



Universidad Internacional de La Rioja  
Facultad de Empresa y Comunicación

Máster Universitario en Protocolo y Eventos  
**25 aniversario Goodyear Guatemala**

|                                        |                               |
|----------------------------------------|-------------------------------|
| Trabajo fin de estudio presentado por: | Olga María Gallegos Rodríguez |
| Proyecto de trabajo:                   | Trabajo Final de Máster       |
| Director/a:                            | Javier Díez Medrano           |
| Fecha:                                 | 10 de julio de 2025           |

## Resumen

La confianza y afinidad de las personas hacia una empresa y la marca que representa no sucede de manera espontánea. Es un proceso largo y cuidadoso que las empresas deben seguir para trascender en el tiempo, forjarse una reputación y crear un vínculo especial con su público final.

Las empresas que se encuentran a la vanguardia y tienen modelos de negocios disruptivos, innovadores y con una alta producción, trascienden fronteras geográficas y temporales, gracias a que saben proyectar de manera estratégica, por distintas vías, su ADN corporativo, dejando huella en la mente de las personas. **Goodyear** es un ejemplo de ello. Con más de 125 años en el mercado a nivel global, es una empresa exitosa que ha sabido adaptar sus neumáticos y servicios a las necesidades y preferencias de las generaciones bajo un elemento constante: la innovación.

Sin embargo, la reputación y el buen nombre no bastan para permanecer en el *top of mind* de las marcas. Que una empresa cumpla 5, 10, 50 o más de 100 años de historia representa un éxito que debe celebrarse. Es por esto que **Goodyear Guatemala** ha decidido realizar un evento de aniversario: sus 25 años de operaciones comerciales en el país, desde donde supervisa el mercado de Centroamérica y el Caribe. Para esta celebración, **Goodyear** ha decidido implementar un plan estratégico de comunicación 360° que abarca varias actividades para llegar a sus distintos *stakeholders* bajo un hilo conductor o mensaje, su 25 aniversario.

Las grandes empresas saben que la calidad, la competencia y la especialización en los mercados crece constantemente y deben ir a la vanguardia. El éxito dependerá en gran parte de la correcta ejecución de actividades y perfecta planificación del evento conmemorativo, el cual contribuirá a consolidar el plan estratégico y elevará el posicionamiento de **Goodyear** en la región.

**Palabras clave:** Goodyear, comunicación estratégica, 360°, aniversario, Relaciones Públicas, eventos empresariales

## Abstract

People's trust and affinity towards a company and the brand it represents does not happen spontaneously. It is a long and careful process that companies must follow to transcend time, forge a reputation and create a special bond with their end audience.

Companies that are at the forefront and have disruptive, innovative and high-production business models, transcend geographical and temporal borders, thanks to the fact that they know how to strategically project, in different ways, their corporate DNA, leaving a mark on people's minds. **Goodyear** is a case in point. With more than 125 years in the global market, it is a successful company that has been able to adapt its tires and services to the needs and preferences of generations under a constant element: innovation.

However, reputation and good name are not enough to remain at the top of mind of brands. For a company to celebrate 5, 10, 50 or more than 100 years of history represents a success that should be celebrated. That is why **Goodyear Guatemala** has decided to hold an anniversary event: its 25 years of commercial operations in the country, from where it oversees the Central American and Caribbean market. For this celebration, **Goodyear** has decided to implement a strategic 360° communication plan that includes several activities to reach its different stakeholders under a common thread or message, its 25th anniversary.

Large companies know that quality, competence and specialization in markets is constantly growing and they must be at the forefront. Success will depend largely on the correct execution of activities and perfect planning of the commemorative event, which will contribute to consolidating the strategic plan and will raise **Goodyear's** positioning in the region.

**Keywords:** Goodyear, strategic communication, 360°, Public Relations, anniversary, corporate events

## Índice de contenidos

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Introducción .....                                                     | 8  |
| 1.1. Justificación.....                                                   | 9  |
| 1.2. Objetivos .....                                                      | 10 |
| 2. Estado de la Cuestión .....                                            | 11 |
| 2.1. Comunicación Estratégica.....                                        | 11 |
| 2.1.1. Visión 360° de la comunicación .....                               | 13 |
| 2.1.2. Relaciones Públicas: incidencia en la reputación de marca.....     | 16 |
| Reputación Goodyear .....                                                 | 20 |
| 2.2. Eventos: importancia de una experiencia 360° en la comunicación..... | 22 |
| 2.2.1. Tipo de eventos. Clasificación .....                               | 24 |
| 2.2.2. Eventos empresariales o corporativos .....                         | 25 |
| a. Aniversarios .....                                                     | 27 |
| 2.3. La industria de eventos en Guatemala .....                           | 28 |
| 3. Contextualización. Fase de ideación .....                              | 30 |
| 3.1. Goodyear, más de 125 años como fabricantes de neumáticos .....       | 30 |
| 3.2. Objetivos del evento.....                                            | 33 |
| 3.3. KPI's.....                                                           | 34 |
| 3.4. Briefing .....                                                       | 34 |
| 3.5. Actividades 360° .....                                               | 39 |
| 3.6. Equipo organizador.....                                              | 40 |
| 3.7. Conceptualización.....                                               | 41 |
| 4. Diseño del Evento. Fase de Planificación.....                          | 44 |
| 4.1. Ficha Técnica.....                                                   | 46 |
| 4.2. Retroplanning .....                                                  | 48 |

|        |                                                             |            |
|--------|-------------------------------------------------------------|------------|
| 4.3.   | Invitados.....                                              | 51         |
| 4.3.1. | Listado de invitados .....                                  | 51         |
| 4.3.2. | Invitaciones.....                                           | 54         |
| 4.4.   | Recinto: Loops Family Entertainment Center.....             | 57         |
| 4.4.1. | Escenografías y locaciones .....                            | 59         |
| 4.5.   | Catering.....                                               | 73         |
| 4.5.1. | Menú .....                                                  | 74         |
| 4.6.   | Regalos .....                                               | 77         |
| 4.7.   | Proveedores.....                                            | 82         |
| 4.8.   | Presupuesto .....                                           | 84         |
| 5.     | Ejecución del Evento .....                                  | 91         |
| 5.1.   | Programa .....                                              | 92         |
| 5.2.   | Cronograma .....                                            | 96         |
| 5.3.   | Protocolo en la Organización de Eventos Empresariales ..... | 104        |
| 5.4.   | Traslados .....                                             | 108        |
| 6.     | Evaluación y Análisis .....                                 | 110        |
| 7.     | Otros Documentos .....                                      | 113        |
| 8.     | Conclusiones .....                                          | 114        |
|        | Referencias bibliográficas.....                             | 117        |
|        | <b>Anexos .....</b>                                         | <b>119</b> |

## Índice de figuras

|                  |                                                            |    |
|------------------|------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 1.</b> | Características de la comunicación estratégica. ....       | 12 |
| <b>Figura 2.</b> | Modelo de planificación comunicacional en 360° . ....      | 15 |
| <b>Figura 3.</b> | Dimensiones de la reputación corporativa. . ....           | 18 |
| <b>Figura 4.</b> | Reputación corporativa.....                                | 19 |
| <b>Figura 5.</b> | Tipos de eventos empresariales.....                        | 28 |
| <b>Figura 6.</b> | Organigrama Mantra Comunicación y Relaciones Públicas..... | 40 |

|                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Figura 7.</b> Organigrama Comité Organizador 25 Aniversario. ....                           | 41 |
| <b>Figura 8.</b> Ejemplificación de escenarios del recinto. ....                               | 42 |
| <b>Figura 9.</b> Elementos gráficos corporativos Goodyear International Corporation. ....      | 43 |
| <b>Figura 10.</b> Secuencias acto protocolario de aniversario. ....                            | 46 |
| <b>Figura 11.</b> Vista tablero de retroplanning con aplicación Planner. ....                  | 49 |
| <b>Figura 12.</b> Vista a detalle de asignación de tareas. Planner. ....                       | 49 |
| <b>Figura 13.</b> Vista tablero en forma de parrilla. Planner. ....                            | 50 |
| <b>Figura 14.</b> Vista de indicadores de avance de tareas en forma de gráficas. Planner. .... | 50 |
| <b>Figura 15.</b> Invitación de expectativa Save the Date. ....                                | 55 |
| <b>Figura 16-17.</b> Modelo de sobre e invitación oficial. ....                                | 56 |
| <b>Figura 18-19.</b> Modelos de invitación cuenta regresiva. ....                              | 56 |
| <b>Figura 20.</b> Mapa de ubicación Loops Family Entertainment Center. ....                    | 57 |
| <b>Figura 21.</b> Croquis instalaciones Loops Family Entertainment Center. ....                | 58 |
| <b>Figura 22.</b> Instalaciones fijas y espacios al aire libre. ....                           | 59 |
| <b>Figura 23.</b> The Pit Station. Área de parqueo. ....                                       | 61 |
| <b>Figura 24.</b> Área de registro. ....                                                       | 62 |
| <b>Figura 25.</b> Visualización de brazalete. ....                                             | 62 |
| <b>Figura 26.</b> Exhibición fotográfica Hall of Fame. ....                                    | 63 |
| <b>Figura 27-28.</b> Salón de eventos. Vista frontal y lateral. ....                           | 64 |
| <b>Figura 29.</b> Croquis lateral montaje del salón. ....                                      | 65 |
| <b>Figura 30.</b> Escenario. ....                                                              | 65 |
| <b>Figura 31.</b> Photocall. ....                                                              | 66 |
| <b>Figura 32.</b> Set para entrevistas a ejecutivos. ....                                      | 66 |
| <b>Figura 33.</b> Estatuilla de reconocimientos. ....                                          | 67 |
| <b>Figura 34.</b> Área de exhibición auto Lamborghini. ....                                    | 68 |
| <b>Figura 35-36.</b> Zona Goodyear Speed Fest, Go Karts. ....                                  | 69 |
| <b>Figura 37.</b> Vallas publicitarias y rótulo meta. ....                                     | 70 |
| <b>Figura 38a.</b> Estaciones de comida (pits) y menú. ....                                    | 70 |
| <b>Figura 38b-c.</b> Estaciones de comida (pits) y menú. ....                                  | 71 |
| <b>Figura 39.</b> Set de amenización DJ. ....                                                  | 72 |
| <b>Figura 40.</b> Mobiliario. ....                                                             | 72 |
| <b>Figura 41.</b> Vestuario edecanes. ....                                                     | 73 |

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Figura 42.</b> Candy Bar Station.....                                            | 76  |
| <b>Figura 43.</b> Pastel de aniversario Goodyear .....                              | 77  |
| <b>Figura 44-45.</b> Tarjetas de bienvenida (masculino y femenino).....             | 78  |
| <b>Figura 46-47.</b> Regalo y tarjeta de bienvenida en inglés. ....                 | 79  |
| <b>Figura 48-49.</b> Tarjeta y regalo de agradecimiento a invitados.....            | 80  |
| <b>Figura 50-51.</b> Tarjeta de agradecimiento a ejecutivos (inglés y español)..... | 81  |
| <b>Figura 52.</b> Regalo de agradecimiento a ejecutivos. ....                       | 82  |
| <b>Figura 53.</b> Ordenación de ejecutivos línea 0. ....                            | 106 |
| <b>Figura 54.</b> Ordenación foto de familia ejecutivos. ....                       | 107 |
| <b>Figura 55.</b> Alquiler de vehículo para traslado de ejecutivos. ....            | 108 |
| <b>Figura 56.</b> Recorrido de buses.....                                           | 109 |
| <b>Figura 57.</b> Alquiler de buses para invitados. ....                            | 109 |

## Índice de tablas

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabla 1.</b> Industria de eventos en Guatemala .....                                              | 30 |
| <b>Tabla 2.</b> Ficha técnica 25 aniversario Goodyear Guatemala.....                                 | 47 |
| <b>Tabla 3.</b> Distribución de invitados por grupos .....                                           | 51 |
| <b>Tablas 4-6.</b> Listados de invitados: directivos, otros grupos y medios de comunicación ....     | 52 |
| <b>Tabla 7a-b.</b> Bitácora de viaje invitados: primera y segunda parte tabla de registro .....      | 53 |
| <b>Tabla 7c.</b> Bitácora de viaje invitados: vista completa tabla de registro (archivo Excel) ..... | 54 |
| <b>Tabla 8.</b> Materiales escenográficos de montaje y decoración de locaciones .....                | 60 |
| <b>Tabla 9.</b> Selección de proveedores .....                                                       | 83 |
| <b>Tabla 10.</b> Presupuesto 25 aniversario Goodyear Speed Fest .....                                | 86 |
| <b>Tabla 11.</b> Resumen de partidas presupuestarias .....                                           | 91 |
| <b>Tabla 12.</b> Programa acto de aniversario .....                                                  | 93 |
| <b>Tabla 13.</b> Cronograma 28 al 30 de agosto .....                                                 | 96 |

## 1. Introducción

La comunicación es una de las disciplinas de mayor auge y relevancia hoy en día, la cual se hace presente de distintas maneras en todas las industrias y ámbitos. Bien sea desde una pequeña reunión entre dos colegas hasta una convención o congreso masivo, todas las empresas hacen uso de la comunicación y de las distintas herramientas comunicacionales para difundir un mensaje, acercarse a sus públicos y establecer una conexión directa y permanente con ellos, independiente de los objetivos de marca que cada una posea.

El mensaje a difundir, el canal, el cómo, a quiénes y en qué momento hacerlo, son algunas cuestiones principales que siempre se deben considerar, sin dejar a un lado la intencionalidad. Así pues, en un mundo en donde las tecnologías avanzan a pasos agigantados, el silencio es también un recurso narrativo que comunica y genera un impacto. Es por eso que las empresas cada vez más, buscan nuevas formas para comunicarse con sus audiencias, conocer sus gustos e intereses y entablar lazos más fuertes que permitan conectar con estas y permanecer vigentes en el tiempo y la mente.

La comunicación corporativa es una función de gestión estratégica que consolida todos los esfuerzos de comunicación, tanto externos como internos, que contribuyen a crear la imagen positiva de una empresa y, para que sea efectiva, es importante mantener una buena reputación. Para ello, la comunicación estratégica jugará un papel fundamental en la búsqueda de nuevas formas de interacción o tácticas que permitan proyectar la identidad de las empresas en una imagen que genere confianza en su entorno y aceptación en sus públicos objetivo o *stakeholders*. En este sentido, la comunicación estratégica en el ámbito empresarial debe cerciorarse de asegurar los mensajes corporativos de manera coherente que contribuyan al posicionamiento de la marca, a través de una variedad de disciplinas de comunicación, como las relaciones públicas, el marketing, la publicidad, la organización de eventos, entre otras.

Con este trabajo de fin de máster se pretende relacionar la comunicación estratégica con otras áreas en una visión holística de 360 grados a través de la organización en ciudad de Guatemala, de un evento de carácter empresarial: el aniversario de **Goodyear**, una empresa de más de 125 años, reconocida mundialmente como fabricantes de neumáticos.

