la fundación y las páginas web de algunas empresas patrocinadoras
- En redes sociales uso del hashtag #Girardotequieroecologica #concursoGirardotecologica

#### **Festival-Premiaciones Girardot te quiero ecológica**

- Mensajes a través de emisoras y canales de televisión locales
- Publicidad exterior en algunos barrios de Girardot con la información del festival
- Publicación del festival en las redes sociales de la fundación y las páginas web de algunas empresas patrocinadoras
- En redes sociales uso del hashtag #Girardotequieroecologica #premiostequieroecologica

### **8.4. Cáterin**

Para el servicio de cáterin en cuanto a la reunión de presentación del 27 de julio se comprarán pasabocas que serán servidos con café por personal de la fundación, para la primera jornada que será el 1 de marzo y la segunda jornada 21 y 22 de abril se tiene planeado la entrega de refrigerios para las personas que estarán a cargo del evento en sus diferentes fases, entregando los refrigerios en platos desechables reciclables con croissants y jugos en caja y se desea contar con una zona de hidratación para los asistentes, dando como

hidratación agua fría y jugo en bolsas que serán guardadas para conservar el frío en canecas con bloques de hielo.

Se contratarán a personas que armen los refrigerios y que provean el agua y los jugos, adicionalmente se necesitarán de personas que hagan la entrega de refrigerios y estén a cargo de las zonas de hidratación.

### **8.5. Decoración y escenografía**

**Presentación para obtener patrocinio:** Se va a contar con los elementos que ofrece el auditorio de la cámara de comercio de Girardot.

**Apertura del concurso:** Se tendrán mesas y sillas para atender cualquier duda por medio de asesores, la decoración contará con banderines de color café, azul y verde e impresiones con información de la categoría.

#### **Festival-premiación Girardot te quiero ecológica**

**Primer día – premiación categoría 16°:** El escenario va a contar con una tarima, una pantalla en donde se proyectará una presentación con los elementos gráficos del concurso, atril, impresiones con los logos de las empresas organizadoras y patrocinadoras, el símbolo de reciclaje en tamaño grande hecho con tapas e impresiones del festival y banderines alrededor.

**Desarrollo otras actividades y premiación de las demás actividades:** La decoración irá de acuerdo al tema del evento en donde cada categoría del concurso: jardines y patios, reciclaje y limpieza y fotografía representan un elemento que conforman el medio ambiente siendo representados en elementos decorativos.

El escenario va a contar con una tarima, una pantalla en donde se proyectará una presentación con los elementos gráficos del concurso, atril, impresiones con los logos de las empresas organizadoras y patrocinadoras, el logo del evento en tamaño grande hecho con tapas de colores, impresiones del festival y del programa.

Las presentaciones de Power Point van a tener elementos gráficos de acuerdo al elemento que represente, es decir en conversatorios relacionados a la limpieza y reciclaje y en el momento en que se entreguen premios de las categorías de limpieza y reciclaje se van a dar elementos alusivos al suelo, tonos cafés en las diapositivas.

Así mismo se dará una presentación de Power Point con tonos azules alusivos al agua en conversatorios relacionados con el impulso del turismo y del desarrollo de la ciudad.

De la misma forma con las presentaciones relacionadas a las categorías de jardinería, las presentaciones de Power Point en el momento de hacer entrega de los premios tendrán tonos verdes, también se contarán con banderines en el desarrollo y premiación de la categoría 10° Arreglos florales, así mismo las chivas que serán usadas en el ecotour para ver

jardines de espacios públicos contarán con flores grandes hechas en papel reciclado junto con bombas de color verde.

Se usarán paredes falsas de color azul y partes blancas, banderines azules y blancos, cajas recicladas para realizar cámaras de cartón para la galería fotográfica.

### 8.6. Piezas gráficas

Para el diseño e impresión de los elementos gráficos mencionados en el “apartado listado de necesidades” se tuvo en cuenta el tema del evento que está compuesto de elementos que hacen parte del medio ambiente (tierra, aire, flora y agua) y de símbolos representativos del municipio de Girardot como lo son el monumento El León y el monumento a la antigua estación del ferrocarril, además para asociar el evento con la Fundación se emplearon los mismos colores institucionales dando como resultado el siguiente logotipo:



### 8.7. Animación y espectáculos

Los espectáculos con los que se van a contar para el programa del festival son:

Un baile típico de la región, bambuco, un baile popular campesino del país que representa a la región de Cundinamarca con el fin de generar sentido de pertenencia por la ciudad de Girardot, este baile estará a cargo del grupo de danza seleccionado por la alcaldía municipal y una representación de un grupo de teatro seleccionado por la alcaldía municipal, en el que se va a mostrar cómo sería el mundo si no se cuida el medio ambiente, contando como escenario imágenes proyectadas en la pantalla de la tarima, y de otros elementos de producción a cargo de la escuela de teatro, con el fin de generar conciencia de preservar la naturaleza y el entorno.

### 8.8. Plan B

- Teniendo en cuenta que este evento depende considerablemente de la energía eléctrica, se debe contar con un generador de energía conectado a la red en caso de que suceda algún apagón.

- En caso de no encontrar disponible el auditorio de la cámara de comercio de Girardot para realizar la presentación del proyecto con el fin de obtener patrocinio se alquilará el auditorio de la biblioteca del banco de la República ubicada en Cra. 12 #1-7 que tiene el mismo costo que el auditorio de la cámara de comercio.
- En caso de que llegue a llover para la segunda jornada del festival y considerando que los asistentes tendrán que desplazarse a los diferentes espacios del coliseo, que se encuentran cubiertos pero al momento de trasladarse los asistentes pueden mojar-se, se darán sombrillas con el logo del evento.

## 8.9. Programa de producción

### Presentación proyecto para obtener patrocinio

- 27 de julio – 2017: Presentación del proyecto

Lugar: Cámara de comercio de Girardot

Hora: 4:00 p.m. – 6:00 p.m.

Se va a presentar detenidamente el proyecto a cada representante de las entidades invitadas, haciendo énfasis en que esto es una oportunidad para fortalecer la imagen ante los consumidores en un ámbito más ecológico y una oportunidad de impulsar el desarrollo de la ciudad ofreciendo pasabocas a lo largo de la reunión.

### Apertura del I Concurso de “Jardines y patios de fantasía”, Limpieza y Reciclaje: “Girardot más limpia” y fotografía “Eco-Retratos de Girardot”

- 9 de octubre – 2017: Anuncio de apertura de concurso

Lugar: Coliseo de ferias José Alonso área de entretenimiento

Hora: 10:00 a.m. – 11:00 a.m.

Se va a dar inicio al concurso explicando cada una de las categorías:

#### CATEGORÍAS CONCURSO JARDINES Y PATIOS DE FANTASÍA

Nº Categoría: 1º Patios de instituciones Públicas/privadas

Nº Categoría: 2º Patios de casas, casonas y casas hacienda

Nº Categoría: 3º Jardines de instituciones públicas/privadas

Nº Categoría: 4º Jardines de casas, casonas y casas hacienda

Nº Categoría: 5º Huertos caseros

Nº Categoría: 6º Balcones floridos

Nº Categoría: 7º Barandales floridos

Nº Categoría: 8º Colección de plantas

Nº Categoría: 9º Viveros

Nº Categoría: 10º Arreglos florales (tema Libre)

Nº Categoría: 11º Jardines en espacios de uso público

#### CATEGORÍAS: CONCURSO ECO-RETRATOS DE GIRARDOT

Nº Categoría: 12º Fotografía – Fotos “Girardot Linda”

Nº Categoría: 13º Fotografía – “Girardot Cambia”

CATEGORÍAS: CONCURSO GIRARDOT TE QUIERO LIMPIA

Nº Categoría: 14º Reciclaje para niños y jóvenes

Categoría 14.1: ReciclArte Jardín

Categoría 14.2: Pintemos a Girardot ecológica

Categoría 15º Reciclaje – “Juntos comunalmente reciclando”

Categoría 15.1: “Juntos comunalmente reciclando tapas”

Categoría 15.2: “Juntos comunalmente reciclando papel y cartón”

Categoría 15.3: “Juntos comunalmente reciclando botellas PET”

Categoría 16º: “Mercado x Reciclaje”

- 9 de octubre – 2018: Asesoría en inscripciones

Lugar: Coliseo de ferias José Alonso Escadon área de entretenimiento

Hora: 11:00 a.m. – 12:30 m.

Se va a dar información de cómo inscribirse, personas de contacto y pautas a seguir

### **Festival-Premiación Girardot te quiero ecológica**

#### PRIMER JORNADA

- 1 de marzo- 2018: Premiación categoría 16 reciclaje

Lugar: Coliseo de ferias José Alonso Escadón pista de equino

Hora: 3:00 pm – 4:30 pm

Para conmemorar el día del reciclador se va a premiar en la categoría 16 de Reciclaje “Mercado x Reciclaje”

SEGUNDA JORNADA: DIA 1: Fecha: 21 de abril de 2018 - Lugar: Coliseo de ferias José Alonso Escadon – Entrada libre

#### ESPACIO PISTA DE EQUINO

- 10:00 am – 10:30 am: Se va a dar la bienvenida a todos recordando el motivo del festival e indicando el programa que se va a llevar a cabo durante el evento
- 10:30 a.m. – 11:30 a.m.: Se va a hacer una reflexión sobre el cuidado del medio ambiente buscando generar conciencia en los asistentes y que eviten botar basura en la ciudad, también se explicará cómo se debe reciclar de una forma muy dinámica.

