

RESUMEN EJECUTIVO

La Dirección de Movilización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (DIRMOV), es la institución encargada del Servicio Cívico Militar (SCMV) el mismo que es voluntario a partir del año 2008, con la aprobación del artículo N°161 de la Constitución de la República del Ecuador. Desde el mismo año, La DIRMOV, ha evidenciado un constante decrecimiento en la participación de jóvenes en el SCMV; en el año 2013, a pesar de que se disminuyó el orgánico de 20700 a 17500 jóvenes, se logró únicamente 15662 siendo el 89.5% del orgánico establecido por las Fuerzas Armadas por lo que es necesario un esfuerzo de marketing y comunicación. El objetivo principal de este proyecto es elaborar un plan integral de comunicación para incentivar y fortalecer la participación de los jóvenes en el Servicio Cívico Militar Voluntario. La investigación de mercados se realizó con el fin de determinar las características y perfiles de los jóvenes en edad militar, identificar los factores y atributos de mayor importancia que consideran al momento de tomar su decisión de realizar o no el SCMV y principalmente, determinar los medios óptimos de comunicación y difusión de propaganda para este segmento de estudio. También se realizó un focus group que permitió conocer el punto de vista de las estrategias planteadas para el público interno. En la propuesta del plan integral se encuentran los objetivos con sus respectivas estrategias y actividades para el público interno y externo generando un presupuesto aproximado de \$31.900 dólares.

PALABRAS CLAVES:

- **PLAN DE COMUNICACIÓN.**
- **DIRECCIÓN DE MOVILIZACIÓN.**
- **ACUARTELAMIENTO.**
- **SERVICIO MILITAR.**
- **FUERZAS ARMADAS.**

ABSTRACT

The Dirección de Movilización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas (DIRMOV) is the institution in charge of Military Civic Service (SCMV) which is voluntary the same as from the year 2008 with the adoption of Article No. 161 of the Constitution of the Republic of Ecuador. From the same year, The DIRMOV has shown a steady decline in the participation of young people in the SCMV; in 2013, despite the organic decreased from 20700 to 17500 young, was achieved 15662 being only 89.5% young of the organic established by the Armed Forces so a marketing and communication effort is necessary. The main objective of this project is to develop an integral communication plan to encourage and strengthen the participation of young people in the Civic Voluntary Military Service. Market research was conducted to determine the characteristics and profiles of young men of military age, identify factors and attributes most important to consider when taking a decision whether or not the SCMV and principally, determine the means optimal communication and dissemination of propaganda for this segment of study. Also was made a focus group which allow us to know the points of view about the strategies for the internal public. In the proposal of the integral plan are the goals with their respective strategies and activities for internal and external audiences, generating an estimated budget of \$ 31,900 US dollars.

KEYWORDS:

- **COMMUNICATIONS PLAN.**
- **DIRECCIÓN DE MOVILIZACIÓN.**
- **CONSCRIPTION.**
- **MILITARY SERVICE.**
- **ARMY FORCES.**