Así pues, en un entorno de constante evolución e incertidumbre, las empresas necesitan ser más proactivas en la protección de su reputación y con este evento, **Goodyear** podrá utilizar múltiples canales de comunicación de manera simultánea para asegurar la transmisión de sus mensajes corporativos y a la vez, aportar valor para sus clientes, empleados y *stakeholders*. Adicionalmente, es una gran oportunidad que contribuirá a la comprensión de su quehacer y el impacto de su actividad ante audiencias clave, impulsando su notoriedad, relevancia e influencia para aportar a su crecimiento y sostenibilidad del negocio.

### 1.1. Justificación

El presente Trabajo Final de Master (TFM) corresponde a una necesidad académica que tiene como objetivo poner en práctica lo aprendido en los distintos cursos de la maestría en Protocolo y Eventos, aplicado a un caso. En esta ocasión, se ha elegido uno de tipo corporativo porque en lo personal, mi área de trabajo se ha desenvuelto principalmente en el sector empresarial y en Guatemala, este sector particularmente, ha presentado en los últimos tres años, posterior a la pandemia, un especial interés por la realización de eventos bajo un enfoque integral de la comunicación, basado en experiencias, no solo para el cliente externo, sino también interno.

El campo de la comunicación es muy amplio, sin embargo, a través de las distintas estrategias de comunicación que he realizado bajo la sombrilla de las Relaciones Públicas, he encontrado un equilibrio en donde convergen distintas áreas de comunicación para que, de manera integral y estratégica, las acciones que se implementen, contribuyan a alcanzar los objetivos corporativos del cliente y, sobre todo, generar una buena reputación de la marca ante sus distintos *stakeholders*. Asimismo, las acciones de Relaciones Públicas aportan un valor intangible que contribuye a la reputación de la empresa, pues a través de distintas tácticas, busca que terceras personas hablen bien de la marca, lo cual genera un *worth of mouth* (boca a boca) positivo y eleva el impacto de la comunicación en la percepción del público, de una manera estratégica.

Un evento social corporativo como la celebración del 25 aniversario de la reconocida empresa internacional de neumáticos **Goodyear** en Guatemala es una táctica que puede desarrollarse como parte del plan estratégico de comunicación de la corporación para reforzar su posicionamiento de manera integral, tanto en el mercado guatemalteco como en la región centroamericana y del Caribe desde donde guía sus actividades administrativas, mercadológicas y operativas para incrementar su espacio de participación en el mercado, el cual comparte con sus principales competidores: Michelin, Firestone y Yokohama, entre otras.

La motivación de proponer este proyecto ficticio surge de mi experiencia laboral con **Goodyear Guatemala** como asesora de comunicación y relacionista pública en 2005-2006, durante la cual desarrollé distintos eventos corporativos que me permitieron conectar con la marca y que fueron muy significativos en mi desarrollo profesional.

Finalmente, la presente propuesta de TFM tiene la finalidad de brindar un aporte efectivo a estudiantes, expertos en comunicación, organizadores de eventos, relacionistas públicos o cualquier otra persona interesada, en cuanto a la organización de un evento de aniversario empresarial, tomando en consideración el debido protocolo a seguir de acuerdo con el tipo de evento, así como todos los detalles inherentes a su organización para que éste sea un éxito y contribuya a los propósitos de la empresa. De esta manera, el presente trabajo puede servir como guía para cualquier otro evento similar, aunque cada caso debe ajustarse a sus características particulares.

## 1.2. Objetivos

- Diseñar un caso práctico (ficticio) consistente en la organización de un evento de aniversario empresarial como parte del plan estratégico de comunicación, bajo un enfoque de trabajo holístico de 360 grados, que contribuya al posicionamiento de la marca Goodyear en el mercado de Guatemala y la región de Centroamérica y el Caribe.

- Demostrar que los eventos empresariales constituyen una herramienta efectiva para alcanzar objetivos de comunicación estratégicos, a través de la creación de experiencias que generen un impacto significativo en el público al cual se dirigen.
- Brindar un aporte efectivo en cuanto a la organización de un evento de carácter empresarial, que incluya el debido protocolo a seguir y los detalles inherentes a su organización.

## 2. Estado de la Cuestión

### 2.1. Comunicación Estratégica

Hay una frase que dice que “lo que no se comunica, no existe”. Es por eso que cada vez más, las empresas buscan distintas maneras de comunicarse; de establecer conexión con sus públicos y conocer a sus audiencias, lo que les permite permanecer en la mente y, por ende, trascender en el tiempo. En un entorno dinámico, las empresas que logran trascender son aquellas que pueden reestructurarse, reinventarse y ajustar procesos según las demandas del mercado y las circunstancias. Muestra de ello han sido las empresas que pese a la pandemia vivida por Covid-19 que obligó al mundo a permanecer en aislamiento, supieron adaptarse y adaptar sus distintos procesos -tanto internos como externos- para seguir operando y manteniendo su relación directa con sus públicos.

En un mundo tan competitivo en donde la tecnología ha sido una herramienta poderosa para romper cualquier barrera y poder entablar relaciones de toda índole, la **comunicación estratégica** es fundamental en el campo empresarial, un universo que constantemente se encuentra en evolución: fusiones, adquisiciones, diversificación de negocios, expansión de fronteras, entre otras tácticas para su consolidación en el mercado. Hoy en día, las marcas deben mantener un mensaje claro y coherente a través del tiempo. La comunicación estratégica es la práctica que tiene como objetivo convertir el vínculo de las organizaciones con su entorno cultural, social y político en una relación armoniosa y positiva desde el punto de vista de sus intereses u objetivos (Tironi, Cavallo; 2011).

No cabe duda que las empresas que trascienden y consolidan sus objetivos de negocio a pesar de las crisis financieras o de otra índole a las que deben enfrentarse a lo largo del tiempo, han sabido implementar en sus planes de dirección empresarial, la comunicación estratégica como uno de sus principales campos de acción y convierten esos vínculos en ventajas competitivas.

De acuerdo con Tironi y Cavallo (2011) la comunicación estratégica depende de que terceros actores hagan suyos sus mensajes y esto obedece a la capacidad de interacción personal y, sobre todo, de la fortaleza de la argumentación. De aquí que se relacione con otras disciplinas o áreas de la comunicación, particularmente con las Relaciones Públicas, así como el Marketing, la Publicidad o el Lobby.

Para que sea efectiva, la comunicación estratégica debe tener un enfoque integral que implica la planificación y ejecución de acciones diseñadas para fortalecer la conexión entre la empresa y sus diversos públicos. Se dice que es “estratégica” porque las acciones deben fundamentarse a mediano y largo plazo, es decir, que debe responder a los intereses perdurables de una organización, ocupándose de proyectar los valores y objetivos que le dan sentido, no solo hacia lo interno, sino también hacia las audiencias con las que no tiene relación directa o de mercado.

**Figura 1.** El siguiente esquema presenta algunas características propias de la comunicación estratégica.



### 2.1.1. Visión 360° de la comunicación

Para que la comunicación sea estratégica, debe ser amplia y abarcar distintos ámbitos de acción; envolverlo todo. La mejor estrategia de comunicación es la que integra de manera armónica y dinámica, todas las prácticas y escenarios posibles de ejecución, hasta constituir un sistema de comunicación holístico o “de 360 grados”.

Las empresas, los profesionales y marcas son ahora más conscientes de la importancia de la comunicación, es por ello que el enfoque 360 es una manera integral de llegar a las distintas audiencias a través de múltiples canales -ya sea *online* u *offline*-, combinando acciones de comunicación en cualquiera de sus disciplinas: Marketing, Publicidad o Relaciones Públicas. Asimismo, la comunicación 360 abarca entre sus públicos -además de los externos a la compañía-, a los propios usuarios, empleados y colaboradores, quienes se convierten en embajadores de marca; a los medios de comunicación, cuyo papel es siempre esencial en la creación y consolidación de imagen, así como a los que surgen de las redes sociales, llamados influenciadores o *influencers* (Coll, 2018).

Para DIRCOM (Asociación de Directivos de Comunicación), la comunicación 360 es, en los últimos años, uno de los principales retos de la comunicación para ganar en coherencia y aprovechar sinergias entre actores bajo un enfoque integral, según se indica en el libro *Comunicación y Estrategia* (2017). Entre los factores clave para alcanzar esta visión, se consideran las estructuras organizacionales en sentido horizontal, poco jerarquizadas y muy coordinadas; objetivos claros y medibles; toma de decisiones ágiles y uso integrado de canales *online* y *offline* en los que la empresa, sus marcas y sus personas, transmiten mensajes bien elaborados y estructurados, de acuerdo con sus intereses.

Por otro lado, los profesionales que nos hemos desarrollado en el área de comunicación o las Relaciones Públicas -ya sea dentro o fuera de una empresa como consultores-, sabemos por experiencia que la comunicación tiene un eje de acción transversal que se involucra de manera directa o indirecta, con las distintas áreas que conforman una empresa o entidad corporativa. En esta dimensión, la comunicación tiene una gran cantidad de herramientas que contribuyen a dar vida a distintas tácticas de comunicación que son ideadas dentro de una estrategia específica para cumplir con los objetivos y llegar eficazmente a las audiencias mediante los canales y formas que generen mayor impacto en ellas. Con esto, se logra posicionar a la empresa/marca y el (los)

mensaje(s) de manera tal, que tengan recordación (*Top of Mind*), sean memorables y creen una conexión directa entre la empresa y sus públicos, lo que, con el paso del tiempo y la consistencia, deriva en la buena reputación e imagen de la empresa.

De acuerdo con Véliz (2017), comunicar en 360° consiste en construir puentes diversos que acerquen diálogos con los públicos internos y externos, así como los públicos alejados o con los que nunca se ha hablado e incluso, con los más fidelizados; es una estrategia que se vale de un modelo de intervención que tiene:

1. **Permeabilidad:** capta la realidad y necesidades del entorno, así como las audiencias y responde a ellas con distintas alternativas de acción, tanto en los mensajes como en los soportes comunicacionales.
2. **Flexibilidad:** cada organización responde a sus propias circunstancias y variables: metas, audiencias, estilo de mensajes, soportes comunicacionales, presupuesto, cultura organizacional, tiempos, entre otros.

En resumen, se puede decir que se habla de comunicación en 360° cuando se pone en práctica la integración armonizada y coherente de distintos factores comunicativos, donde se contempla la comunicación organizacional, la imagen corporativa, las relaciones públicas, los procesos de fidelización, las soluciones digitales, la publicidad con sus respectivas campañas, entre otros muchos recursos que componen esa visión o plan estratégico que abarca a las muchas audiencias con quienes se relaciona la empresa. Es por eso que cuando la comunicación adopta un plan holístico de 360°, se convierte en una herramienta que impacta de manera positiva y estratégica, el funcionamiento y reputación de la empresa en distintos aspectos. De acuerdo con Moreno (2024), algunos de estos son:

- ✓ **Mejora las relaciones interpersonales:** se fortalecen las relaciones de los equipos y se crea un sentimiento de pertenencia.
- ✓ **Fortalece la imagen de marca de la empresa:** los mensajes consistentes y coherentes consolidan la identidad corporativa y construyen una reputación sólida en el mercado.
- ✓ **Posicionamiento en redes sociales y medios de comunicación:** aumenta la visibilidad y participación de la empresa en estos canales manteniendo una presencia sólida.

- ✓ **Responsabilidad Social Corporativa:** genera confianza y lealtad de clientes y otros grupos de interés reforzando el compromiso de la empresa a través de sus iniciativas a favor de la comunidad.
- ✓ **Transparencia organizacional:** promueve la transparencia al compartir información clara y accesible, reforzando la confianza entre los empleados y *stakeholders* externos. Esto contribuye a una reputación sólida y relaciones a largo plazo.

Para concluir, se puede decir que la comunicación estratégica 360° permite a las empresas a mantenerse actualizadas con las últimas tendencias, lo que le brinda la oportunidad de asegurar su relevancia y competitividad en el mercado actual bajo una cultura digital sólida.

**Figura 2.** Modelo de planificación de las comunicaciones bajo una perspectiva de 360°, abarcando a públicos internos y externos.



### 2.1.2. Relaciones Públicas: incidencia en la reputación de marca

Existen múltiples ideas para definir el concepto de las Relaciones Públicas, una disciplina de la comunicación que nació como actividad a finales del siglo XIX con los agentes de prensa y se consolidó como disciplina científica hasta la década de 1970 con los estudios de James Gruning. Rex Harlow, un veterano profesional de las relaciones públicas, recopiló en un trabajo de investigación y análisis hasta 472 definiciones, entre las que destacan:

- “Las relaciones públicas son una función distintiva de la dirección que ayuda a establecer y mantener líneas mutuas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación entre una organización y sus públicos; implica la dirección de problemas o asuntos; ayuda a la dirección a mantenerse informada y a responder ante la opinión pública; define y resalta la responsabilidad de la dirección para servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los cambios efectivos, sirviendo como un sistema inicial de aviso para ayudar a anticipar tendencias; y utiliza la investigación y técnicas éticas y sanas de comunicación como instrumentos principales”. **(Rex Harlow)**
- “Las relaciones públicas son una función directiva, de carácter continuado y planificado, a través de la cual, las instituciones y organizaciones públicas y privadas buscan ganar y mantener el entendimiento, comprensión y apoyo de aquellos con los que están o pueden estar implicadas, evaluando las opiniones públicas sobre las mismas, a fin de correlacionar en lo posible, sus propias políticas y procedimientos para conseguir, a través de una información amplia y planificada, una colaboración más productiva y una satisfacción más eficaz de sus intereses comunes”. **(International Public Relations Association -IPRA-)**
- “Las relaciones públicas son un instrumento de política direccional y toman en consideración los comportamientos y actitudes del público, intentan identificar las ideas y el modo de actuar de una persona individual o de una organización con intereses públicos y realizan un plan de acción concreto para conseguir el favor y la adhesión del público”. **(Public Relations News)**

- Para **Edward L. Barnays**, “las relaciones públicas son un intento, a través de la información, la persuasión y el cambio, de lograr el apoyo público para una actividad, causa, movimiento o institución”. Y **en una definición propia**, basada en la experiencia y trabajo directo con distintas instituciones públicas y privadas, podría decir que “son un área de la comunicación que buscan elevar la imagen (de una empresa, institución, programa, persona, otro) a través de la investigación, la planeación estratégica y la aplicación de tácticas y buenas relaciones. Permite la implementación de acciones alternas para acercarse a los públicos objetivo y generar cambios de actitud y posicionamiento favorables”.