#### ESPACIO ÁREA DE ENTRETENIMIENTO

- 11:30 a.m. – 12:30 m: Presentación de galería fotográfica “Eco-Retratos de Girardot”. Se van a presentar las fotografías de los participantes a lo largo de este espacio separadas por subcategorías estipuladas en el concurso

#### ESPACIO PISTA DE GANADERO



- 2:30 p.m. – 4:00 p.m.: Inicio recorrido con concurso y exhibición de arreglos florales – tema libre, se va a hacer un concurso en el que se pedirá a los participantes que realicen arreglos florales en un tiempo determinado del estilo que deseen, siendo exhibidos y premiados en el momento

#### RECORRIDOS POR LA CIUDAD DE GIRARDOT

- 4:00 p.m. – 6:00 p.m.: Recorrido de jardines participantes del concurso Jardines de Fantasía, se realizará el recorrido a través de caravanas en grupos organizados deteniéndose en los espacios públicos en los que hayan participado en la categoría de jardines.

#### ESPACIO PISTA DE EQUINO

- 6:30 p.m. – 7:00 pm: Baile típico bambuco a cargo de grupo de danza, se va a dar una muestra de la cultura Girardoteña a través de uno de los bailes típicos de la región.

SEGUNDA JORNADA: DIA 2 Fecha: 22 de abril -2018 – Lugar Coliseo de ferias José Alonso Escadon – Entrada libre

#### ESPACIO PISTA DE EQUINO

- 10:00 a.m. – 10:30 am: Representación un mundo que no cuida al medio ambiente a cargo del grupo de teatro, se va a hacer una representación que busque concientizar a los asistentes sobre las consecuencias que lleva la contaminación y el mal uso de los recursos naturales
- 10:30 a.m. – 11:20 a.m.: Conversatorio Girardot más que sol y piscinas una ciudad ecoturística. Se va a dar a conocer las riquezas naturales que cuenta la ciudad, la importancia de cuidarlos y la forma de hacerlo.
- 2:00 p.m. – 5:00 p.m.: Ceremonia de premiación de todas las categorías del “Concurso Girardot te quiero ecológica 2018”.
- 2:00 p.m. – 2:30 p.m.: Introducción y presentación de categorías de concurso
- 2:30 p.m. – 3:00 p.m.: Premiación y reconocimientos concurso de limpieza y reciclaje Girardot más limpia
- 3:30 p.m. – 4:00 p.m.: Premiación y reconocimientos concurso fotografía Eco-Retratos de Girardot
- 4:00 p.m. – 4:30 p.m.: Premiación y reconocimientos concurso Jardines de fantasía
- 4:30 p.m. – 5:00 p.m.: Agradecimientos, discurso final y cierre del festival

#### 8.10. Cronograma

El siguiente cronograma se estableció de acuerdo a las diferentes fases del evento, donde el concurso para las categorías de “Jardines y patios de Fantasía” necesitan ser supervisadas periódicamente con el fin de asegurarse de que efectivamente están cumpliendo con

las normas, descalificando a aquellos participantes que no cumplan; de igual forma para las categorías de reciclaje, con el fin de evitar conglomeración de desechos, se contará con personas que se encargarán de recoger el material reciclado y de llevar el registro del peso para ser sumado al final del concurso.



## 8.11. Presupuesto

El presupuesto estimado se realizó teniendo en cuenta el apoyo de entidades para a consecución de algunos elementos del evento, el IVA está calculado bajo el 19% que es el monto asignado a compras desde el 2017. Este presupuesto será mostrado a los patrocinadores de acuerdo a los ítems en los que se identifiquen que estas entidades puedan ayudar.

PARTIDAS	Cantidad	Precio	IVA	Total
<b>1. RESTAURACIÓN / CÁTERING</b>		€ 66,39	€ 12,61	€ 1.167,00
60 Refrigerios	60	€ 2,45	€ 0,47	€ 175,21
sillas	50	€ 0,25	€ 0,05	€ 14,60
10 mesas	10	€ 0,52	€ 0,10	€ 6,21
3000 bolsas de Agua	3000	€ 0,04	€ 0,01	€ 153,31
2000 bolsas de Jugo	2000	€ 0,25	€ 0,05	€ 584,05
Alquiler de 5 canecas para guardar bebidas	5	€ 3,07	€ 0,58	€ 18,25
Bloques de hielo	5	€ 6,13	€ 1,17	€ 36,50
Pasabocas	50	€ 1,53	€ 0,29	€ 91,26
Estación de Café	1	€ 30,67	€ 5,83	€ 36,50
Meseros	2	€ 21,47	€ 4,08	€ 51,10
<b>2. DESPLAZAMIENTOS</b>		€ 153,37	€ 29,14	€ 730,06
Alquiler de 4 chivas	4	€ 153,37	€ 29,14	€ 730,06
<b>3. ESPACIOS E INFRAESTRUCTURAS</b>		€ 1.226,99	€ 233,13	€ 1.460,12
Alquileres de los espacios del evento (auditorios, salas,...)	1	€ 920,25	€ 174,85	€ 1.095,09
Suministros (agua, gas, electricidad, teléfonos, ADSL,...)	1	€ 306,75	€ 58,28	€ 365,03
<b>4. DECORACIÓN ESPACIOS EVENTO</b>		€ 444,79	€ 84,51	€ 529,29
Diseño decoración	1	€ 30,67	€ 5,83	€ 36,50
Construcción o alquiler de escenarios	1	€ 153,37	€ 29,14	€ 182,52
Flores y ornamentos vegetales	1	€ 46,01	€ 8,74	€ 54,75
Transporte, montajes y desmontaje	1	€ 122,70	€ 23,31	€ 146,01
Otros elementos de decoración	1	€ 92,02	€ 17,48	€ 109,51
<b>5. ANIMACIÓN Y ESPECTÁCULOS</b>		€ 30,67	€ 5,83	€ 36,50
Otros Gastos bailarines y actores	1	€ 30,67	€ 5,83	€ 36,50
<b>6. EQUIPOS AUDIOVISUALES</b>		€ 981,60	€ 186,50	€ 1.168,10
Pantalla 4*3.5	1	€ 981,60	€ 186,50	€ 1.168,10
<b>7.- EQUIPOS DE SONIDO</b>		€ 1.687,12	€ 320,55	€ 2.007,67
CON KIT DE MICROFONERIA	1	€ 674,85	€ 128,22	€ 803,07
CONSOLA LS9	1	€ 460,12	€ 87,42	€ 547,55
SONIDO TURBO SOUND	1	€ 552,15	€ 104,91	€ 657,06
<b>8.- EQUIPOS DE ILUMINACIÓN</b>		€ 1.084,36	€ 206,03	€ 1.430,92
par led 5 watos	12	€ 10,74	€ 2,04	€ 153,31
bean R7 incluida estructura metalica	1	€ 889,57	€ 169,02	€ 1.058,59
Transporte	1	€ 184,05	€ 34,97	€ 219,02

<b>9. PRODUCCIÓN GRÁFICA</b>		€ 828,22	€ 157,36	€ 985,58
Diseño (web / e-mail/redes sociales)	1	€ 214,72	€ 40,80	€ 255,52
Impresión de materiales gráficos	1	€ 613,50	€ 116,56	€ 730,06
<b>10. PUBLICIDAD</b>		€ 1.687,12	€ 320,55	€ 2.007,67
Pago por publicidad en televisión local	1	€ 613,50	€ 116,56	€ 730,06
Pago por publicidad en radio local	1	€ 613,50	€ 116,56	€ 730,06
Otros pagos publicitarios	1	€ 460,12	€ 87,42	€ 547,55
<b>11. SERVICIOS VARIOS</b>		€ 39,88	€ 7,58	€ 365,03
Servicio de seguridad (se conseguirá la policía)	4	€ 6,13	€ 1,17	€ 29,20
Servicios de limpieza	4	€ 15,34	€ 2,91	€ 73,01
Servicio Staff o logística	12	€ 18,40	€ 3,50	€ 262,82
<b>12. PLAN B</b>		€ 1.138,10	€ 216,24	€ 8.797,24
Alquiler planta de energía	1	€ 1.134,97	€ 215,64	€ 1.350,61
Sombrillas	2000	€ 3,13	€ 0,59	€ 7.446,63
<b>13. OTROS COSTES</b>		€ 329,75	€ 62,65	€ 16.844,34
385 Diplomas de participación	385	€ 0,77	€ 0,15	€ 351,34
45 Diplomas de primer y segundo lugar	45	€ 0,77	€ 0,15	€ 41,07
45 Premios	45	€ 306,75	€ 58,28	€ 16.426,38
Alquiler canecas de reciclaje (lo aporta Cesar Boris)	1	€ 21,47	€ 4,08	€ 25,55
<b>14. ORGANIZACIÓN Y PRODUCCIÓN</b>		€ 1.549,08	€ 294,33	€ 1.879,91
Gastos de subcontratación de proveedores	1	€ 306,75	€ 58,28	€ 365,03
Seguro general del evento	1	€ 613,50	€ 116,56	€ 730,06
Otros costos imputables al evento (teléfonos,...)	3	€ 15,34	€ 2,91	€ 54,75
Honorarios de dirección y producción del evento	1	€ 613,50	€ 116,56	€ 730,06
<b>TOTAL PRESUPUESTO</b>				€ 39.409,44

## 8.12. Patrocinadores

Para el desarrollo del evento en todas sus fases y teniendo en cuenta que la fundación es una entidad sin ánimo de lucro con muy poco reconocimiento, es necesario contar con el patrocinio de diferentes entidades, estableciendo también convenios con organizaciones como la alcaldía municipal, DATMA y la cámara de comercio con el fin de generar mayor confianza a los diferentes públicos.