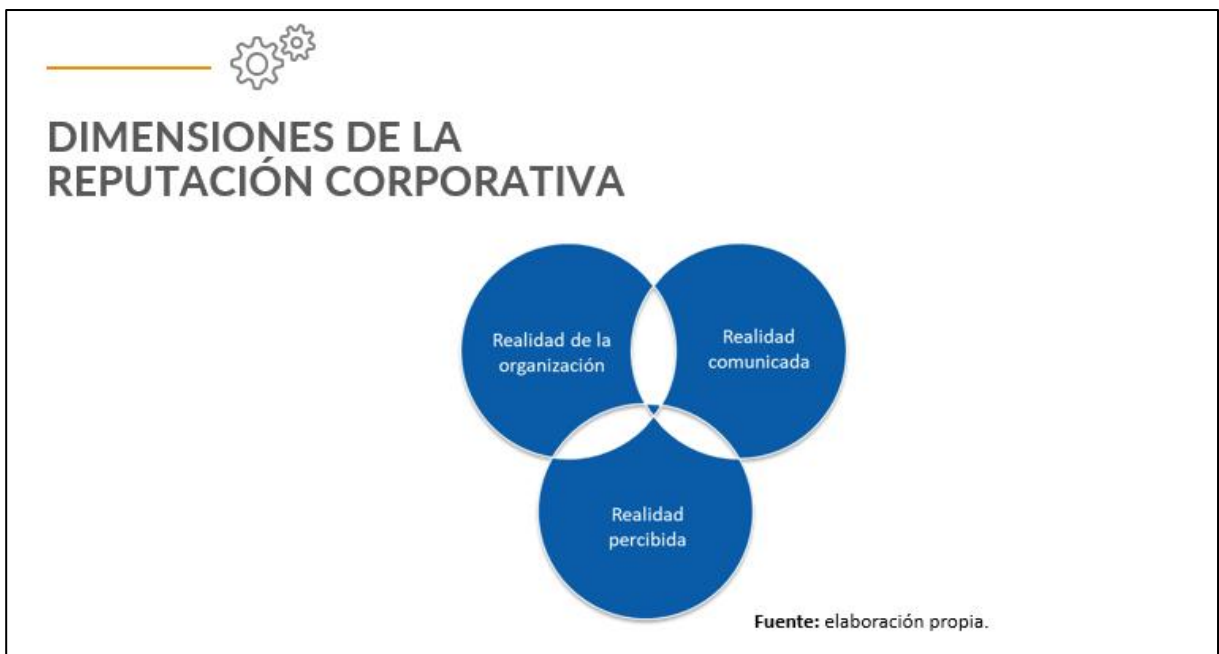
Tomando en consideración estos dos últimos conceptos, podría decirse que una de las finalidades de las relaciones públicas es la persuasión o generar cambios de actitud favorables, induciendo a otros con razones, en virtud de un fundamento. El cúmulo de las percepciones y opiniones positivas de clientes, empleados y público en general alrededor de una empresa, mediante la persuasión, incide en la reputación de ésta.

De acuerdo con Alloza (2012), la reputación es uno de los valores intangibles de mayor valor estratégico en las organizaciones que cobra vigencia dentro del nuevo rol de las empresas e instituciones en donde el éxito empresarial se mide como “la capacidad de identificar y fortalecer la relación con los grupos de interés *-stakeholders-* de la organización: opinión pública, clientes, empleados, reguladores, accionistas, proveedores, etc.” Es por ello que hoy en día, para alcanzar una buena reputación, las empresas deben transformarse de manera permanente e innovar en la forma de gestionar sus asuntos corporativos (reputación, comunicación, marca, asuntos públicos, relaciones con inversores, etc.); así como en la manera de actuar y comunicar para poder presentarse ante los grupos de interés con discursos coherentes y consistentes que generen la credibilidad y confianza necesarias para cumplir con sus objetivos de estrategia y de negocio. (Alloza, 2012)

Bajo esta línea de pensamiento, la gestión de la reputación utiliza un mecanismo de escucha y evaluación que permite identificar las diferencias entre las dimensiones en las que se sustenta la reputación corporativa:

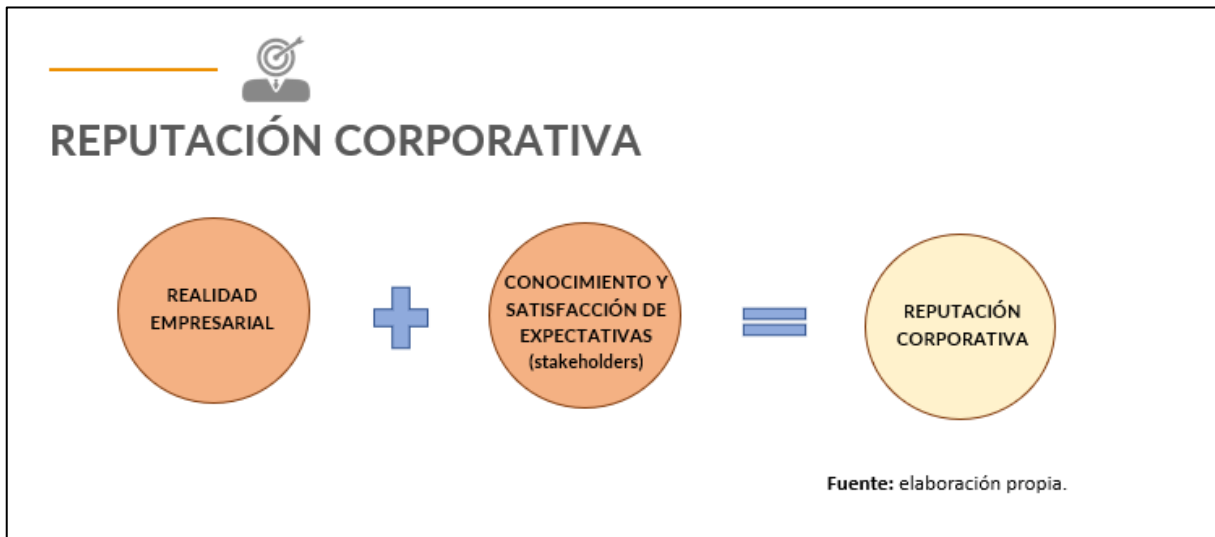
1. **Realidad de la Organización:** lo que la empresa realmente es y hace.
2. **Realidad Comunicada:** lo que la empresa comunica y proyecta a través de distintos canales de difusión.
3. **Realidad Percibida:** la interpretación y valoración de los stakeholders hacia la empresa, sus productos, acciones y gobernanza.

**Figura 3.** La alineación las siguientes realidades define la fortaleza y credibilidad reputacional de una empresa o entidad, ya sea pública o privada.



En *La buena reputación* (2012), Justo Villafañe define la reputación corporativa como “la cristalización de la imagen corporativa de una entidad cuando ésta es el resultado de un comportamiento corporativo excelente, mantenido en el tiempo que le confiere un carácter estructural ante sus *stakeholders* estratégicos”. Por tanto, se puede decir que la reputación corporativa es el reconocimiento que hacen los *stakeholders* de una compañía de su realidad empresarial y de su comportamiento en función del grado de satisfacción de las expectativas de esos mismos *stakeholders* con relación a dicha compañía.

**Figura 4.** Fórmula de los elementos que constituyen la reputación corporativa en donde esta se presenta como un binomio conformado por la realidad empresarial y el reconocimiento de ella, de acuerdo con las expectativas de cada stakeholder.



Las corporaciones intentan tener una mejor reputación por diversas razones: 1) Unas prácticas empresariales responsables evitan una mayor regulación gubernamental; 2) las empresas que tienen buenas políticas y una buena reputación tienden a padecer una menor rotación de personal; 3) la reputación corporativa afecta a las actividades básicas, contribuyendo a lograr los objetivos financieros de la organización.

En función del presente TFM, una vez teniendo claro el concepto de la reputación, su importancia y la incidencia de las Relaciones Públicas como una disciplina de comunicación efectiva para implementar un plan estratégico de comunicación en 360° que abarque distintas herramientas y canales comunicacionales dirigidos a una amplia gama de públicos -internos y externos- de interés para la empresa, es importante también conocer el nivel de reputación corporativa con que cuenta **Goodyear**, la empresa para la cual se realiza la presente propuesta de trabajo.

The RepTrak Company es el principal proveedor mundial de datos y conocimientos sobre reputación que ayuda a las empresas a aprovechar la inteligencia en este aspecto para asegurar una ventaja competitiva.

La información predictiva de RepTrak permite a los suscriptores proteger el valor de su negocio, optimizar el retorno de la inversión (ROI) y potenciar su impacto social positivo. Al combinar métricas avanzadas con asesores de reputación especializados, RepTrak ofrece análisis prácticos que alinean los objetivos de negocio con la opinión de las partes interesadas en mercados globales y diversos sectores.

El informe global RepTrak 100 *The World's Most Reputable Companies 2025*, ofrece una clasificación definitiva de las empresas con mayor reputación del mundo y un análisis exhaustivo del panorama de la reputación global. Los resultados publicados este 2025 demuestran que las empresas ya no solo sobreviven a los desafíos actuales, sino que protagonizan la renovación de su propia reputación.

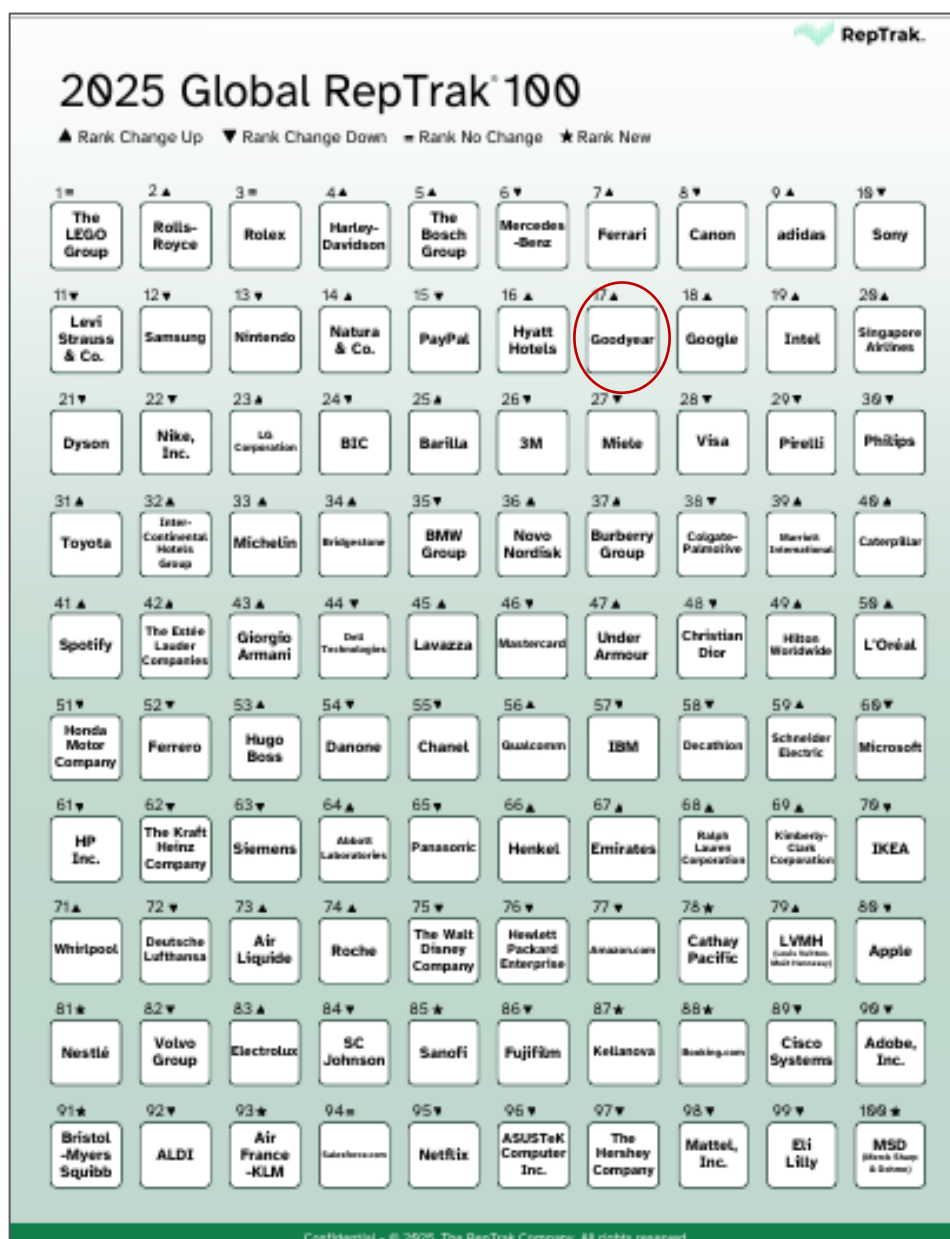
### **Reputación Goodyear**

En el caso particular de **Goodyear**, se puede observar que en el *ranking* de 2023 ocupaba la posición 38; en 2024 escaló a la posición 31 y este 2025, dio un salto significativo al ocupar el puesto 17, lo que demuestra el firme propósito y claridad en sus objetivos corporativos de ser una empresa enfocada en generar valor a todos sus grupos de interés. Asimismo, y en línea con el objetivo de generar una buena reputación corporativa, en 2025, **Goodyear** será una de las siete empresas de la industria automotriz reconocida por segunda ocasión con el “World’s Most Ethical Companies Award” por sus excelentes prácticas en ética, cumplimiento y gobernanza. Este reconocimiento es entregado por Ethisphere a 136 organizaciones de 44 industrias en el mundo que serán reconocidas por su firme compromiso con la integridad empresarial.

*“La integridad es fundamental en todo lo que hacemos en Goodyear. Hacemos lo correcto y protegemos nuestro buen nombre. Este compromiso garantiza que generemos confianza y la ganemos mediante la honestidad y el respeto, todos los días y en todos los lugares donde operamos”,* comenta Erin Lewis, vicepresidente y directora de Cumplimiento de Goodyear en el sitio oficial de la compañía.

Entre sus políticas de negocio, se puede observar que la base de reputación de **Goodyear** se utiliza desde 1915 bajo el lema “Proteja nuestro buen nombre”, que es un recordatorio de que la reputación y carácter de la empresa están en manos de cada asociado de **Goodyear**.

La reputación hoy en día ya no se trata de evitar los desafíos por completo, sino de cómo las empresas demuestran consistencia, claridad y compromiso a lo largo del tiempo. Las empresas más prestigiosas del mundo no están exentas de la mala prensa, pero sí saben cómo construir un legado sólido que no es fácil de debilitar. En resumen, las empresas que invierten en una interacción auténtica y una comunicación transparente están demostrando que la reputación no es solo un reflejo del presente, sino que es un activo que puede resistir el paso del tiempo y los momentos difíciles si se gestiona eficazmente.



Fuente: *The World's Most Reputable Companies 2025.*  
Global RepTrak.