El apoyo que necesita la fundación por parte de los patrocinadores es a nivel económico en el pago de publicidad para difundir tanto el evento la premiación y demás actividades del festival, los premios que pueden ser relacionados a los productos que ofrecen las empresas que vayan a ser patrocinadoras, como apoyo profesional calificado en medio ambiente, protocolo, psicología.

Los beneficios que obtendrán a cambio aquellas entidades que decidan patrocinar el evento son la publicidad de las empresas en todo momento del evento que teniendo en cuenta su larga duración (desde octubre de 2017 a mayo de 2018) garantizará una mayor recordación entre el público, adicionalmente se logrará una mejor imagen de las marcas al ser relacionadas con cuidado del medio ambiente y responsabilidad social.

## 9. Posproducción

En días posteriores al evento se busca indagar si efectivamente el evento logró sus objetivos

### 9.1. Evaluación

De acuerdo a los siguientes objetivos:

- *“Dar a conocer a la Fundación ECO Promoción y desarrollo social en el municipio de Girardot a través de un festival”*

Se va a realizar una encuesta de conocimiento que permita conocer si la información se logró transmitir efectivamente, esta encuesta se realizará 2 semanas después del evento.

- *“Conseguir recursos humanos y económicos para el desarrollo del evento y de futuros proyectos de la Fundación”*

Contabilizar la cantidad de voluntarios, donaciones y alianzas para próximos proyectos que realice la fundación durante un año.

- *“Lograr la participación de ciudadanos en el cuidado y promoción de los espacios verdes de Girardot”*

Contabilizar la cantidad de participantes a los concursos y de asistentes a las premiaciones y demás actividades del festival.

- *“Contribuir con la imagen del municipio como ciudad turística y ecológica”*

Realizar una encuesta de opinión dirigida a la comunidad sobre la ciudad

- *“Promover el desarrollo económico local a través de la floricultura, el reciclaje y la fotografía como actividades económicas importantes en Girardot y generadoras de ingresos económicos para muchas familias del municipio, siendo principales protagonistas mujeres cabeza de familia”.*

Realizar un sondeo por observación y fuentes secundarias de la situación de la comunidad de Girardot haciendo énfasis en las mujeres cabeza de familia.

## 10. CONCLUSIONES

Después de haber establecido el plan a realizar para llevar a cabo el evento que permitirá dar a conocer a la Fundación se llegaron a las siguientes conclusiones teniendo en cuenta los objetivos del trabajo:

- *Objetivo principal: Planificar un festival para una empresa de carácter social de principio a fin y las actividades de comunicación que se requieren para ser llevado a cabo con el fin de darse a conocer*
1. El manejo de los eventos de empresas sin ánimo de lucro requieren de un mayor esfuerzo para enfocar la atención en la empresa en caso de ser un evento promocional por lo que es clave, a nivel general, el diseño de mensajes centrados en mostrar las características de la organización.
  2. Para obtener recursos tanto económicos además de la creación de alianzas, en los eventos en general, es importante el grado de conocimiento que se tenga de la fundación en los proyectos realizados debido a que esto genera confianza en el público para poder ayudar
  3. Para este evento es necesario realizar alianzas o convenios estratégicos con entidades de alto reconocimiento en temas del medio ambiente y del sector empresarial antes de la presentación para conseguir patrocinio con el fin de contar con un mayor respaldo en el desarrollo de las pautas del concurso y al momento de exponer el proyecto como se ha venido haciendo con el DATMA, así mismo si se desea obtener recursos económicos y humanos en el futuro.
    - *Objetivo específico: Obtener información sobre la situación de la empresa y del municipio donde se va a realizar el evento*
  4. Para realizar el plan de producción es necesario obtener información primaria con el cliente, en el caso de este evento, se realizó con la fundación directamente, llevándose a cabo un trabajo en conjunto que logre conocer las necesidades y recursos disponibles y aptos rápidamente, las entrevistas son una herramienta muy útil.
  5. Es importante conocer la situación de la ciudad en donde se va a realizar determinado evento en general y de las costumbres que tengan sus habitantes, esto con el fin de diseñar un programa que vaya de acuerdo a su ritmo de vida, por lo que será necesario consultar a personas que residan en el lugar del acto, en el caso de este trabajo fue de gran utilidad para evitar inasistencias especialmente en el tema de la hora del almuerzo.
    - *Objetivo específico: Identificar los elementos que conforman la preproducción, producción y posproducción necesarios para hacer el evento*

6. Los elementos de la preproducción son clave en el desarrollo del evento, si no se establecen estrategias, técnicas y un programa concorde a los objetivos establecidos, los eventos no serán exitosos.
  - *Objetivo específico: Contribuir en propuestas que impulsen al cuidado del medio ambiente en la región*
7. Una forma efectiva para generar conciencia por una causa y sentido de pertenencia, por una compañía o ciudad en un evento en general, es haciendo participe al público de las actividades a desarrollar en el acto, reconociendo su trabajo y haciendo un acompañamiento continuo para evitar que se desmotiven.
8. Cuando no existe una práctica en el desarrollo de actividades que preserven el medio ambiente, como en este caso es la floricultura y el reciclaje, es necesario realizar capacitaciones previas con el fin de evitar frustraciones durante el proceso y hacer un seguimiento continuo de los eventos en general.



## 11. BIBLIOGRAFIA

Banco de la República actividad cultural (2007) *Banco de la República*. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/girardot>

Cámara de comercio de Girardot (2007) *Plan de competitividad de Girardot 2007 – 2009* Disponible en [http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2816/1696\\_plan\\_competit\\_girardot.pdf?sequence=1](http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2816/1696_plan_competit_girardot.pdf?sequence=1)

Campos, G., (2008) *Producción de eventos, la puesta en escena del protocolo*, Madrid, España: Editoriales Protocolo

DANE (2005) *Boletín Censo General 2005 Perfil Girardot – Cundinamarca* Disponible en <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/girardot.pdf>

DANE (2017) *DANE*. Disponible en <https://www.dane.gov.co/>

De Groot E., Van der V. (2013) *Into the heart of the meetings*, The Netherlands: Editorial Polishing

Díaz, S (1997) *Comunicación Eficaz con la clientela*, Santiago de Chile, Chile: Editorial Universitaria S.A.

El Tiempo (2015) *Las bellas candidatas del Reinado Nacional del Turismo*. Disponible en <http://www.eltiempo.com/multimedia/fotos/colombia1/las-bellas-candidatas-del-reinado-nacional-del-turismo/14676182>

Falassi, A. (1987) *In Time out of Time*. Recuperado de <http://www.gestioncultural.org/boletin/files/bgc19-JZSzabo.pdf>

Fundación “ECO” (11 de noviembre de 2016) compartió enlace de noticiasRCN [11 de noviembre de 2016] Recuperado de <https://www.facebook.com/FUNDACI%C3%93N-ECO-118941011452641/>

Girardot (2017) *Alcaldía del Girardot*. Disponible en <http://girardot-cundinamarca.gov.co/index.shtml#3>

Girardot es tuya (2013, 22 de junio) En pleno furor IX Reinado Turístico Veredal y II del Alto Magdalena. Disponible en Recuperado de <https://girardotestuya.blogspot.com.co/>

Google Maps (2017) *Girardot*. Disponible en <https://www.google.com.co/maps>

Hoy se celebró en #Girardot con variadas actividades en el Coliseo de Ferias y Exposiciones José Alonso Escandón el Día del Niño, donde los pequeños participantes de la jornada fueron recibidos y atendidos por funcionarios de la Administración Municipal con el apoyo de la Policía Nacional y el Fuerte de Carabineros, todos unidos por ofrecer un día inolvidable lleno de juegos, espacios recreativos y emociones. (s.f.) En Facebook [página de grupo]. Recuperado el 26 de abril de 2017 de <https://www.facebook.com/pages/Coliseo-de-Ferias-y-Exposiciones-Girardot/180054362107094>

Noticiero 37 grados (2009, 7 de noviembre) LLEGA A SU RECTA FINAL LA FERIA GANADERA GIRARDOT 2009. Disponible en

<https://noticiero37grados.blogspot.com.co/2009/11/llega-su-recta-final-la-feria-ganadera.html>

Oxigeno (2013) *Reinado Nacional del Turismo*. Disponible en <http://www.oxigeno.fm/2013/reinado-nacional-de-turismo-2013-1994387-110415.html>

Páramo, J., Varón, M., (2014) *Propuesta para el mejoramiento de un espacio público urbano en el municipio de Girardot* (Tesis de especialización) Corporación Universitaria Minuto de Dios, Girardot, Colombia.