## 2.2. Eventos: importancia de una experiencia 360° en la comunicación

Los eventos son herramientas que se realizan como parte de las estrategias de comunicación integral dentro de las empresas y organizaciones. Estos eventos corporativos contribuyen a demostrar de una manera menos invasiva o más atrayente, distintos aspectos de la empresa, como sus valores, calidad de productos y servicios a sus públicos o *stakeholders*.

Para Fleury Meirelles, en *Todo sobre eventos* (1999), un evento es “un instrumento institucional y promocional utilizado en la comunicación dirigida, con el fin de crear conceptos y establecer la imagen de organizaciones, productos, servicios, ideas y personas por medio de un acontecimiento previamente planificado, que sucede en un único espacio de tiempo, en el cual, los participantes se encuentran, ya sea físicamente o por medio de recursos tecnológicos”; y aunque existen varias definiciones, se puede decir que los eventos son acontecimientos de relevancia que permiten a las empresas interactuar con sus audiencias a un nivel más persuasivo. Es aquí en donde las Relaciones Públicas pueden actuar en un plano de comunicación 360, a través de sus distintas actividades y considerando todos -o la mayoría- de puntos de interés para alcanzar los objetivos de la empresa y del evento en sí mismo.

Por su relación con la experiencia del cliente y la lealtad de marca, las empresas que ofrecen experiencias memorables son recordadas y recomendadas, lo que robustece su lugar en el mercado y en la mente de sus grupos de interés. Para esto, es importante considerar dos técnicas de valor complementarias a la función de las Relaciones Públicas y la dirección estratégica para que las empresas orienten eficazmente los vínculos con sus clientes y creen un valor añadido: el marketing relacional y el marketing de experiencias.

En cuanto al **marketing relacional**, Philip Kotler (1996) subraya que la función de éste es construir relaciones mutuamente satisfactorias y de largo plazo con los participantes clave (consumidores, proveedores, distribuidores, etc.), con el objetivo de mantener y ampliar el negocio. Por su parte, Krishna (2010) sostiene que el **marketing de experiencias** se basa en la emoción como un aspecto crucial en el consumo, centrándose en el marketing sensorial definido como “aquel que involucra los sentidos y afecta a los públicos en sus percepciones, juicios y comportamientos”.

Complementario a esto, Pine y Gilmore (1998) mantienen que “una buena experiencia se caracteriza por tener un punto clave o elementos de la participación activa y pasiva por parte del cliente, y una conexión de inmersión y de absorción en el contexto”. Para estos autores, el éxito de una experiencia radica en que el cliente la encuentre única y memorable, y que sea sostenible en el tiempo. Esto es lo que todo evento debe tener como propósito desde el momento de su concepción y planificación; y, posteriormente, en su ejecución.

Tomando en cuenta lo anterior, los eventos 360 nacieron en la industria de la organización de eventos en Estados Unidos y en Europa alrededor de 2010, como respuesta a la demanda que había por parte de los clientes de experiencias más completas y personalizadas. Estos eventos vienen a ser proyectos integrales, multidisciplinarios e interactivos, en donde la empresa pone de manifiesto todo su potencial creativo y lo integra en un encuentro lleno de experiencias para sus invitados, convirtiéndose cada vez más, en una tendencia dominante en el sector de organización de eventos.

#### **Ventajas de los eventos 360°**

- ✓ Integran una serie de elementos y servicios en un mismo plan, de forma coherente y creativa, con un sentido propio.
- ✓ Se basan en el marketing experiencial.
- ✓ Favorecen el networking, es decir, encuentros generadores de negocio, tanto para los que convocan como para los que asisten.
- ✓ Se potencializa la calidad, se minimizan los problemas de coordinación entre proveedores y se garantiza que cada evento tenga un sello distintivo que refleje la visión de la empresa organizadora.
- ✓ La tecnología, especialmente la conectividad digital y las redes sociales ha abierto puertas a una dimensión totalmente nueva de participación y vivencia de eventos, contribuyendo a la creación de entornos inmersivos y emocionantes, donde los asistentes pueden interactuar con contenido digital de manera casi tangible.

### 2.2.1. Tipo de eventos. Clasificación

Quienes se dedican a la organización de eventos deben tener claridad en la finalidad de estos, sus objetivos, públicos, ámbitos de acción y otros aspectos que influyen en su planificación para actuar de acuerdo con las características propias que los distinguen.

Los eventos son únicos e irrepetibles; es por eso que desde su concepción, deben plantearse según los propósitos corporativos. Recordemos que los eventos son herramientas de comunicación que sirven para transmitir la imagen corporativa, que no es otra más que la percepción colectiva que tiene el público interno y externo de la organización.

Una vez revisada la literatura con relación a las distintas tipologías de eventos, se tomará en cuenta la siguiente clasificación, con base en la recopilación de anotaciones varias de los cursos del Master de Protocolo y Eventos de UNIR.

- A. Según la naturaleza de la entidad organizadora:
  - a. **Oficiales:** promovidos y organizados por una o varias instituciones oficiales del Estado.
  - b. **No Oficiales:** promovidos por cualquier tipo de institución, organización o personas que no forman parte del Estado. Pueden ser:
    - i. **Públicos:** están abiertos a la participación de personas ajenas a la institución convocante, de carácter libre o restringido.
    - ii. **Privados:** tienen concurrencia reducida y el mensaje se envía a un grupo pequeño de personas asistentes.
- B. Según los públicos asistentes:
  - a. **Sociales:** sirven para potenciar las relaciones familiares, de amistad o de compromiso con la comunidad (cumpleaños, compromisos, bodas, etc.).
  - b. **Especiales o macroeventos:** reúnen una gran cantidad de público con un carácter lúdico-festivo (conciertos, festivales, desfiles).
  - c. **Corporativos o empresariales:** los que realiza una empresa con sus públicos internos y/o externos (convenciones, congresos, aniversarios, simposios, etc.).
    - i. **Internos:** los que realiza la empresa para sus propios empleados, su red comercial o sus proveedores.

- ii. **Externos:** estos los realiza la empresa tanto para fomentar como para mantener buenas relaciones con grupos de su interés, como clientes, medios de comunicación, público en general.

### **2.2.2. Eventos empresariales o corporativos**

Cada vez más, las empresas hacen de los eventos corporativos un recurso efectivo para acercarse a sus distintos públicos, bien sea internos, externos o ambos, para transmitir sus mensajes y cumplir con determinados objetivos estratégicos que contribuyan a elevar el nivel de reputación de la empresa. Por eso, la Dirección de Comunicación junto con la Gerencia General, deben seleccionar con mucho cuidado qué eventos realizar durante el año y con qué propósito, para impactar de manera efectiva y optimizar los recursos que estarán destinados para su realización, especialmente los financieros.

Los eventos empresariales o corporativos se organizan en función de los intereses comerciales o empresariales de una compañía o de una marca con el fin de trasladar un mensaje a un público concreto y generar una respuesta o actitud (Torrens Fernández, 2005).

De acuerdo con Molinari (2012), el cliente corporativo concibe el evento como una herramienta de negocio, alineado a su imagen de marca. Debe responder a los objetivos empresariales y transmitir la filosofía corporativa cuidando la imagen de sus productos y servicios, creando un suceso que marque la diferencia en el mercado en donde se encuentra posicionado.

La norma IRAM-SECTUR 42900: 2009 de Organización de eventos, establece la siguiente clasificación propia de los eventos empresariales:

**Eventos empresariales:** organizados por las empresas en sus diferentes entornos o ámbitos de influencia:

- **Promocionales:** dirigidos a clientes externos para difundir productos, servicios o la empresa en su totalidad.

- **Motivacionales:** son aquellos que colaboran con la gratificación, integración y capacitación del personal acompañando los diferentes procesos de las compañías a las que pertenecen.
- **Institucionales:** relacionados con la responsabilidad social corporativa (RSC) y sin fines de lucro.

A esta clasificación, se agregará la tipología de eventos empresariales de Gerardo Correas Sánchez (2009):

- **Eventos propios:** organizados por la propia entidad. El anfitrión es, en sí mismo, la propia institución y será quien decida las pautas a seguir en cuanto a programa, ordenaciones, ubicaciones, intervenciones, decoración y demás aspectos logísticos y técnicos del evento (*lanzamientos, presentaciones, aniversarios, etc.*)
- **Eventos con asistencia de autoridades:** son los eventos organizados por la empresa en los que se prevé la asistencia y participación de autoridades del más alto nivel (*inauguraciones, primera piedra, congresos, etc.*)
- **Eventos corporativos:** promovidos directamente por los órganos centrales de la empresa con el objetivo de reforzar la identidad corporativa. Son convocados por el área de Presidencia, como consecuencia de su actividad externa e institucional y su proyección pública general (*junta general de accionistas, visita de autoridades*).
- **Eventos internos:** se organizan únicamente para los empleados y no tienen proyección exterior (*team building, convenciones, viajes de incentivos, etc.*)
- **Eventos externos:** son organizados por la compañía que funge como anfitriona, pero cuentan con asistencia de público externo (*ruedas de prensa, exposiciones, entrega de premios, etc.*)
- **Eventos ajenos:** la organización de estos eventos está a cargo de terceros, pero se aprecia en ellos una cierta presencia de la empresa (*ferias, seminarios, etc.*)

## a. Aniversarios

Son muchos y variados los eventos que organizan las grandes empresas según su finalidad, grupo objetivo y características. Entre los más recurrentes se encuentran: *congresos, convenciones, reuniones de trabajo, comidas de empresa, aniversarios de empresa, viajes de incentivos, outdoor training, team building* (Cuadrado, 2014).

Como parte de los eventos empresariales, los aniversarios son de carácter social, ya sea de homenaje, conmemoración o festejo para celebrar una fecha importante en la compañía, así como para reconocer la trayectoria de una institución en la sociedad (Molinari, 2012). Por lo general, se realiza a los 25, 50, 100 años o en alguna efeméride en particular, según los objetivos.

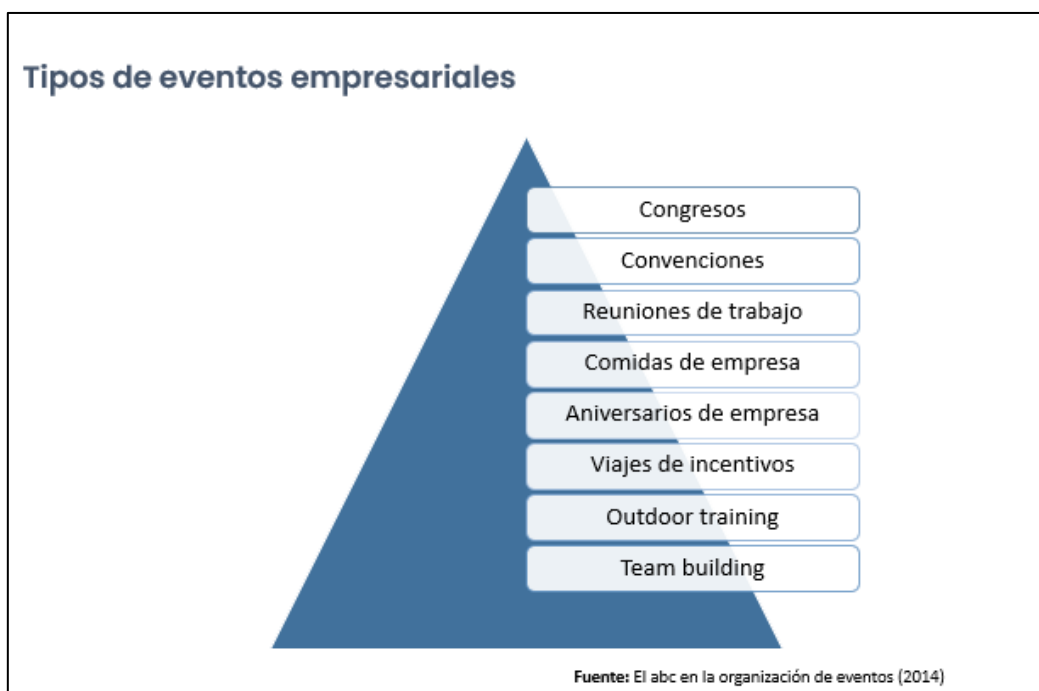
De acuerdo con Cuadrado, el aniversario de empresa constituye una oportunidad única de analizar el trabajo realizado por ésta y de enorgullecerse de todos aquellos que lo han hecho posible. Celebrar una fecha trascendental en la historia de una empresa es un hito que transmite múltiples significados como solidez, experiencia, adaptación, innovación y compromiso con la sociedad a través del tiempo.

Por otro lado, estos eventos sirven para que la empresa refuerce su relación con sus principales *stakeholders*, ya sea sus propios colaboradores, sus clientes, proveedores, consumidores u otro grupo, en un marco de cordialidad y complicidad. Entre las ventajas de celebrar un aniversario de empresa están:

- Identificación con la empresa, sus valores u objetivos.
- Relación con el entorno.
- Difusión o proyección exterior a través de la repercusión de los actos en redes sociales, prensa, televisión u otro canal mediático.

Sin importar el formato, los eventos empresariales resultan ser muy atractivos y ofrecen oportunidades valiosas para proyectar la imagen de la propia entidad o compañía.

**Figura 5.** Eventos de empresa de acuerdo con sus características, objetivos y planificación.



### 2.3. La industria de eventos en Guatemala

Guatemala es un país centroamericano que cuenta con una industria joven en la organización de eventos. Sin embargo, esta industria se fortalece cada vez más y ofrece una amplia oferta de alternativas para hacer de ellos, experiencias memorables: la ubicación, infraestructura, recursos humanos y proveedores profesionales de servicios son algunos factores que inciden en ello. De esta manera, Guatemala ha sido sede de importantes eventos de alcance mundial, como: la Asamblea de Gobernadores del Banco Interamericano de Desarrollo, la 119 Sesión del Comité Olímpico Internacional (COI), la XXVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, entre muchas otras que han permitido que Guatemala se especialice en eventos de alcance mundial.

Aunque es un sector en constante crecimiento, uno de sus principales retos es vencer la informalidad con la que operan ciertas personas del sector que trabajan de manera empírica y la competencia desleal que crean al ofrecer servicios a bajos costos. Para esto, el país cuenta con un Buró de Convenciones (fundado en 1999) y dos gremiales de profesionales de eventos, adscritas a la Cámara de Comercio (2019) y Cámara de

Industria (2023) respectivamente. El objetivo de estas organizaciones es reunir a las empresas de la industria con el fin de desarrollar e impulsar el crecimiento de los profesionales y empresas del sector de eventos para ganar reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional, exponiendo no solo las buenas prácticas, sino también la capacidad creativa, organizativa y operativa en la producción de eventos en el país.

De acuerdo con el artículo “Eventos, savia para Guatemala” publicado en septiembre de 2024 por el diario digital *República GT*, la industria de eventos en Guatemala se divide en la organización de actividades corporativas, por un lado, y sociales por otro. Este motor económico aporta alrededor de USD 1 800M al PIB y representa el 2.1% del mismo, convirtiéndose en un ejemplo de cómo la creatividad y la capacidad organizativa tienen un impacto directo y significativo.

Asimismo, se indica que los eventos corporativos comprenden aproximadamente el 68% de dicha aportación, fomentando las relaciones empresariales. En cuanto a los eventos sociales, estos añaden valor a través de la cultura y el entretenimiento.

La industria de los eventos ha demostrado ser un pilar económico y un catalizador para el turismo y el desarrollo cultural. En términos económicos, la relevancia de estos actos se evidencia en la generación de empleo y en el aumento de la demanda de servicios locales, lo que permite una mayor inclusión económica y el crecimiento de PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) que operan en estos sectores.

Desde salones privados para reuniones hasta espacios para grandes eventos en diferentes locaciones, acompañados de un sinfín de experiencias únicas y personalizadas, Guatemala ofrece una amplia gama de servicios para albergar eventos o reuniones de todo tipo, observando todas las medidas higiénico-sanitarias establecidas tanto a nivel nacional como internacional.

**Tabla 1.** Aspectos principales de la industria de eventos en Guatemala.

| Industria de Eventos en Guatemala               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Organizaciones que lideran el sector de eventos | Buró de Convenciones, Gremial de Profesionales en Eventos (Cámara de Comercio) y Gremial de Industria de Eventos de Guatemala (Cámara de Industria).                                                                                                                                                                                                                        |
| Ejes que promueve el Buró de Convenciones       | Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) enfocados en: personas, planeta, prosperidad, paz y alianzas; y sostenibilidad, seguridad (sanitaria, alimentaria y cibernética), innovación e inclusión.                                                                                                                                                                          |
| Servicios para eventos                          | Organizadores de eventos, congresos y bodas; Planificación y diseño; Venues; Decoración y flores; Catering; Mobiliario y equipo; Estructuras y cubiertas; Proveedores de equipo técnico (stands, escenarios, audio, video, fotografía, iluminación); Impresos; Entretenimiento (talento y artistas); Interpretación simultánea; Registro; Hotelería; Transporte; Seguridad. |
| Eventos                                         | Empresariales, bodas, congresos, convenciones, exposiciones, reuniones, viajes de incentivos, conciertos, foros, seminarios, otros.                                                                                                                                                                                                                                         |
| Infraestructura                                 | Más de 200 salones, teatros, museos, mercados, plazas, espacios para eventos y centros de convenciones integrados a hoteles, así como cadenas internacionales de hoteles. Restaurantes, proveedores especializados en servicios para eventos, operadores profesionales de congresos, convenciones y viajes de incentivo, transporte terrestre y conectividad aérea.         |

Fuente: elaboración propia.

### 3. Contextualización. Fase de Ideación

#### 3.1. Goodyear, más de 125 años como fabricantes de neumáticos

Fundada el 29 de agosto de 1898 por Frank Seiberling y con más de cien años, **Goodyear Tire Rubber Company** (ahora **Goodyear International Corporation**), es avalada por su larga experiencia y consolidación como uno de los fabricantes de neumáticos más reconocidos del mundo por la gran calidad de sus productos, los cuales fabrica en 53 instalaciones en 20 países de todo el mundo, empleando a unas 68 mil personas. Posee dos Centros de Innovación (Akron, Ohio; y Colmar-Berg, Luxemburgo) que se esfuerzan por desarrollar productos y servicios de última generación que establecen el estándar de tecnología y rendimiento para la industria.

En 2023, la compañía fue nombrada como Mejor Fabricante del Año de Neumáticos de Invierno y en abril 2025, Mejor Fabricante de Neumáticos de Verano por la revista de autos más leída de Europa, *Auto Bild*. Asimismo, en el informe global RepTrak 100 *The World's Most Reputable Companies 2025* ocupa el puesto 17, lo que demuestra el firme propósito y claridad en sus objetivos corporativos de ser una empresa enfocada en generar valor a todos sus grupos de interés.

Con una trayectoria de 127 años, son muchos los aciertos, desaciertos y logros alcanzados por una empresa de la talla mundial de **Goodyear**. Es la historia de una empresa sólida, consolidada, con una reputación que trasciende, líder en innovación, que apuesta por la investigación, el desarrollo y las tecnologías más vanguardistas. Desde que Henry Ford eligió en 1901 los neumáticos **Goodyear** para probar sus automóviles en las carreras, han estado entre los ganadores en casi todas las modalidades de competición imaginables, desde NASCAR e IndyCar, hasta el Rally Dakar y las **24 Horas de Le Mans**.

En 1916 se convierte en la empresa de neumáticos más grande del mundo y diez años más tarde, en 1926, en la más grande de caucho a nivel mundial. Y aunque se le conoce principalmente por sus neumáticos, la marca se diversificó hacia otros campos de acción como el científico y tecnológico, siendo la **innovación** un elemento crucial para producir desde cojines de espuma y suelas de zapatos hasta *hardware* aeroespacial y dispositivos médicos.

Los innovadores neumáticos de **Goodyear** han sido líderes en la industria desde su fundación. La compañía introdujo el primer neumático para todo tipo de clima, envió otros a la luna y se le atribuye el éxito de los neumáticos de carreras en todo el mundo.

A lo largo de su historia, **Goodyear** ha mejorado la movilidad y el rendimiento de los neumáticos gracias a sus diseños de banda de rodadura en calles, carreteras e incluso en el aire, con los avances en aviación y aeroespacial. En carreteras resbaladizas, maximizan el ahorro de combustible y siguen funcionando incluso con una llanta desinflada, superando los límites del diseño, el rendimiento y la sostenibilidad.

La reputación de **Goodyear** en el mundo la hace ser la **marca #1 de neumáticos** en la preferencia de los consumidores por su calidad, fiabilidad y valor, incluso en sus otras marcas, como Kelly y Dunlop. En Europa, **Goodyear** fabrica y vende neumáticos bajo las

marcas Sava, Debica y Fulda, y en 2021 adquirió Cooper Tire y su respectiva familia de marcas.

### Gobernanza Corporativa

Se refiere a la supervisión, estructuras, procesos, políticas, reglas y controles que regulan el comportamiento de una empresa y la guían hacia sus objetivos. El **propósito** de la compañía es **habilitar la movilidad**. Para ello, **Goodyear** desarrolla tecnologías y soluciones que brindan a las personas confianza para llegar más lejos y más rápido. Es un concepto que no solamente atañe a los neumáticos, sino que facilitan la movilidad para “facilitar las conexiones de la vida diaria”. Así, **Goodyear** basa su **estrategia corporativa** en estos ejes:

- 1) **Cómo ganamos** (excelencia operativa, en innovación y en ventas y marketing).
- 2) **Cómo trabajamos** (vivencia de valores corporativos: integridad, dinamismo, colaboración, agilidad y resultados).
- 3) **Dónde nos enfocamos** (en estas directrices: operaciones responsables, movilidad avanzada, sostenibilidad, cultura inspiradora, experiencia del cliente).

La puesta en práctica de una estrategia corporativa dinámica, cambiante, que se adapta a las necesidades y exigencias del mercado a lo largo del tiempo han llevado a **Goodyear International Corporation** a consolidarse en el tiempo, a nivel global y a alcanzar los siguientes resultados:



Fuente: Corporate Goodyear

De acuerdo con el *Informe del Mercado Mundial de Neumáticos (2025)*, el mercado global está impulsado por varios factores que influyen en su crecimiento y desarrollo, como los avances tecnológicos en la fabricación, la creciente demanda de neumáticos ecológicos, entre otros. En 2024, *“el mercado de neumáticos alcanzó un valor de alrededor USD\$333,86 mil millones. Se prevé que el mercado crezca a una tasa de crecimiento anual compuesta del 6.3% entre 2025 y 2034”* (Informesdeexpertos.com). En Latinoamérica, **Goodyear** cuenta con plantas llanteras en Brasil, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y la más reciente, inaugurada en San Luis Potosí, México (2017). Los neumáticos que se fabrican en esta planta (aproximadamente seis millones al año) se venden a través de los distintos centros de distribución de los países de Centro América, Puerto Rico y el Caribe, los cuales funcionan como socios externos de la compañía, alineados a su estrategia de negocio.

En Guatemala, **Goodyear** inició actividades comerciales en el año 2000 con el objetivo de fortalecer el mercado de neumáticos en la región centroamericana y del Caribe (CAMCAR) -segmentado por marcas, diseño, tipo de vehículo y área geográfica- para tener mayor proximidad con sus distribuidores a través de actividades integrales de comunicación y marketing que permiten posicionarla como una de las favoritas en su categoría.

### 3.2. Objetivos del evento

#### General

- Generar un *worth of mouth* positivo de la empresa entre los principales *stakeholders* de la región fidelizando su preferencia por los productos de la marca y reafirmando la relación a través del evento de aniversario de **Goodyear** en Guatemala.

#### Específicos

- ✓ Reforzar el posicionamiento de **Goodyear** como una de las principales empresas productoras de neumáticos a nivel mundial con la creación de experiencias en un evento memorable que genere un impacto significativo en el público al que se dirige.

- ✓ Robustecer el orgullo de pertenencia en los colaboradores y fortalecer los valores corporativos resaltando la imagen de marca en todas las acciones de comunicación que se implementen.
- ✓ A través de las Relaciones Públicas, implementar un plan de comunicación estratégica con actividades 360° que giren alrededor del 25 aniversario de **Goodyear** en Guatemala y que contribuyan a dar visibilidad a la marca, culminando con la celebración del evento conmemorativo.

### 3.3. KPI's

Los objetivos deberán ser medibles, tanto a nivel cuantitativo mediante valores numéricos, como cualitativo en los que se valoran más bien aspectos subjetivos. De esta manera, los KPI's (*Key Performance Indicator*) o Indicadores Clave de Desempeño serán los siguientes:

- ✓ El 40% de los invitados asistentes deberá ocupar cargos de gerencia o tomadores de decisión de las principales distribuidoras que más ventas realicen en la región.
- ✓ Motivar en 75% la participación de los invitados al evento de aniversario a través de diferentes actividades o dinámicas que refuercen la experiencia Goodyear.
- ✓ Alcanzar la inscripción de 10% a 15% de nuevos colaboradores en el programa de responsabilidad social empresarial e identificar mejoras en la satisfacción laboral.
- ✓ Obtener un ROI de un 125% más del presupuesto invertido en Relaciones Públicas por *publicity* generado a través de entrevistas, noticias y reportajes en medios de comunicación y redes sociales.

### 3.4. Briefing

El briefing es el documento en donde se reúne la información básica necesaria para la planificación de un evento, el cual sirve al promotor para pensar lo que quiere y planificar las acciones conforme los requerimientos del organizador o cliente. Es por esto que el *briefing* debe ser lo más detallado posible, ya que selecciona y ordena la información estratégica, así como las instrucciones que se deben considerar. Algunos aspectos que incluye son: tipo de evento, finalidad u objetivo, temática, fechas, lugar, público al que se dirige, presupuesto, entre otros que sean necesarios.



## BRIEFING

### 25 aniversario Goodyear Guatemala

**Goodyear** es uno de los principales fabricantes de neumáticos del mundo. La empresa fue fundada en 1898 por Frank Seiberling y Charles Goodyear Jr. en Akron, Ohio, y desde entonces ha fabricado neumáticos de calidad.

Los neumáticos Goodyear se venden en más de 180 países y son reconocidos por su innovación, calidad y durabilidad. La empresa cuenta con una amplia gama de productos que satisface las necesidades de todos los conductores, desde conductores con presupuesto ajustado hasta propietarios de coches de lujo.

Considerando la importancia económica de la región centroamericana y del Caribe, **Goodyear Guatemala** inició actividades comerciales en el año 2000. El mercado de llantas en la región está dividido entre varias marcas internacionales, siendo **Goodyear** la tercera en ventas luego de Michelin y Bridgestone. Adicionalmente, figuran Continental, Firestone, Pirelli y otras opciones más económicas como Hankook y Yokohama. El propósito de la empresa de abrir sus oficinas comerciales, administrativas y de mercadeo en el país responde al objetivo de fortalecer el mercado de neumáticos para tener una mayor proximidad con sus distribuidores a través de actividades integrales de comunicación y marketing que permitan posicionarla como líder en su categoría.

En este sentido, **Goodyear** busca celebrar **veinticinco años** de operaciones en la región a través de sus oficinas en Guatemala y reafirmar su posicionamiento ante sus principales *stakeholders* con una estrategia de comunicación 360° que culmine con su principal evento corporativo: la celebración del aniversario de la empresa.

El presente *briefing* consiste en la descripción del **evento de aniversario** que se pretende realizar para que **tres** agencias de Comunicación elaboren una propuesta y plan de trabajo, la cual entrará a consideración por parte del equipo de Comunicación y Mercadeo de **Goodyear Guatemala** para que sea ejecutada por la empresa ganadora. Debido al asueto de Semana Santa, las propuestas de trabajo se recibirán en los siguientes 10 días hábiles después de entregado el presente brief a las empresas oferentes.



A continuación, se presenta la información a considerar.

**Evento: 25 aniversario Goodyear Guatemala**

**Características:** evento propio organizado por **Goodyear Guatemala**, no oficial, empresarial. Es un evento privado, mixto (con público interno y externo). En años anteriores no se ha realizado un evento de aniversario conmemorativo, sólo se habían implementado acciones a nivel interno con los empleados, como almuerzos, pastel, incentivos laborales y/o económicos.

**OBJETIVOS**

**General**

- Generar un *worth of mouth* positivo de la empresa entre los principales *stakeholders* de la región fidelizando su preferencia por los productos de la marca y reafirmando la relación a través del evento de conmemoración del 25 aniversario de **Goodyear** en Guatemala.

**Específicos**

- ✓ Reforzar el posicionamiento de **Goodyear** como una de las principales empresas productoras de neumáticos a nivel mundial con la creación de experiencias en un evento memorable que genere un impacto significativo en el público al que se dirige.
- ✓ Robustecer el orgullo de pertenencia en los colaboradores y fortalecer los valores corporativos resaltando la imagen de marca en todas las acciones de comunicación que se implementen.
- ✓ A través de las Relaciones Públicas, implementar un plan de comunicación estratégica con actividades 360° que giren alrededor del 25 aniversario de **Goodyear** en Guatemala y que contribuyan a dar visibilidad a la marca, culminando con la celebración del evento conmemorativo.

**Público Objetivo:** el evento de celebración del 25 aniversario deberá contemplar a público interno y externo de la región CAMCAR. Adicionalmente, se deben contemplar los siguientes *stakeholders* a quienes se dirigirá la propuesta 360° de actividades de comunicación:

**Interno:**

- Directivos CAMCAR
- Colaboradores



**Externo:**

- Distribuidores
- Proveedores
- Clientes
- Concesionarios
- Medios de comunicación

**Mensaje principal a transmitir:** la empresa deberá proponer un *claim* que será el hilo conductor de toda la conceptualización del evento de aniversario. A manera de guía, el mensaje debe girar alrededor de los valores corporativos de la marca y/o su política de gestión, o bien, la trayectoria, el éxito y fortaleza de la marca para continuar con los planes de expansión en CAMCAR.