Peralta, K., Peñafiel, A., (2016). *Plan de comunicación para el posicionamiento de la imagen institucional de la Fundación de protección al enfermo de cáncer "Karen Tatiana" de la ciudad de Cuenca* (Tesis de pregrado). Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

Sochimilca, O., (2016). *Estudio de la ciudad de Girardot - Cundinamarca como escenario de prácticas comunicativas que posibilitan la interacción social y dan sentido a los imaginarios de la ciudad y el turismo* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Universitat Oberta de Catalunya (2016) *Organización estratégica de eventos corporativos*. Disponible en [http://materials.cv.uoc.edu/cdocent/PID\\_00237492/](http://materials.cv.uoc.edu/cdocent/PID_00237492/)

Universitat Oberta de Catalunya (2017) *Producción especializada de eventos*. Disponible en [http://materials.cv.uoc.edu/daisy/Materials/PID\\_00225039/pdf/index.html](http://materials.cv.uoc.edu/daisy/Materials/PID_00225039/pdf/index.html)

Universitat Oberta de Catalunya (2017). *Guía para la elaboración del trabajo final de máster*. Disponible en [http://cv.uoc.edu/annotation/3fa1c2b3a81848d4164532790b3bad95/574208/PID\\_00243612/index.html](http://cv.uoc.edu/annotation/3fa1c2b3a81848d4164532790b3bad95/574208/PID_00243612/index.html)

Ursusal's Blog (2012, 21 de agosto) VELADA DE ELECCIÓN Y CORONACIÓN SEÑORITA GIRARDOT 2012 -2013 | ALCALDÍA DE GIRARDOT'S PHOTOS | FACEBOOK. Recuperado de <https://ursulasola.wordpress.com/2012/08/21/velada-de-eleccion-y-coronacion-senorita-girardot-2012-2013-alcaldia-de-girardots-photos-facebook/>

## 12. ANEXOS Y APÉNDICES

### ANEXO 1: ANALISIS DE LA SITUACIÓN DE PARTIDA

Tabla 1. Tamaño de la población

POBLACION	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Población total</b>	102.492	103.175	103.839	104.476	105.085
<b>Población área urbana</b>	99.018	99.678	100.319	100.935	101.610
<b>Población área rural</b>	3.479	3.497	3.520	3.541	3.475

Fuente: DANE



Mapa de Girardot – Google Maps



44 certamen Reinado Nacional del Turismo – El tiempo



Reinado Nacional del Turismo 2013 – Oxigeno Radio



Muestra folclórica Reinado Veredal – Blog Girardot es tuya



Velada de elección y coronación señorita Girardot 2012 – 2013 – UrsulaSola's Blog



Fotos feria ganadera 2009 – Blog noticiero 37 grados



Contaminación ciudad de Girardot – Archivo local



Árboles en andenes de Girardot – Archivo personal

## ANEXO 2: EXPLICACIÓN DE CADA ELEMENTO DE DOFA FORTALEZAS

**La fundación siempre está en la búsqueda de alianzas estratégicas con diferentes entidades en cuanto al desarrollo social:** Siempre está en la búsqueda de alianzas estratégicas con entidades del sector público, privado y organizaciones sin ánimo de lucro, permitiendo favorecer a las comunidades más necesitadas en cuanto al desarrollo social y ayudando a que la imagen de la fundación tenga más fuerza

**La fundación ha realizado proyectos de cuidado del medio ambiente que ha permitido una buena reputación entre los que han podido conocerla:** La fundación ha realizado proyectos que ayudan al medio ambiente como AHORRAGUA, que permiten relacionar a la fundación como fomentador del cuidado del medio ambiente y del desarrollo social.

## OPORTUNIDADES

**Los festivales han sido parte fundamental de la memoria colectiva de los habitantes y turistas en Girardot:** Este tipo de actos han logrado tener buena acogida por parte de turistas y habitantes de Girardot ya que han sido espacios en donde se ha permitido generar un mayor reconocimiento de la ciudad a nivel nacional y se ha ido construyendo una identidad como municipio.

**El municipio cuenta con atractivos ecoturísticos:** La ciudad necesita ser reconocida más allá de su reinado del turismo, su clima cálido y de sus numerosas piscinas, cuidando los atractivos ecoturísticos y dándolos a conocer a la comunidad para generar sentido de pertenencia por parte de los habitantes e incentivando su visita en los turistas.

**La ciudad es muy turística:** Al ser muy turística, al hacerse un evento que promocióne a la fundación, no solo se dará a conocer a los habitantes de la ciudad sino también a los turistas que visiten frecuentemente al municipio.

**Necesidad de impulsar actividades que mejoren la imagen de la administración pública por la mala gestión de los últimos alcaldes:** Se ha generado una pérdida de confianza y baja inversión pública por los últimos sucesos que han surgido en la administración públi-

ca afectando su reputación lo que ha generado la exigencia de realizar acciones que mejoren la imagen de la ciudad y de la administración pública.

**Auge del cuidado del medio ambiente y responsabilidad social empresarial:** Actualmente muchos clientes exigen que las entidades preserven el medio ambiente comprometidas en términos de responsabilidad social en proyectos que beneficien a las poblaciones más vulnerables y el desarrollo de su ciudad

### **DEBILIDADES**

**La fundación no es muy conocida dentro de la comunidad de Girardot:** Lo que probablemente genere desconfianza por parte de empresas que sean posibles patrocinadoras al momento de tomar la decisión de apoyar el evento, al igual que con la comunidad para participar en el concurso que se va a lanzar.

**Al ser sin ánimo de lucro la fundación no cuenta con dineros propios para el desarrollo de proyectos:** Al contar con presupuestos muy escasos ha impedido el desarrollo de todos los proyectos planteados que busquen beneficiar a la comunidad.

### **AMENAZAS**

**Ausencia de liderazgo por parte de los habitantes de Girardot:** Si no hay liderazgo no hay iniciativa y en este caso muchas personas no se impulsaran a participar en el concurso que se lanzar

**Poco reconocimiento de la Fundación en la comunidad de Girardot:** Si no es muy conocida la Fundación puede generar desconfianza en la búsqueda de recursos para el desarrollo del evento y en su participación.

**Degeneración de la política por los dirigentes de Girardot:** La politiquería ha impedido que se apoyen los proyectos que incentiven el desarrollo social, la ecología y la salud en la comunidad.

**Creación de fundaciones que han accedido a la contratación estatal excluyendo a las demás:** Muchas de estas fundaciones han sido creadas por personas que se encuentran relacionadas con la política en el municipio lo que ha cerrado puertas para las demás entidades sin ánimo de lucro, ya la administración pública ha apoyado el desarrollo de grandes proyectos que han sido asignados a estas fundaciones.

### **ANEXO 3: ELECCIÓN DEL ESPACIO**



Cámara de comercio de Girardot – Youtube



Auditorio de Biblioteca Banco de la Republica – Banco de la república



Espacio de entretenimiento sala de ferias José Alonso Escadón – Archivo personal



Pista ganadera coliseo de ferias José Alonso Escadón – Archivo personal



Pista de equino coliseo de ferias José Alonso Escadón – Archivo personal  
**ANEXO 4: PIEZAS GRÁFICAS**

- Folletos con información del proyecto en material reciclable díptico

- Papel/lona reciclable con las categorías del concurso de 100 cm x 200 cm



### Categorías del Concurso

**Categorías Jardines y patios de fantasía**

1. Categoría: Patios de Instituciones Públicas/privadas
2. Categoría: Patios de casas, casonas y casas hacienda
3. Categoría: Jardines de instituciones públicas/privadas
4. Categoría: Jardines de casas, casonas y casas hacienda
5. Categoría: Huertos caseros
6. Categoría: Balcones floridos
7. Categoría: Barandales floridos
8. Categoría: Colección de plantas
9. Categoría: Viveros
10. Categoría: Arreglos florales (tema Libre)
11. Categoría: Jardines en espacios de uso público

**Categorías Fotografía Eco-Retratos de Girardot**

- 12 Categoría: Fotografía – Fotos "Girardot Linda"
- 13 Categoría: Fotografía – "Girardot Cambia"

**Categorías Reciclaje Girardot te quiero limpia**

- 14 Categoría: Juventud ecológica
- Categoría 14.1: ReciclArte Jardín
- Categoría 14.2: Pintemos a Girardot ecológica
- 15 Categoría: Juntos comunalmente reciclando
- Categoría 15.1: Juntos comunalmente reciclando tapas
- Categoría 15.2: Juntos comunalmente reciclando papel
- Categoría 15.3: Juntos comunalmente reciclando plástico
- 16 Categoría: Mercado x Reciclaje