**Valores de la marca:** integridad, dinamismo, colaboración, agilidad, resultados.

**CONSIDERACIONES ESPECIALES**

**Evento:** Aniversario Goodyear Guatemala (25 años)

El evento conmemorativo deberá contemplar un máximo de 150 personas, incluyendo a los principales representantes de cada grupo de stakeholders de los países de la región en los que **Goodyear Guatemala** tiene actuación (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y República Dominicana).

**Fechas:** a realizarse en la segunda quincena de agosto 2025. La empresa puede elegir día, fecha y hora que mejor se adapte a su propuesta (este evento será el cierre de actividades de aniversario).

**Timing:** la propuesta de actividades del plan estratégico de comunicación 360° deberá ejecutarse a partir del 1 de junio y culminar el 31 de agosto 2025.

Debe crear experiencias que generen impacto y lo hagan memorable.

**Locación:** a convenir de acuerdo con la propuesta y el concepto a presentar.

**Tono y estilo:** acorde a la personalidad de la marca (joven, dinámica, innovadora, enfocada en una cultura inspiradora y en la experiencia del cliente interno y externo).

**Adicionales:** incluir una sugerencia holística de actividades de comunicación estratégica 360°. La sinergia del evento con estas otras acciones de comunicación deberán contribuir al cumplimiento del objetivo general.



La propuesta debe incluir otros aspectos esenciales como la conceptualización del evento, escenografía, decoración, catering, transporte, traslados, personal de apoyo, recurso técnico y humano, montaje-desmontaje, coordinación logística, contratación de proveedores, regalos, programa del evento, *timings* y cualquier otra consideración que el oferente considere.

**Presupuesto:** la ejecución de las actividades del evento de aniversario contará con un techo de Q800,000.00 (quetzales), es decir, USD\$100,00.00 equivalente a €115,000.00, incluidos los gastos de boletos aéreos y hospedaje de los invitados representantes de los países de la región. En este rubro, la empresa oferente debe incluir sus condiciones de forma de pago y cualquier otra consideración que estime conveniente con relación a la contratación de servicios. Este presupuesto **no** incluirá las actividades de comunicación sugeridas en el plan estratégico 360° ya que estas se evaluarán y ejecutarán directamente a través del departamento de Comunicación y Mercadeo de Goodyear Guatemala.

**Entrega de propuestas y contacto:** las mismas deberán ser enviadas al correo electrónico [paulina\\_furlan@goodyear.com](mailto:paulina_furlan@goodyear.com) con atención a la señora Paulina Furlán, Coordinadora de Marketing Comercial Centro América y el Caribe, a más tardar el viernes 28 de marzo a las 18:00 horas.

#### Fechas importantes

| Presentación Propuestas de Trabajo Aniversario Goodyear Guatemala |                                                                                                                |                           |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| No.                                                               | Acción                                                                                                         | Fecha                     |
| 1.                                                                | Entrega de briefing a empresas participantes (3)                                                               | 10 marzo                  |
| 2.                                                                | Reunión virtual contrabriefing                                                                                 | 14 marzo                  |
| 3.                                                                | Envío de propuestas                                                                                            | 28 de marzo / 18:00 horas |
| 4.                                                                | Revisión de propuestas                                                                                         | 31 marzo - 01 abril       |
| 5.                                                                | Presentación de propuestas por parte de las empresas oferentes al comité organizador de Goodyear (presencial). | 02 abril                  |
| 6.                                                                | Deliberación, resolución y adjudicación del proyecto                                                           | 04 abril / 18:00 horas    |

Fuente: elaboración propia.

**Nota:** Goodyear International Corporation es una empresa ética con altos estándares de Compliance en sus acciones, acorde a los valores y políticas bajo las cuales rige sus actividades. La presentación de propuestas de trabajo se revisarán con la más alta confidencialidad por el comité organizador del aniversario de Goodyear en Guatemala. Se respetará la propiedad intelectual de cada una de las propuestas presentadas y la compañía no hará uso de ninguna de las ideas contenidas en las propuestas que sean descartadas.

Fuente: elaboración propia.

Una vez presentado el *briefing* y realizado el proceso de selección y contratación de agencia, se eligió a la empresa **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas**, a cargo de la autora del presente trabajo, para llevar a cabo la ejecución del evento de aniversario.

### 3.5. Actividades 360°

De acuerdo con el *briefing*, **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** presenta a continuación, una propuesta de actividades para un plan de comunicación estratégica 360° que abarca una serie de acciones desde los distintos campos de la comunicación reforzando el posicionamiento de **Goodyear** y su trayectoria en el país y en la región de Centroamérica y el Caribe (CAMCAR) durante estos 25 años.

#### **Mercadeo**

- Campaña promocional dirigida a clientes o consumidores. En la compra de llantas **Goodyear** de la línea Eagle, Fortera o Wrangler, el cliente podrá participar de un sorteo de un viaje para dos personas a Inglaterra, a la carrera de las **4 Horas de Silverstone de Goodyear 2025**, el 14 de septiembre de 2025 en las **European Le Mans Series (ELMS)**, de donde **Goodyear** es patrocinador oficial. (CAMCAR)

#### **Publicidad**

- Campaña publicitaria (institucional y mercadológica de la promoción) en medios externos: vallas, mupis; tradicionales: radio y periódicos a través de sus sitios digitales; redes sociales Instagram, Facebook, LinkedIn (Google ADS) e *influencers*. (CAMCAR)

#### **Marketing de contenido**

- Pauta de publicaciones en revistas económicas regionales como Summa, Estrategia y Negocios, El Economista y Forbes, con distintos enfoques: económico, responsabilidad social empresarial y sostenibilidad, trayectoria, crecimiento y expansión regional, etc.

#### **Relaciones Públicas (Guatemala)**

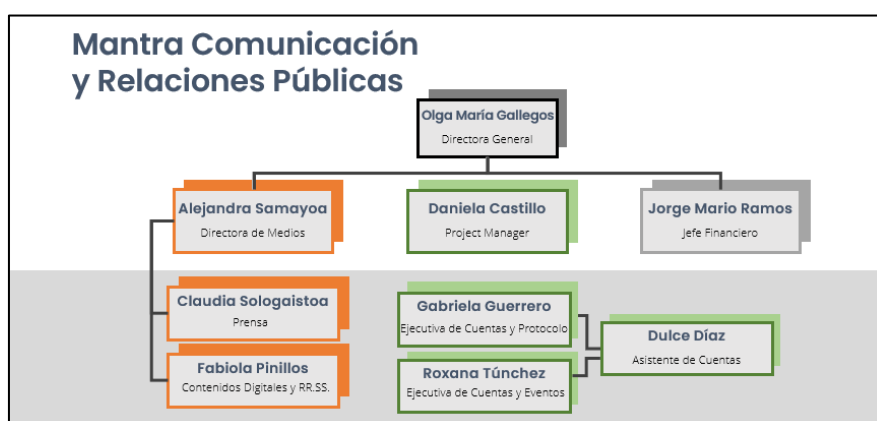
- **Conferencia de prensa:** presentación de los embajadores de marca, los pilotos corredores Ian Rodríguez, (cerca de la Fórmula 1) y Mateo Llarena (incluido en el Top 10 de Mejores Pilotos Latinos en el Mundo de las series IMSA, FIA WEC, GT World Challenge América/Europa, **Le Mans Europea** y el Lamborghini Súper Trofeo).

- **Workshop práctico:** con los representantes distribuidores de los países de la región, un día antes del evento de aniversario, sobre innovación, tecnología y sostenibilidad en neumáticos.
- **Evento de Aniversario:** Celebración 25 años Goodyear.

### 3.6. Equipo organizador

La empresa **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** es la adjudicada por **Goodyear** para la organización del evento de aniversario que se encargará de ejecutar todas las actividades que corresponden a la fase de planificación y ejecución del mismo (preproducción, producción y postproducción), para lo cual deberá seguir un plan de trabajo en el que se detallarán las actividades a realizar en cada fase. La estructura de la empresa es la siguiente:

**Figura 6.** Organigrama Mantra Comunicación y Relaciones Públicas, empresa organizadora.

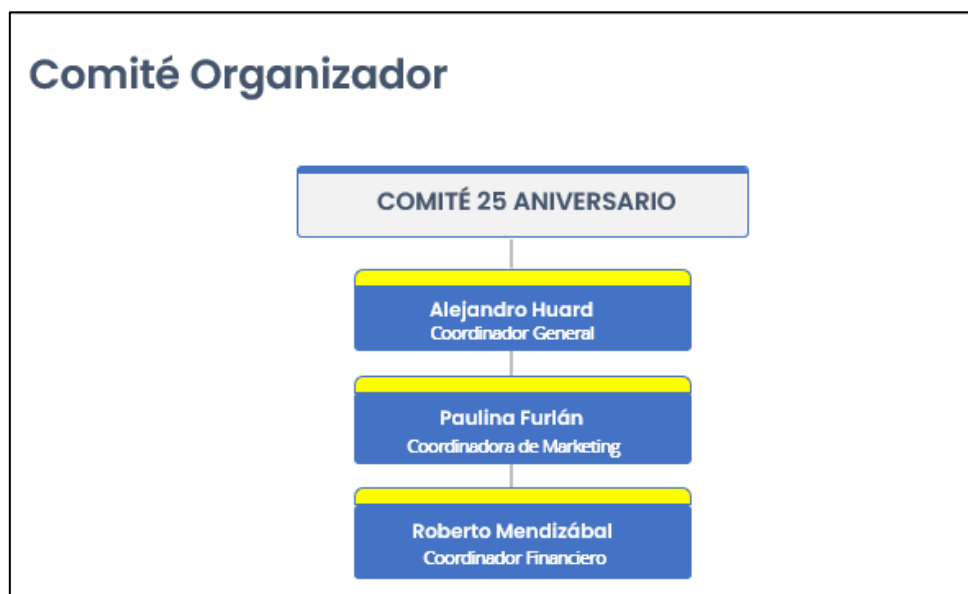


**Fuente:** elaboración propia.

### Comité Goodyear 25 Aniversario

Es el equipo modular encargado de aprobar todas las actividades, diseños, subcontrataciones, presupuestos y materiales de comunicación relacionados con el evento de Aniversario. Estas acciones se revisarán periódicamente con los integrantes del equipo organizador de **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas**, para contar con la aprobación correspondiente, con la seguridad de que las implementaciones cumplen con los objetivos y expectativas del cliente. El Comité está conformado de la siguiente manera:

**Figura 7.** Organigrama Comité de Aniversario Goodyear Guatemala.



**Fuente:** elaboración propia.

### 3.7. Conceptualización

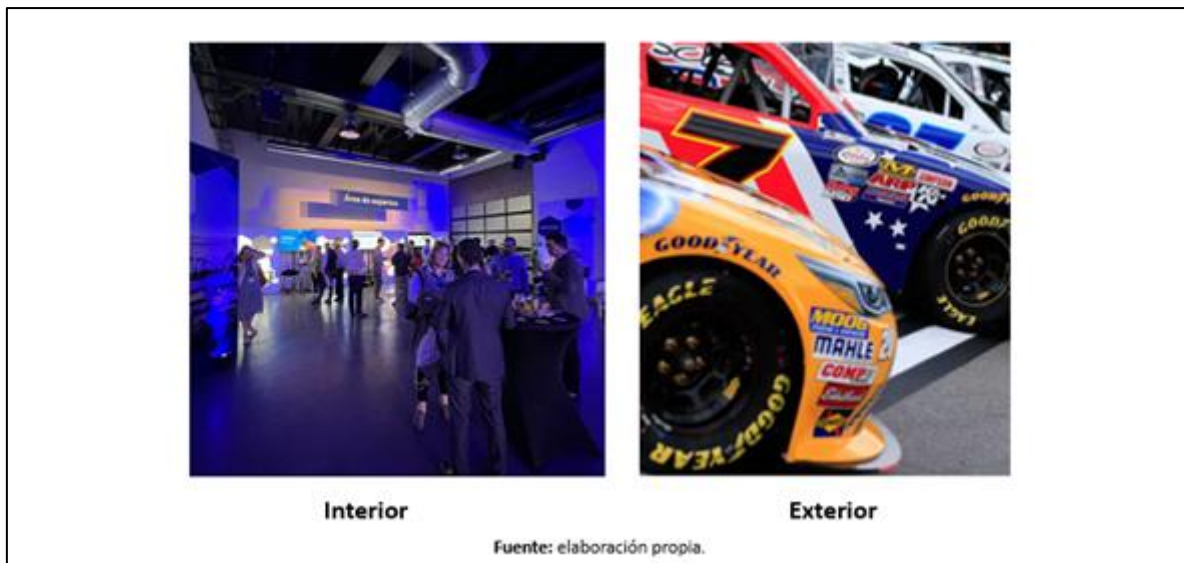
Para este evento de Aniversario se eligió el *claim* “25 años en la pista del éxito” y para celebrar la trayectoria de **Goodyear** en Guatemala y la región, el evento se llamará “**Goodyear Speed Fest**”, una celebración con una temática automovilística en la que los invitados podrán celebrar esta fecha de una manera memorable y competitiva. El recinto en donde se realizará el evento tendrá dos escenarios principales:

- 1) **Interior:** **Goodyear International Corporation** es una empresa global con una elevada reputación que ha ido formándose en el transcurso de más de 125 años bajo un plan estratégico de crecimiento y gobernanza que le ha llevado a ser una marca de neumáticos preferida por los consumidores. Por esto, el recinto interior será un recorrido por la historia y los momentos icónicos de Goodyear. Su mayor atractivo será un “Hall of Fame” con retratos de grandes personalidades dentro de la compañía, pero principalmente, de colaboradores de Guatemala y la región que han destacado dentro de la empresa, ya sea por logros excepcionales, innovación, servicio al cliente, contribuciones a la cultura organizacional o vivencia de los valores corporativos.

El "Hall of Fame" contribuirá específicamente al objetivo que busca robustecer el orgullo de pertenencia en los colaboradores ya que sirve como inspiración para los empleados, demostrando que sus logros son reconocidos y valorados en la corporación. Además que al reconocer a los mejores, se fomenta la excelencia y se motiva a otros a seguir “en la pista del éxito”, como se especifica en el *claim* del evento.

2) **Exterior:** su mayor atractivo serán dos pistas de *Go Karts* con un área de *pits*. En las carreras automovilísticas, los *pits* son el lugar adonde los corredores llevan su vehículo durante la competencia para cambiar los neumáticos, hacer reparaciones mecánicas, sustituir partes dañadas o ajustar el alerón. En el **Goodyear Speed Fest**, los *pits* se encontrarán alrededor de la pista de *Go Karts* con distintas estaciones de comida que contribuirán a la convivencia y a crear un ambiente de diversión y festejo.

**Figura 8.** Ejemplificación de escenarios principales del recinto o venue, interior y exterior.



- **Tono del evento:** dinámico, jovial, semi formal, pues tendrá una parte protocolaria de carácter corporativo y otra de fiesta tipo festival en las que se combinarán ciertas temáticas propias de la empresa como reconocimientos especiales, con otras lúdicas como sorteos, música en vivo, estaciones de comida, etc.

- **Identidad corporativa:** según Cuadrado (2024) la identidad corporativa sintetiza la filosofía de la empresa. Son los valores que sustentan su identidad como organización; la personalidad que abarca todas las formas de expresión, ya sean verbales, simbólicas o de comportamiento. El concepto de este evento de aniversario reforzará la identidad de **Goodyear** expresada en sus valores corporativos de integridad, dinamismo, colaboración, agilidad y resultados.
- **Imagen corporativa:** se proyectará en distintos elementos que reforzarán de manera subliminal la marca a través de los sentidos (marketing sensorial) para crear experiencias memorables y una percepción favorable hacia la empresa. Incluye el nombre de la marca, el logotipo, los colores corporativos y los símbolos icónicos de **Goodyear**: el pie alado del dios romano, Mercurio, que dio origen a la marca The Goodyear Wingfoot, inspirada en 1900; y el dirigible Goodyear, su primer ícono publicitario creado en 1912.

*Figura 9. Principales elementos gráficos que forman parte de la imagen corporativa de Goodyear International Corporation.*



Fuente: sitio oficial Goodyear <https://bit.ly/3FpE3bs>

El **Goodyear Speed Fest** celebrará el espíritu de movilidad avanzada, cultura inspiradora y experiencia del cliente (invitados) como refuerzo a las directrices en las que la compañía enfoca sus acciones.

#### 4. Diseño del Evento. Fase de Planificación

Una vez adjudicado el proyecto, **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** iniciará el proceso de planificación y preproducción para llevar a la realidad el concepto que se desarrolló para la celebración del 25 aniversario de **Goodyear** en Guatemala, lo cual implica la creación de materiales, subcontratación de proveedores, elaboración de bases, envíos de invitaciones, coordinación de actividades y todos los aspectos relacionados con la ejecución del proyecto el día del evento de aniversario. Para esta celebración, se pensó organizar un evento fuera de los estándares convencionales de aniversarios corporativos, usualmente ideados para realizarse por las noches, de manera formal, tipo cóctel.

El 25 aniversario se realizará a partir de las 11 horas del viernes 29 de agosto 2025 en *Loops Family Entertainment Center*, un venue ubicado en las proximidades de la ciudad capital de Guatemala y con los ambientes necesarios para llevar a cabo la conceptualización del evento, esto es, que la parte lúdica de la actividad se realice en el exterior, alrededor de una pista de *Go Karts*; y la parte protocolaria en el interior. Pese a que la actividad conmemorativa de aniversario se realiza en un solo día, los invitados del interior de Guatemala y extranjeros arribarán un día antes y se hospedarán en el hotel The Westin Camino Real, en una de las zonas más exclusivas de la ciudad, rodeada de hoteles, restaurantes, centros comerciales y comodidades.

Los invitados provenientes de otros países serán recibidos en el aeropuerto Internacional La Aurora por personal designado para el efecto y se les trasladará al hotel para su *check-in* en donde se les recibirá una bebida de bienvenida tipo cóctel y prepararse para asistir ahí mismo a un almuerzo de bienvenida y *workshop* práctico organizado por el departamento de Mercadeo de **Goodyear**, sobre innovación, tecnología y sostenibilidad en neumáticos. Este *workshop* forma parte de las actividades del plan de comunicación 360° alrededor del aniversario en la región, el cual fue propuesto por **Mantra** con el objetivo de aprovechar la estadía de los invitados y fortalecer lazos comerciales, a través de una capacitación especial por parte de la empresa y establecer un momento de *networking* entre los asistentes, el equipo de **Goodyear** y sus directivos.

El día del evento de aniversario, un bus recogerá a todos los invitados en el hotel a las 10 horas y los trasladará al recinto en donde se realizará la actividad, la cual está programada de 11 a 17 horas para luego ser trasladados de regreso al hotel. La noche será libre ya que todos deberán regresar a sus respectivos países al día siguiente, el sábado 30 de agosto.

Es importante mencionar que **Mantra** se ocupará de la coordinación del traslado de los invitados internacionales del aeropuerto al hotel, así como la coordinación y reservación de habitaciones ya que forma parte de la invitación a la celebración del evento de aniversario, motivo por el cual viajan a Guatemala. Lo que corresponde al almuerzo de bienvenida y *workshop* estará a cargo de **Goodyear Guatemala**. Posteriormente, **Mantra** volverá a retomar sus actividades de coordinación y logística con los invitados el viernes 29 de agosto, día del evento, pues el jueves 28 por la tarde se realizará el montaje en Loops.

Al llegar al recinto, los invitados serán recibidos por edecanes (azafatos) en donde realizarán su registro. A continuación, pasarán a la exhibición Hall of Fame y al salón de eventos en donde será el acto protocolario correspondiente y posterior a eso, los asistentes podrán disfrutar de las distintas amenidades programadas. Para finalizar, a las 16 horas se hará un sorteo especial, se partirá el pastel y se coordinará el regreso al hotel a las 17 horas.

El acto del 25 aniversario de **Goodyear Guatemala** seguirá un protocolo específico que contribuirá a la conformación del programa. De esta manera, el protocolo a seguir contemplará las siguientes secuencias:

- Traslado de invitados hotel - recinto
- Llegada y recepción de invitados
- Ordenación de los invitados
- Presentación general del acto
- Proyección de video institucional
- Discursos
- Reconocimiento a colaboradores destacados
- Brindis
- Actividades de celebración
- Encuentro del anfitrión con los invitados
- Sorteo especial conmemorativo
- Despedida
- Traslado a hotel

La última parte de la actividad consiste en el traslado de los invitados del hotel al aeropuerto el sábado 30, según los itinerarios de viaje de cada uno y en esta etapa de post-evento, se realizará la evaluación y cierre para determinar el éxito de la actividad mediante el cumplimiento de KPI's, aspectos de mejora, pagos finales, entre otros.

La anterior estructura del programa protocolario y acciones habrán sido revisadas y aprobadas por el **Comité de Aniversario**. Así, **Mantra** coordinará su ejecución cuidando cada uno de los aspectos logísticos de montaje, *catering*, seguridad y escenografía, así como cualquier otro que sea necesario para asegurar el éxito del evento.

**Figura 10.** Resumen de las principales secuencias que constituyen el acto protocolario de aniversario.



#### 4.1. Ficha Técnica

En la fase de planificación de un evento, debemos contar con una serie de datos básicos que servirán de guía para confeccionar a detalle, todo lo relacionado con el acto que se está organizando. Servirá para que cualquier persona que lo vea, se pueda dar una idea general de lo que consiste el evento con ese primer vistazo. Es de carácter informativo y servirá como un índice que, a su vez, contribuirá a evitar improvisaciones.

**Tabla 2.** Ficha técnica 25 aniversario Goodyear Guatemala.

| FICHA TÉCNICA               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ítem a considerar           | Referencia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Acto</b>                 | Aniversario Empresarial (25 años)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Anfitrión</b>            | Señor Diego Grimoldi<br>Gerente General Goodyear Centro América y el Caribe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Lugar</b>                | Loops Family Entertainment Center<br>(Km. 17.5 Carretera a San José Pinula)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Tipo de Espacio</b>      | Fijo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Fecha</b>                | Viernes 29 de agosto de 2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Hora</b>                 | 11:00 a.m.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Duración</b>             | 6 horas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Invitado de Honor</b>    | Laura Duda, Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones Goodyear International Corporation                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Objetivos</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar un <i>worth of mouth</i> positivo de la empresa entre los principales <i>stakeholders</i> de la región fidelizando su preferencia por los productos de la marca y reafirmando la relación a través del evento de conmemoración del 25 aniversario de <b>Goodyear</b> en Guatemala.</li> <li>• Reforzar el posicionamiento de <b>Goodyear</b> como una de las principales empresas productoras de neumáticos a nivel mundial con la creación de experiencias en un evento memorable que genere un impacto significativo en los invitados.</li> <li>• Robustecer el orgullo de pertenencia en los colaboradores y fortalecer los valores corporativos resaltando la imagen de marca en todas las acciones de comunicación que se implementen.</li> </ul> |
| <b>Grupos de invitados</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Directivos CAMCAR</li> <li>• Colaboradores</li> <li>• Distribuidores</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Clientes</li> <li>• Concesionarios</li> <li>• Medios de comunicación</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Aforo</b>                | 150 pax.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Presupuesto</b>          | USD\$126,500 dólares / €115,000 euros / Q1 MM quetzales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Empresa Organizadora</b> | Mantra Comunicación y Relaciones Públicas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Contacto</b>             | Olga María Gallegos Rodríguez / Directora General<br>omgallegos@mantracomunicacion.com/+502 5308 7530                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

**Fuente:** elaboración propia

## 4.2. Retroplanning

Consiste en un calendario o cronograma retrospectivo de las actividades que deberán ejecutarse como parte del proyecto desde que éste da comienzo. Debe incluir las áreas de trabajo que conforman el proyecto y un desglose de las actividades específicas de cada área. Adicional, debe incluir la fecha de ejecución (puede organizarse por semanas o días) y el nombre de la persona y/o empresa encargada de llevar a cabo esa acción. Lo recomendable es actualizarlo cada día y trabajar un archivo compartido entre los responsables de dar seguimiento a estas acciones para tener un mapa cronológico en tiempo real de los avances o retrasos que pueden suscitarse en el camino. Esto permitirá tomar decisiones certeras y en el momento oportuno, en caso se necesite hacer cambios de proveedores, reevaluar mecanismos de trabajo, incrementar personal de apoyo, entre otros aspectos que en el día a día pueden incidir en el resultado del evento.

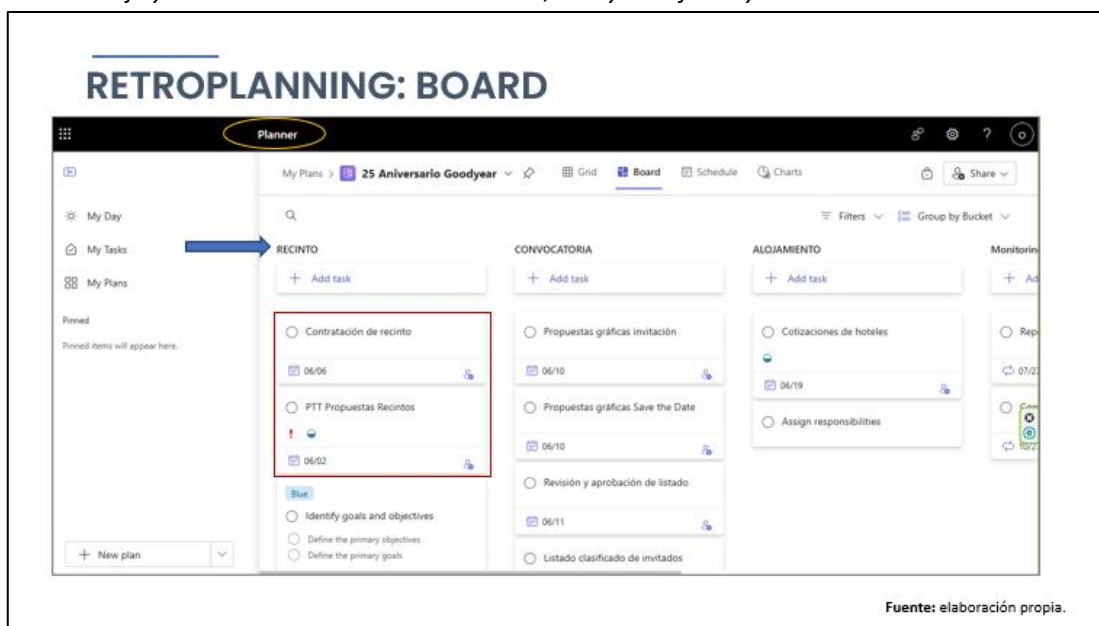
En la actualidad, además de los archivos tradicionales de Excel, existen numerosas herramientas tecnológicas que son específicas para planificar, organizar, y ejecutar proyectos exitosamente, con distintas funcionalidades, como Microsoft Project, Planner, Trello o Monday.com., Wrike, entre otras.

Para llevar el control de actividades del evento de **Goodyear**, serán 8 áreas de trabajo las que conformarán la organización del proyecto:

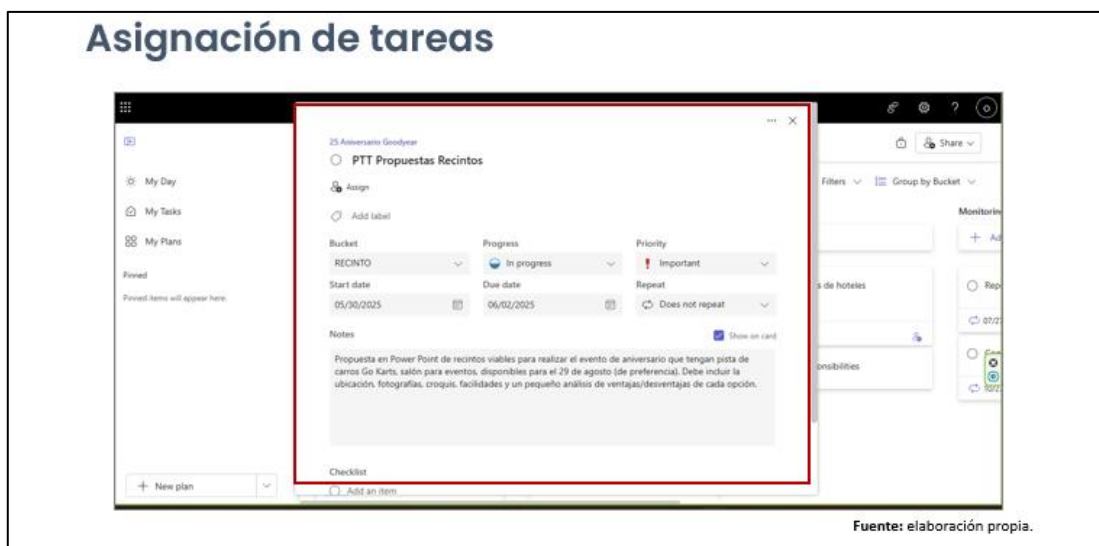
1. Recinto: la contratación del lugar en donde se realizará el evento de aniversario.
2. Convocatoria: incluye lo relacionado con invitaciones, confirmaciones, acreditaciones, registro de invitados.
3. Traslados: todo lo relacionado a transportes (contratación de vehículos/buses, servicios de shuttle aeropuerto-hotel-aeropuerto, boletos aéreos)
4. Alojamiento: la estancia de los visitantes provenientes de los países de la región CAMCAR y el interior del país en los días que se desarrollarán las actividades de aniversario (28, 29 y 30 de agosto).
5. Alimentación/catering: selección de alimentos y bebidas durante el evento de aniversario, así como los tiempos de comida de los invitados durante su estancia en la ciudad.