- Folletos con información del concurso en material reciclable

**Convocatoria concurso:** 9 octubre 2017 – 9 noviembre 2017

**Duración de concurso:** 9 noviembre 2017 - 15 abril

**Premiación recicladores:** 1 de marzo 2018

**Actividades y Premiación otras categorías:** 21 y 22 de abril 2018

**Comisión Organizadora:**

Jennifer López Ávila  
Organizadora de eventos

Doris Ávila Rodríguez  
Directora Fundación ECO  
Promoción y desarrollo social

Luis Fernando Perdomo  
Director DATMA

**Organiza**

**Patrocinadores**

### Categorías del Concurso

**Categorías Jardines y patios de fantasía**

1. Categoría: Patios de Instituciones Públicas/privadas
2. Categoría: Patios de casas, casonas y casas hacienda
3. Categoría: Jardines de instituciones públicas/privadas
4. Categoría: Jardines de casas, casonas y casas hacienda
5. Categoría: Huertos caseros
6. Categoría: Balcones floridos
7. Categoría: Barandales floridos
8. Categoría: Colección de plantas
9. Categoría: Viveros
10. Categoría: Arreglos florales (tema Libre)
11. Categoría: Jardines en espacios de uso público

**Categorías Fotografía Eco-Retratos de Girardot**

- 12 Categoría: Fotografía – Fotos "Girardot Linda"
- 13 Categoría: Fotografía – "Girardot Cambia"

**Categorías Reciclaje Girardot te quiero limpia**

- 14 Categoría: Juventud ecológica
- Categoría 14.1: ReciclArte Jardín
- Categoría 14.2: Pintemos a Girardot ecológica
- 15 Categoría: Juntos comunalmente reciclando
- Categoría 15.1: Juntos comunalmente reciclando tapas
- Categoría 15.2: Juntos comunalmente reciclando papel
- Categoría 15.3: Juntos comunalmente reciclando plástico
- 16 Categoría: Mercado x Reciclaje

### Inscripción

Las inscripciones a cualquiera de las categorías del Concurso estarán abiertas del 9 de octubre al 9 de noviembre de 2017, en la oficina de Fundación Eco. Después de esta fecha no habrá prórroga para la inscripción.

Todo concursante al momento de la inscripción deberá llenar la Ficha de Inscripción, en la misma que consignará los siguientes datos:

- Ubicación exacta del área verde de jardín, patio, colección de plantas y/o balcón presentado al concurso con todos los datos necesarios para su perfecta localización.
- Número telefónico fijo y celular
- Dirección de correo electrónico, si lo tuviese

Para el caso de los Concursos Fotográficos no habrá ficha de inscripción.

Un mismo concursante puede inscribirse en máximo 5 categorías del Concurso.

### Resultados Finales del concurso

El día 22 de abril del año 2018 a las 2:00 p.m. se dará a conocer los resultados del concurso y premiación de ganadores en el evento de las demás categorías, el mismo que será difundido a través de notas de prensa en las emisoras locales y en medios electrónicos.

- Papel/lona reciclable para poner en el área de entretenimiento, la pista de equino y ganadero del coliseo de ferias José Alonso Escadon, con el logo del festival fecha y logos de empresas patrocinadoras y organizadoras de 100 x 130 cm



- Papel/lona reciclable para poner al lado de las tarimas con los logos de las empresas patrocinadoras y organizadoras de 400 cm de largo x 200 cm de ancho



- Papel/lona reciclable con el programa del festival de 100 cm x 200 cm

Programa	
<b>PRIMER DIA - 21 de abril de 2018</b>	
• 10-10:30 am:	Inauguración I Festival Girardot te quiero Ecológica.
• 10:30-11:30 am:	Conversatorio de reflexión del cuidado :del medio ambiente, limpieza y reciclaje
• 11:30-12:30m	Presentación de galería fotográfica "Eco-Retratos de Girardot"
• 2:30-4pm	ECOTOUR Jardines de Fantasia categorías espacios públicos
• 4-6pm	Inicio recorrido con concurso y exhibición de arreglos florales – tema libre Recorrido de jardines participantes del concurso Jardines de Fantasia
• 6-6:30pm	Balle típico bambuco a cargo de grupo de danza Sangre Latina
<b>SEGUNDO DIA - 22 de abril de 2018</b>	
• 10 – 10:30 am:	Representación un mundo que cuida al medio ambiente a cargo del grupo de teatro
• 10:30-11 am	Conversatorio Girardot más que sol y piscinas una ciudad eco turística
• 2-5pm	Ceremonia de premiación de todas las categorías del "Concurso Girardot te quiero ecológica 2018"
• 2-2:30pm	Introducción y presentación de categorías de concurso
• 2:30-3pm	Premiación y reconocimientos concurso de limpieza y reciclaje Girardot más limpia
• 3-3:30pm	Premiación y reconocimientos concurso fotografía Eco-Retratos de Girardot
• 3:30pm-4pm	Premiación y reconocimientos concurso Jardines de fantasia
• 4-4:30pm	Agradecimientos, discurso final y cierre del festival

- Carteles direccionales «Zona de hidratación» y «baños», de cartón reciclable, de dimensiones A3 con soporte de pie



- Acreditaciones para los organizadores, dimensiones 10 x 13 cm



#### ANEXO 4: FICHA DE PLANIFICACIÓN

Nombre de la actividad	Responsable	Estatus	Fecha límite	Observaciones
Elaboración de propuesta del proyecto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de relaciones públicas</li> </ul>	Realizado	07 de abril	Se hizo envío de la propuesta final con su respectiva aprobación
Hacer una reunión previa con el director de DATMA y con miembros de organizaciones de reciclaje en los que se hable del proyecto con el fin de realizar convenios antes de la reunión de presentación para obtener patrocinio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación ECO</li> </ul>	Realizado	29 de abril de 2017	Se realizó una reunión con el director de DATMA, con uno de los miembros de la entidad Reciclajes San Gabriel, Cesar Castro, para presentar el proyecto logrando llegar a una alianza que permita contar con un mayor respaldo en el desarrollo del evento
Visitas para definir localizaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> </ul>	Realizado	29 de abril de 2017	Se definieron los lugares para realizar las fases que componen el evento (cámara de comercio de Girardot y coliseo de ferias José Alonso Escadon)
Elaborar propuestas de presentadores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva de funda-</li> </ul>	Realizado	01 de mayo de 2017	Se tuvo una lista de posibles candidatos y se escogió a Fernando Mancera por petición de los miembros de la fundación

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> </ul>			
Creación de logotipo del festival	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Diseñador gráfico</li> </ul>	Realizado	3 de mayo de 2017	El logotipo se encuentra presentado dentro del trabajo
Aplicaciones gráficas (invitaciones, programas, folletos, etc)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Diseñador gráfico</li> </ul>	Realizado	3 de mayo	Las aplicaciones gráficas se encuentran presentadas dentro del trabajo
Hacer una primera reunión con la alcaldía municipal con el fin de presentar el proyecto de manera ejecutiva que logre obtener el apoyo de la administración pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director DATMA</li> </ul>	Pendiente	20 de mayo de 2017	
Hacer una reunión previa con miembros de la cámara de comercio de Girardot con el fin de obtener apoyo en el desarrollo de la reunión para obtener patrocinio y realizar un convenio en el desarrollo del evento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación</li> <li>• Director de DATMA</li> </ul>	Pendiente	25 de mayo de 2017	
Autorizaciones y permisos de los espacios definidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación</li> </ul>	Pendiente	26 de mayo de 2017	
Revisar coincidencias de fechas para reunión con el fin de obtener patrocinio	Responsable relaciones públicas	Pendiente	26 de mayo de 2017	
Envío de correos a empresas públicas y privadas para reunión de patrocinio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Miembros de la cámara de comercio</li> </ul>	Pendiente	29 de mayo de 2017	
Revisar auditorio donde se hará la reunión para obtener patrocinio en cuanto a seguridad y especificaciones técnicas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> <li>• Equipo técnico y de seguridad de la sede de Girardot de cámara de comercio</li> </ul>	Pendiente	1 de junio de 2017	
Comprobar disponibilidad de fechas del presentador seleccionado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	20 de junio de 2017	

Opciones de catering	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación</li> <li>• Responsable de relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	30 de agosto de 2017	
Cata	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación</li> <li>• Responsable de relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	15 de septiembre de 2017	
Elaboración y envío nota de prensa sobre concurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> </ul>	Pendiente	25 de septiembre de 2017	
Contratación de escenógrafo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> </ul>	Pendiente	08 de enero de 2018	
Contratación de equipo técnico y de iluminación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> </ul>	Pendiente	08 de enero de 2018	
Revisar coliseo donde se hará la premiación de la 16ª categoría del concurso "Mercado x Reciclaje"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> <li>• Equipo técnico y de seguridad contratado para el evento</li> <li>• Realizador</li> </ul>	Pendiente	15 de enero de 2018	
Contactar con escuelas de arte y danza para los espectáculos que se van a presentar los días 21 y 22 de abril	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable de relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	22 de enero de 2018	
Elaboración de discursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponentes</li> <li>• Directora ejecutiva de fundación</li> <li>• Responsable relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	15 de febrero	
Creación de presentaciones de Power point para premiación de la 16ª categoría del concurso "Mercado x Reciclaje"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> <li>• Responsable Relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	20 de febrero de 2018	

Elaboración y envío nota de prensa sobre premiación de la 16ª categoría del concurso “Mercado x Reciclaje”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> </ul>	Pendiente	22 de febrero de 2018	
Contratación equipo logístico, personal de aseo y de primeros auxilios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> </ul>	Pendiente	22 de febrero de 2018	
Armar escenario para premiación de categoría 16º reciclaje – Mercado x Reciclaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escenógrafo</li> <li>• Equipo de montaje</li> </ul>	Pendiente	28 de febrero de 2018	
Ensayos de presentador y ponentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentador</li> <li>• Ponentes</li> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> <li>• Equipo de iluminación</li> <li>• Equipo de sonorización</li> </ul>	Pendiente	28 de febrero de 2018	
Revisar coliseo donde se harán las demás actividades y premiaciones del concurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> <li>• Equipo técnico y de seguridad contratado para el evento</li> </ul>	Pendiente	20 de marzo de 2018	
Reserva para alquiler de chivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistencia de producción</li> </ul>	Pendiente	23 de marzo de 2018	
Elaboración de discursos de ponentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponentes</li> <li>• Directora ejecutiva de fundación</li> <li>• Responsable relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	30 de marzo de 2018	
Creación de presentaciones de Power point para las demás actividades y premiaciones del concurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ponentes de conversatorios</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> <li>• Responsable Relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	10 de abril de 2018	
Elaboración y envío nota de prensa sobre las demás actividades y premiaciones del concurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva fundación</li> </ul>	Pendiente	12 de abril de 2018	

Contratación equipo logístico, personal de aseo y de primeros auxilios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> </ul>	Pendiente	13 de abril de 2018	
Elaboración guion presentador	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentador</li> <li>• Responsable relaciones públicas</li> <li>• Directora ejecutiva de la fundación</li> </ul>	Pendiente	15 de abril de 2018	
Armar escenario donde se harán las demás actividades y premiaciones del concurso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escenógrafo</li> <li>• Equipo de montaje</li> </ul>	Pendiente	20 de abril de 2018	
Ensayos de espectáculos, presentador y ponentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentador</li> <li>• Grupo de danza</li> <li>• Grupo de teatro</li> <li>• Ponentes</li> <li>• Director de producción</li> <li>• Asistente de producción</li> <li>• Equipo de iluminación</li> <li>• Equipo de sonorización</li> </ul>	Pendiente	20 de abril de 2018	
Envío de evaluación de satisfacción a empresas patrocinadoras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable relaciones públicas</li> </ul>	Pendiente	25 de abril de 2018	

## ANEXO 5: ESPECIFICACIONES CATEGORÍAS DEL CONCURSO

### CATEGORÍAS CONCURSO JARDINES Y PATIOS DE FANTASÍA

Nº Categoría: 1

Categoría: Patios de instituciones Públicas/privadas

Categoría: Patio.

Descripción de categoría: Es aquella parte de una edificación que carece de techo y que, por lo general se destina a la recreación, para que los habitantes o los usuarios de la casa/edificación puedan disfrutar al aire libre. La ventaja de los patios es que permiten hacer uso de un espacio abierto en cuanto a su diseño, pero privado en cuanto al acceso. Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 2º

Categoría: Patios de casas, casonas y casas hacienda

Descripción de categoría: Patio.- Es aquella parte de una edificación que carece de techo y que, por lo general se destina a la recreación, para que los habitantes o los usuarios de la

casa/edificación puedan disfrutar al aire libre. La ventaja de los patios es que permiten hacer uso de un espacio abierto en cuanto a su diseño, pero privado en cuanto al acceso. Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 3º

Categoría: Jardines de instituciones públicas/privadas

Categoría: Jardín.-

Descripción de categoría: Un jardín, es una zona del terreno donde se cultivan especies vegetales ornamentales, con posible añadidura de otros elementos como fuentes o esculturas, para el placer de los sentidos. Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 4º

Categoría: Jardines de casas, casonas y casas hacienda

Descripción de categoría: Jardín.- Un jardín, es una zona del terreno donde se cultivan especies vegetales ornamentales, con posible añadidura de otros elementos como fuentes o esculturas, para el placer de los sentidos. Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 5º

Categoría: Huertos caseros

Descripción de categoría: Como huerto casero o familiar se define a una parte del terreno de la casa, bien sea en el solar o jardín, que puede ser habilitado para la siembra de hortalizas de consumo diario, plantas aromáticas y árboles frutales para la familia. Un buen huerto familiar permite obtener productos frescos y de mejor calidad que los adquiridos en el mercado, además de contribuir con el ahorro familiar. Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 6º

Categoría: Balcones floridos

Descripción de categoría: Balcón.- Un balcón, es una especie de plataforma que se proyecta desde la pared de un edificio, sostenido por columnas o ménsulas, y cerrado mediante una balaustrada. El balcón tradicional Girardoteño tiene generalmente tres estilos: Calados, con balaustres de madera y con elementos de hierro. \*Celosía.- Es un elemento arquitectónico decorativo consistente en un enrejado de pequeños listones, generalmente de madera o hierro, y/o también consiste en un tablero calado "para cerrar vanos, como ventanas y balcones, que impide ser visto pero permite ver y deja penetrar la luz y el aire.

*\*Las celosías también son consideradas para participar en este concurso.*



Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 7º

Categoría: Barandales floridos

Descripción de categoría: Barandales.- Larguero o listón que une los balaustres o barras verticales de una barandilla por la parte superior y por la inferior. Generalmente se denominan a las estructuras que están en una terraza, corredor o corrido de un segundo piso y a los que sostienen los pasamanos de escaleras.

A los barandales también se les denomina “Barandillas” o “Barandilla”.

Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 8º

Categoría: Colección de plantas

Descripción de categoría: Colección de plantas.- Esta categoría se puede definir como una sub-categoría de un Vivero, con la diferencia de que esta categoría se calificará las colecciones vivas de familias y/o especies de plantas, por ejemplo: Colección de orquídeas, colección de fucsias, colección de lirios, entre otros...podrán presentarse los propietarios con una o más colecciones de plantas, el Jurado Calificador, hará su calificación de acuerdo a los criterios establecidos para La Calificación y que constan en el acápite VI de este documento.

Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 9º

Categoría: Viveros

Descripción de categoría: Vivero.- Un vivero es un conjunto de instalaciones agronómicas en el cual se plantan, germinan, maduran y endurecen todo tipo de plantas. En este caso podrán participar los viveros de plantas ornamentales y plantas aromáticas y medicinales. Los viveros tienen generalmente una función comercial, aunque también hay viveros para proteger especies en extinción y viveros para la investigación.

Se van a recibir un máximo de 20 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 10º

Categoría: Arreglos florales (tema Libre)

Descripción de categoría: Arreglo Floral.- Es una composición o estructuración o disposición de flores y otros elementos vegetales naturales, de tal manera que resulten en una bonita composición. Para el concurso solo se permitirá arreglos con flores y follaje natural y para la

base o soporte se permitirán otros materiales como (cestos, objetos de metal, cerámica, cartón y otros) y los concursantes tendrán que elaborarlo en el mismo día del concurso y en presencia del Jurado.

Calificador y público asistente (21 de abril a las 2:30 p.m. *\*En este caso los participantes podrán proponer un tema para su arreglo en el momento de inscribirse al concurso.*

Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 11º

Categoría: Jardines en espacios de uso público

Descripción de categoría: Jardín de espacio de uso público.- Se refiere a los espacios verdes de plazas, avenidas, calles y otros a los que el público tiene acceso, por ejemplo: Parques, avenidas, plazuelas, rutas turísticas (caminos libres que conducen a un atractivo turístico), entre otros. Aquí la participación es bajo la modalidad de Adopción de Espacio de Uso Público –previa a la aceptación de la inscripción se coordinará con el Municipio de Girardot. Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

CATEGORÍAS: CONCURSO ECO-RETRATOS DE GIRARDOT

Nº Categoría: 12º

Categoría: Fotografía – Fotos “Girardot Linda”- Aquí se solicita a

“Girardot Linda” los concursantes fotografías de los espacios y Aspectos más bonitos de la ciudad de Girardot, relacionado a su arquitectura y áreas verdes (pueden ser públicos o privados). Estará subdivido en segmento profesionales, estudiantes y aficionados

Se van a recibir un máximo de 15 participantes por segmento ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Nº Categoría: 13º

Categoría: Fotografía – “Girardot Cambia”

Descripción de categoría: Fotos “Girardot Cambia”- Aquí se solicita a los concursantes fotografías de los espacios y aspectos más feos y descuidados de la ciudad de Girardot, relacionado a su arquitectura y áreas verdes (Aquí las fotografías tienen que ser exclusivamente en espacios públicos, como calles, esquinas, pórticos, paredes, veredas, avisos, letreros, monumentos, plazas, entre otros). Estará subdivido en segmento profesionales, estudiantes y aficionados. Se van a recibir un máximo de 15 participantes por segmento ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

CATEGORÍAS: CONCURSO GIRARDOT TE QUIERO LIMPIA

Nº Categoría: 14º Reciclaje para niños y jóvenes

Categoría 14.1: ReciclArte Jardín

Descripción de categoría: ReciclArte Jardín. - Son los espacios verdes que cultivan y cuidan las Instituciones Educativas, incentivando a los alumnos la sensibilidad y valoración de la belleza de las plantas, así como al gozo de los beneficios que nos brinda la naturaleza, generando ciudadanos más responsables con el cuidado y ornato de su centro educativo, así como de la ciudad de Girardot.

ReciclArte.- Es un concepto que para este caso significa la producción de objetos o productos decorativos y/o utilitarios para patios y jardines a través del reuso y reciclaje de materiales diversos para la producción de maceteros, portamaceteros, adornos de patios y jardines diversos entre otros. *\*En esta categoría no se considera la obtención de abonos orgánicos. \*Los objetos producidos en esta categoría se exhibirán en el "ECOTOUR Jardines y patios de fantasía" con la opción de venta de los mismos.*

Se van a recibir un máximo de 15 participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Categoría 14.2: Pintemos a Girardot ecológica

Descripción de categoría: Pintemos Girardot ecológica. - Espacio para incentivar a niños y jóvenes de la ciudad a que se expresen artísticamente a través del dibujo en elementos reciclables.

Se van a recibir un máximo de 25 participantes ofreciendo premios para el primer, segundo y tercer lugar.

Categoría 15°

Categoría: Reciclaje – “Juntos comunalmente reciclando”

Descripción de categoría: “Reciclaje - Juntos comunalmente reciclando”.- Aquí los miembros de la junta de acción comunal lideraran la recolección de algunos materiales que serán recogidos periódicamente por miembros de empresas de reciclajes aliadas como reciclajes San Miguel quienes al final pesarán los materiales recolectados, ganando los barrios que logren mayor peso en alguno de los materiales.

Categoría 15.1: “Juntos comunalmente reciclando tapas”

Descripción de categoría: “Reciclaje - Juntos comunalmente reciclando tapas”.- Aquí los miembros de la junta de acción comunal lideraran la recolección de tapas de gaseosa que serán recogidos periódicamente por miembros de empresas de reciclajes aliadas como reciclajes San Miguel quienes al final pesarán los materiales recolectados, ganando los barrios que logren mayor peso en alguno de los materiales.

Se van a recibir un máximo de 10 barrios participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Categoría 15.2: “Juntos comunalmente reciclando papel y cartón”

Descripción de categoría: “Reciclaje - Juntos comunalmente reciclando papel y cartón”.- Aquí los miembros de la junta de acción comunal liderarán la recolección de papel y cartón que será recogido periódicamente por miembros de empresas de reciclajes aliadas como reciclajes San Miguel quienes al final pesarán los materiales recolectados, ganando los barrios que logren mayor peso en alguno de los materiales.

Se van a recibir un máximo de 10 barrios participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Categoría 15.3: “Juntos comunalmente reciclando botellas PET”

Descripción de categoría: “Reciclaje - Juntos comunalmente reciclando botellas PET”.- Aquí los miembros de la junta de acción comunal liderarán la recolección de botellas PET que son las botellas de gaseosa no retornables que serán recogidas periódicamente por miembros de empresas de reciclajes aliadas como reciclajes San Miguel quienes al final pesarán los materiales recolectados, ganando los barrios que logren mayor peso en alguno de los materiales.

Se van a recibir un máximo de 10 barrios participantes ofreciendo premios para el primer y segundo lugar.

Categoría 16: “Mercado x Reciclaje”

Descripción de categoría: “Reciclaje – Mercado x Reciclaje”.- Aquí se buscará reconocer el trabajo de los recicladores quienes vivan en zonas de la ciudad más vulnerables, recogiendo y pesando periódicamente los materiales recolectados por los recicladores, sumando los pesos obtenidos, llegando al 1 de marzo, día del reciclador, el momento en que se entregará un mercado equitativo al peso total de los materiales que se recogieron en todo ese tiempo. Se van a recibir un máximo de 30 participantes.

Nota: Los concursantes pueden participar en máximo 5 categorías al tiempo siempre y cuando no hayan obtenido los primeros lugares en una o más categorías similares en otro concurso.

## ANEXO 6: ESCALETA DEL EVENTO

### Reunión de presentación para obtener patrocinio

Día y hora	Acción	Lugar	Responsable coordinación
2:00 pm	Inicio montaje sonido	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
2:00 pm	Inicio montaje audiovisuales	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
2:30 pm	Pruebas de sonido y audiovisuales	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
3:00 pm	Ensayo previo	Auditorio Cámara de comercio	• Responsable relaciones públicas

		de Girardot	• Directora ejecutiva de la fundación
4:00 pm 6:00 pm	ACTO (Según desarrollo de programa)		
6:30 pm	Inicio desmontaje sonido	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
6:30 pm	Inicio desmontaje audiovisuales	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
7:00 pm	Recogida de material	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Responsable relaciones públicas
7:30 pm	Limpieza	Auditorio Cámara de comercio de Girardot	Miembros de servicio general de cámara de comercio de Girardot

### Apertura de concurso

Día y hora	Acción	Lugar	Responsable coordinación
8:00 am	Montaje sillas y mesas	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
9:00 am	Inicio montaje sonido	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
9:00 am	Inicio montaje audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
9:30 am	Pruebas de sonido y audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
10:00 am – 12:30m	Desarrollo del acto		
12:30 m	Inicio desmontaje sonido	Coliseo de ferias José Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
12:30 m	Inicio desmontaje audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
1:00 pm	Recogida de material	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Director de producción
1:00 pm	Limpieza	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon área de entretenimiento	Miembros de servicio general

### Entrega de premios categoría 16º Reciclaje “Mercado x Reciclaje”

Día y hora	Acción	Lugar	Responsable coordinación
<b>Previo</b>			
9:00 am	Inicio montaje escenario	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción

10:00 am	Inicio montaje sonido	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
10:00 am	Inicio montaje audio-visuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
12:00 m	Pruebas de sonido y audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
12:00 m 2:00 m	Break Almuerzo		
2:00 pm 4:00 pm	Ensayo general	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Responsable relaciones públicas Director de producción
4:00 pm 6:00 pm	Reunión coordinación	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon sala de eventos	Director de producción Directora ejecutiva de la fundación Responsable de relaciones públicas Stage manager
<b>Día D</b>			
2:00 pm	Pruebas técnicas finales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción Asistente de producción Stage manager Equipo técnico
2:30 pm	Montaje cáterin	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista ganadera	Personas subcontratadas para zona de hidratación
3:00 pm 5:00 pm	ACTO (Según desarrollo de programa)		
5:30 pm	Inicio desmontaje sonido	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
5:30 pm	Inicio desmontaje audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
6:30 pm	Recogida de material	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
7:30 pm	Limpieza	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Miembros de servicio general

### Festival (entrega de premios de otras categorías y otras actividades)

Día y hora	Acción	Lugar	Responsable coordinación
<b>Previo</b>			
9:00 am	Inicio montaje escenario	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
10:00 am	Inicio montaje sonido	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
10:00 am	Inicio montaje audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
12:00 m	Pruebas de sonido y audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción
12:00 m	Break Almuerzo		

2:00 m			
2:00 pm 4:00 pm	Ensayo general	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Responsable relaciones públi- cas Director de producción
4:00 pm 6:00 pm	Reunión coordina- ción	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon sala de eventos	Director de producción Directora ejecutiva de la fun- dación Responsable de relaciones públicas Stage manager
<b>Día D 1</b>			
9:00 am	Pruebas técnicas finales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción Asistente de producción Stage manager Equipo técnico
9:30 am	Montaje cáterin	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista ganadera	Personas subcontratadas para zona de hidratación
10:00 am 7:00 pm	ACTO (Según desarrollo de programa)		
7:00 pm	Recogida de mate- rial	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
7:30 pm	Limpieza	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Miembros de servicio general
<b>Día D 2</b>			
9:00 am	Pruebas técnicas finales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista de equino	Director de producción Asistente de producción Stage manager Equipo técnico
9:30 am	Montaje cáterin	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon pista ganadera	Personas subcontratadas para zona de hidratación
10:00 am 5:00 pm	ACTO (Según desarrollo de programa)		
5:30 pm	Inicio desmontaje sonido	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
5:30 pm	Inicio desmontaje audiovisuales	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
6:30 pm	Recogida de mate- rial	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Director de producción
7:30 pm	Limpieza	Coliseo de ferias Jose Alonso Escadon	Miembros de servicio general

## APÉNDICE 1: TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTA

### GUIÓN ENTREVISTA

Fecha: 22 de abril de 2017

Hora: 09:30 am

Lugar: Girardot

Entrevistador/a: Jennifer López Ávila

Entrevistado/a: Doris Ávila Rodríguez, 54 años, mujer, directora ejecutiva, Fundación ECO Promoción y desarrollo social

**Jennifer:** Muy buenos días el motivo de esta entrevista es obtener información sobre la situación actual de la Fundación ECO Promoción y desarrollo social, sus necesidades en el ámbito de la comunicación, la razón para hacer un evento y los requerimientos para el desarrollo del acto propuesto. Siendo usted la persona seleccionada para dicha entrevista debido a que cuenta con la experiencia necesaria para darnos la información requerida en este caso. Los datos serán usados con fines específicos del proyecto en el desarrollo del evento planteado.

La entrevista tendrá una duración aproximada de 20 minutos, Vamos a grabar esta entrevista para fines de una mayor obtención de la información, ¿Usted me permite ser grabada?

**Doris:** Si señora, muchas gracias

**Jennifer:** Primero que todo hábleme de usted ¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo como directora ejecutiva de la Fundación?

**Doris:** Lo que más me gusta de mi trabajo con la Fundación es que desde la Fundación se promueven actividades sociales y económicas las cuales permiten el desarrollo en la región y mejoran las condiciones de vida de las personas más vulnerables.

**Jennifer:** ¿Cuáles cree que son los puntos fuertes de la Fundación, es decir sus fortalezas?

**Doris:** Las alianzas estratégicas con organizaciones y personas especializadas en la salud, el Desarrollo social para asistir a los sectores necesitados de estos servicios, igualmente somos escenario abierto para el encuentro y cooperación entre personas, grupos, sectores y organizaciones que construyen paz; así como promocionamos proyectos educativos y ecológicos.

**Jennifer:** ¿Cuáles son las entidades contra las que compete la Fundación?

**Doris:** Uno de nuestros propósitos en la fundación Eco promoción y Desarrollo Social es promover alianzas con otras fundaciones las cuales nos permitan co ayudar a fortalecer los procesos sociales en la región por lo tanto no vemos a las demás fundaciones como competencia sino como aliados estratégicos.

**Jennifer:** ¿En qué se diferencia la fundación ECO Promoción y desarrollo social de otras entidades de la misma índole en la región?

**Doris:** Precisamente la gran diferencia es la promoción de alianzas entre las mismas fundaciones.

**Jennifer:** ¿Cuáles cree que son los aspectos en lo que puede mejorar la Fundación?

**Doris:** En un mundo que cada día es tan cambiante creo que todos los aspectos son tendenciosos a un mejoramiento continuo para obtener calidad y optimización de recursos

**Jennifer:** ¿Cuáles han sido los factores externos que han afectado el desarrollo de los proyectos que tiene la Fundación?

**Doris:** La politiquería y algunas fundaciones que se crearon para poder acceder a contratación estatal en todo lo que tiene que ver con salud y promoción social.

**Jennifer:** ¿Cuáles han sido las actividades por las cuales la Fundación se ha dado a conocer en la comunidad?



**Doris:** Hasta el momento en la transferencia de conocimiento en políticas de seguridad alimentaria y nutricional SAN, Proyecto sensibilización, prevención y acción adolescente e infantil, en torno a la convivencia pacífica y la defensa de derechos humanos, elaboración de un dispositivo ahorra agua.

**Jennifer:** ¿Cuál considera que es la situación actual del municipio de Girardot?

**Doris:** Compleja en este momento, ya que el alcalde elegido popularmente se encuentra privado de la libertad al igual que su antecesor, por lo tanto ello genera un ambiente de pérdida de confianza y a su vez una baja inversión pública y privada que se refleja en desempleo y falta de oportunidades laborales, así como en el crecimiento de la delincuencia juvenil.

**Jennifer:** De lo que me acaba de mencionar, ¿Me podría decir en qué aspectos cree que la Fundación podría ayudar para mejorar la situación actual del municipio?

**Doris:** Con proyectos que de la mano con el sector privado ayuden a fomentar la inversión para que así haya empleos formales y de calidad.

**Jennifer:** ¿Cuáles son los motivos por los cuales la Fundación desea realizar un evento?

**Doris:** Primero crear una cultura de pertenencia y amor por la ciudad y por el planeta. Segundo poder unir al sector público y privado en torno al festival ecológico que finalmente se verá reflejada en cada uno de los Giradoteños. Embellecer y oxigenar la ciudad ya que es una de las más calurosas y turísticas del país.

**Jennifer:** ¿Existe algún requerimiento o indicación especial por parte de la Fundación para el desarrollo del evento?

**Doris:** Si señora, cada uno de los componentes del evento logre despertar el sentido de pertenencia y amor por la ciudad de Girardot y así lograr la aceptación de la mayoría de las empresas para que participen y nos patrocinen el concurso.

Teniendo en cuenta el conocimiento que tiene sobre el municipio, ¿Qué aspectos considera que se deben tener en cuenta para que las actividades que se van a realizar, el concurso y el festival, tengan una buena acogida por el público?

**Doris:** Debido a nuestro clima es cálido recomiendo tener en cuenta la hora, día y lugar para los eventos.

**Jennifer:** Teniendo en cuenta lo que me acaba de mencionar, ¿Cuál sería la fecha y hora indicada para la realización de la reunión de presentación con los posibles patrocinadores, también para la apertura del concurso que se va a realizar y para la premiación en el festival del concurso?

**Doris:** Para la reunión con los posibles patrocinadores, tenemos que tener en cuenta el clima en la ciudad de Girardot que es bastante caluroso, adicional a eso la ubicación geográfica en Colombia y fuera de eso las diferentes actividades tanto en el sector público como en el privado y los mandatarios locales como nacionales entonces según en las agendas lo que se ha visto históricamente para la reunión con los posibles patrocinadores sugerimos que sea un día jueves ya que empezando semana en el sector público están con sus gobernaciones y actividades propias del ejercicio y en el sector privado están con sus gerentes de zona y todo, entonces sería un día jueves sería a las 6:00pm finalizando ya el día

y adicional a eso sugerimos que sea un salón acondicionado y todo eso, como puede ser en la biblioteca del banco República que son salones muy cómodos y que son de la misma alcaldía municipal.

El lanzamiento sería muy bueno hacerlo el día de cumpleaños de Girardot en Octubre y eso de pronto iría con las actividades que forme la alcaldía del municipio de Girardot para el lanzamiento, ahí si no tendríamos ningún problema porque ya prácticamente habría algunos interesados como juntas de acción comunal y serían nuestros concursantes.

La fecha del cierre o del concurso ya como entrega de mostrar lo que se hizo durante los seis meses sería en el día de la tierra que cae un domingo y no habría problema porque creo que es mucho mejor para la comunidad ya que se le tiene que dar a la comunidad Girardoteña y serían invitados a los barrios junto con las personas de juntas de acción comunal y de las mismas empresas, entonces ahí no tendríamos ningún inconveniente porque es algo para mostrar como son jardines y demás actividades.

**Jennifer:** ¿En qué aspectos considera que la Fundación necesita apoyo con la búsqueda de patrocinio para el evento?

**Doris:** Como la fundación es sin ánimo de lucro se necesita apoyo económico y profesional calificado en las áreas ambientales, protocolo, eventos, psicología y para todo lo que tiene que ver con el concurso, para cada una de las categorías como también para la promoción del concurso en medios de comunicación locales.

**Jennifer:** ¿Han pensado en cuáles serán los beneficios para las empresas que acepten patrocinar el evento? En caso de que sí ¿Cuáles serán esos beneficios?

**Doris:** Si señora, se ha pensado que prácticamente el evento del concurso tendrá un rango de tiempo de seis meses desde que empieza la promoción hasta que está el concurso, y es más el proyecto no se debe finalizar cuando ya se premie sino que de la mano con la administración municipal se debe ir más allá en el seguimiento de los mismos jardines que quedan, de las mismas obras que queden ecológicas del municipio entonces en ello desde el comienzo, hasta el final y post el concurso se debería lanzar la Publicidad de las empresas patrocinadoras, con eso promocionarían esas empresas y ellas pagarían imagen publicitaria.

**Jennifer:** ¿Hay algo que quiera añadir o modificar de lo que ha dicho en esta entrevista?

**Doris:** No señora. Agradecer el apoyo que han brindado a la Fundación en el interés a este proyecto para llevarlo a satisfacción

**Jennifer:** Muchas gracias por haber aceptado participar en la entrevista y por su colaboración, de lo que me dijo anteriormente, ¿Hay algo que desee manejar de forma confidencial y no hacerlo público en el trabajo que estoy desarrollando?

**Doris:** No señora, todo lo que manifesté en esta entrevista puede hacerlo público. Muchas gracias a usted

**Jennifer:** Agradezco nuevamente su apoyo y una vez entregado el trabajo, me aseguraré de entregarle un ejemplar.