6. Montaje: todo lo relacionado con las escenografías (aspectos tecnológicos, iluminación, sonido, audiovisuales), ambientación y decoración del recinto.
7. Comunicación y Protocolo: organización del acto protocolario y aspectos relacionados específicamente con las autoridades de **Goodyear**, programa del acto, documentos y papelería, materiales de comunicación.
8. Imagen y Merchandising: promocionales, sorteos, uniformes, edecanes.

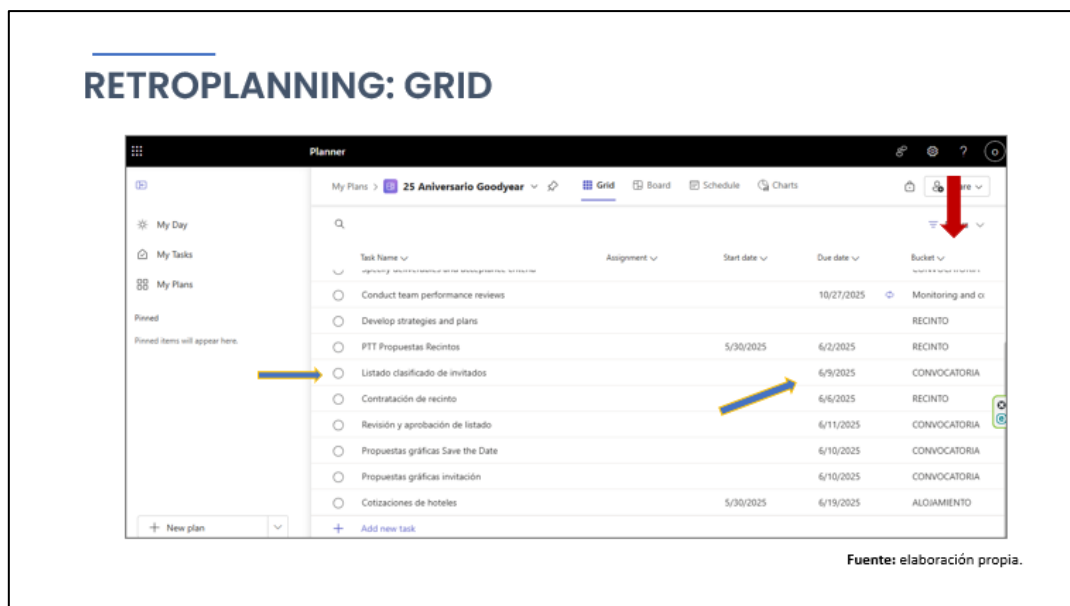
**Figura 11.** Vista de tablero de retroplanning con la aplicación Planner. Se muestran las áreas de trabajo y las acciones a realizar en cada una, incluyendo fecha y estatus.



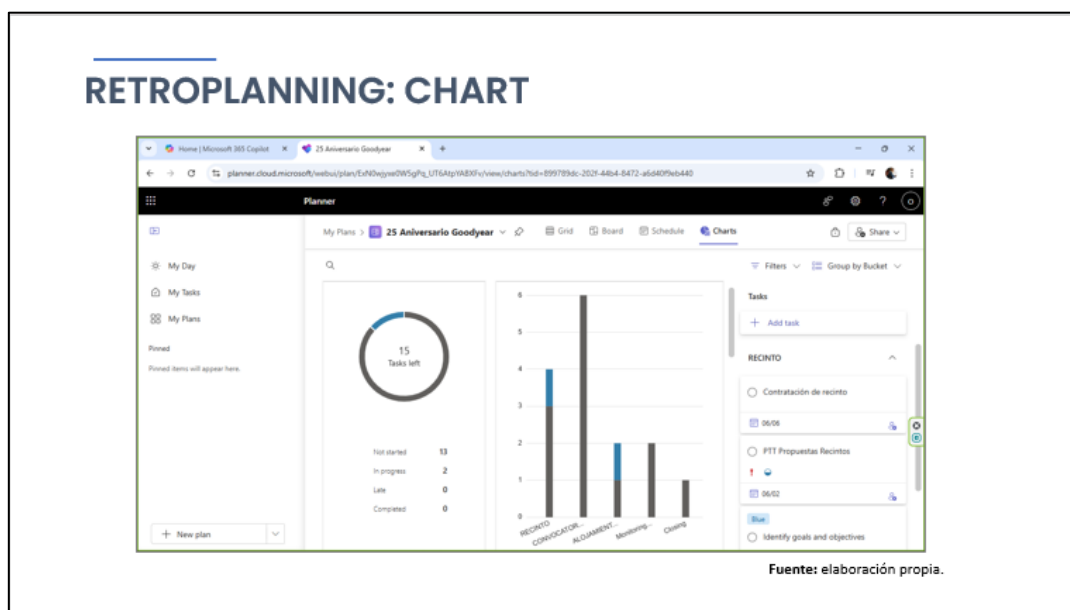
**Figura 12.** Vista a detalle de la asignación de la tarea y descripción de lo que se requiere. Planner.



**Figura 13.** Vista de tablero en forma de parrilla con la aplicación Planner. La información se presenta en otro orden.



**Figura 14.** En esta vista, la información del avance de acciones del proyecto se demuestra a través de gráficos, para una mejor visualización del avance. Planner.



### 4.3. Invitados

La elaboración del listado de invitados debe realizarse de acuerdo a la trascendencia y magnitud que se requiera alcanzar en el evento. En esta ocasión como se trata de un evento corporativo de aniversario, no se requiere de la presencia de autoridades institucionales. Sin embargo, sí se contará con la presencia de altos directivos de la organización, con el objetivo de reforzar el mensaje de la importancia que tiene para la empresa la región de Centro América y el Caribe.

#### 4.3.1. Listado de invitados

Este listado se trabajó junto con Goodyear, de acuerdo con los datos que tienen registrados en sus bases de datos. Estos invitados fueron seleccionados según los intereses de la empresa para reforzar las relaciones de *networking*, así como de posicionamiento y preferencia de marca, con un total de 220 personas (aunque la cantidad prevista es de 150 personas es importante invitar un porcentaje extra tomando en consideración aquellos que por alguna razón no puedan asistir). Para simplificar la logística del evento y tener un mejor control de los invitados, se distinguirá a los integrantes de cada grupo con una pulsera de distinto color.

**Tabla 3.** Distribución por grupos de los invitados al evento.

| INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR |            |
|-----------------------------------|------------|
| Evento 29 de agosto 2025          |            |
| Grupo                             | Cantidad   |
| Directivos                        | 18         |
| Colaboradores                     | 65         |
| Embajadores de marca              | 2          |
| Distribuidores (Talleres)         | 50         |
| Clientes                          | 45         |
| Concesionarios                    | 8          |
| Proveedores                       | 15         |
| Medios de comunicación            | 17         |
| <b>Total</b>                      | <b>220</b> |

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 4.** Listado de **directivos Goodyear** ordenados según la precedencia que corresponde a su cargo. (Este orden no corresponde a la manera como estarán protocolizados los asientos). **Fuente:** elaboración propia.

| INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR |     |                      |                            |                                                     |  |
|-----------------------------------|-----|----------------------|----------------------------|-----------------------------------------------------|--|
| Evento 29 de agosto 2025          |     |                      |                            |                                                     |  |
| Grupo                             | No. | País                 | Nombre                     | Cargo                                               |  |
| Directivos                        | 1   | Estados Unidos, Ohio | Laura Duda                 | Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones |  |
|                                   | 2   | Estados Unidos, Ohio | Will Roland                | Vicepresidente Senior y Director de Marketing       |  |
|                                   | 3   | Estados Unidos, Ohio | Marcelo Toscani            | Presidente Goodyear América Latina                  |  |
|                                   | 4   | Guatemala            | Diego Grimoldi             | Gerente General Centro América y el Caribe (CAMCAR) |  |
|                                   | 5   | México               | Martín Rosales             | Director General Goodyear México                    |  |
|                                   | 6   | Guatemala            | Carlos Mendizábal          | Director Regional Financiero                        |  |
|                                   | 7   | Guatemala            | Fernando Urruela           | Director Regional de Ventas                         |  |
|                                   | 8   | Guatemala            | Alejandro Huard            | Director Regional de Marketing                      |  |
|                                   | 9   | El Salvador          | Andrés Mendizábal          | Director de Marketing Comercial                     |  |
|                                   | 10  | Honduras             | Luis Molina                | Director de Marketing Comercial                     |  |
|                                   | 11  | Nicaragua            | Javier Palencia            | Director de Marketing Comercial                     |  |
|                                   | 12  | Panamá               | Adelmo Hernández           | Director de Marketing Comercial                     |  |
|                                   | 13  | República Dominicana | María Lucía Bautista       | Directora de Marketing Comercial                    |  |
|                                   | 14  | Guatemala            | Guillermo Zachrisson       | Director de País Comercial                          |  |
|                                   | 15  | Guatemala            | Mario Santa Cruz           | Director de País Cadena de Suministro               |  |
|                                   | 16  | Guatemala            | Ana Valeska Westphal       | Directora de Talento Humano                         |  |
|                                   | 17  | Guatemala            | Analucía Aguilar Lavarreda | Gerente de Mercadeo de Repuestos                    |  |

**Tablas 5 y 6.** Listado de **otros grupos** de invitados y **medios de comunicación**. (De igual manera se trabaja la base de datos con los demás grupos de invitados indicados en la Tabla 3 de resumen).

| INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR |     |                      |                      |                             |                       |
|-----------------------------------|-----|----------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| Evento 29 de agosto 2025          |     |                      |                      |                             |                       |
| Grupo                             | No. | País                 | Nombre               | Empresa                     | Cargo                 |
| Embajadores de Marca (Pilotos)    | 1   | Guatemala            | Ian Rodríguez        | Independiente               | Piloto corredor       |
|                                   | 2   |                      | Mateo Llerena        | Independiente               | Piloto corredor       |
| Concesionarios                    | 1   | Guatemala            | Roberto José Batres  | Rapifreno                   | Gerente Comercial     |
|                                   | 2   |                      | Roxana Sazo          | Excel Repuestos             | Jefe de Compras       |
|                                   | 3   | Honduras             | Diego Penedo         | Llantilandia                | Coordinador Ejecutivo |
|                                   | 4   |                      | Mario De León Rivera | Excel Repuestos             | Jefe de Compras       |
|                                   | 5   | Nicaragua            | Alfredo Torres       | Excel Repuestos             | Jefe de Compras       |
|                                   | 6   | Panamá               | Dominique Rodríguez  | Excel Repuestos             | Jefe de Compras       |
|                                   | 7   |                      | Luis Tercero         | Grupo Felipe Rodríguez S.A. | Gerente General       |
|                                   | 8   | República Dominicana | Katía Ibarra         | Grupo Cometa                | Director Comercial    |

| INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR  |     |                                                |                   |                      |                         |
|------------------------------------|-----|------------------------------------------------|-------------------|----------------------|-------------------------|
| Evento 29 de agosto 2025           |     |                                                |                   |                      |                         |
| Grupo                              | No. | Medio                                          | Tipo              | Nombre               | Cargo                   |
| Medios de Comunicación (Guatemala) | 1   | Prensa Libre / Guatevisión                     | Periódico / TV    | Fernando López       | Fotógrafo - camarógrafo |
|                                    | 2   |                                                |                   | Pablo Juárez         | Reportero editor        |
|                                    | 3   | TV Azteca                                      | TV                | Arlette González     | Reportera               |
|                                    | 4   |                                                |                   | Hugo Cruz            | Camarógrafo             |
|                                    | 5   | Emisoras Unidas                                | Radio             | Juan Carlos Sandoval | Reportero               |
|                                    | 6   | Diario de Centro América                       | Periódico         | Erick Campos         | Reportero               |
|                                    | 7   |                                                |                   | Rubelsí Flores       | Fotógrafo               |
|                                    | 8   | Periódico Digital Centroamericano y del Caribe | Periódico Digital | Raúl Lorenzo         | Editor                  |
|                                    | 9   |                                                |                   | Mayra Ramos          | Directora Comercial     |
|                                    | 10  | Mundo Motor                                    | TV                | Keneth Cruz          | Editor                  |
|                                    | 11  | Summa                                          | Revista           | Vilma Rodríguez      | Ejecutiva Comercial     |
|                                    | 12  | Estrategia & Negocios                          | Revista           | Velía Jaramillo      | Directora Editorial     |
|                                    | 13  | Mercados y Tendencias                          | Revista           | Alejandra Ordóñez    | Reportera               |
|                                    | 14  | Vida y Éxito                                   | Revista           | Marvin Aceituno      | Director Comercial      |
|                                    | 15  | Forbes                                         | Revista           | Jorge Jacobs         | Reportero               |
|                                    | 16  | El Economista                                  | Revista           | Enrique Canahuí      | Reportero               |
|                                    | 17  | Distrito Guate                                 | Periódico Digital | Alejandro Santiago   | Editor                  |

**Fuente de tablas:** elaboración propia.

Para llevar un orden en la gestión de invitados, la cual implica una parte medular en la organización de actividades, logística y en el éxito del evento, **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** implementará la siguiente tabla de registro, con los campos de información que se necesitan para las distintas coordinaciones: 1) Nombre y apellido; 2) Institución; 3) Cargo; 4) País; 5) Correo electrónico; 6) Status; 7) Observaciones; 8) Formulario de datos entregado; 9) Boleto aéreo enviado; 10) Fecha y hora de salida de su país; 11) Fecha y hora de llegada a Guatemala; 12) Fecha y hora de salida de Guatemala; 13) Fecha y hora de llegada a su país; 14) Transporte Aeropuerto - Hotel – Aeropuerto.

**Tabla 7a.** Bitácora de viaje invitados 25 Aniversario Goodyear Guatemala: Primera parte de la tabla de registro.

| BITÁCORA DE VIAJE INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR GUATEMALA |                   |                             |                                                     |                      |                                                                                |            |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------|
| No.                                                           | Nombre y Apellido | Institución                 | Cargo                                               | País                 | Correo Electrónico                                                             | Status     |
| 1                                                             | Laura Duda        | Goodyear Corporativo        | Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones | Estados Unidos, Ohio | <a href="mailto:laura_duda@goodyear.com">laura_duda@goodyear.com</a>           | Confirmada |
| 2                                                             | Marcelo Toscani   | Goodyear Corporativo        | Presidente Goodyear América Latina                  | Estados Unidos, Ohio | <a href="mailto:marcelo_toscani@goodyear.com">marcelo_toscani@goodyear.com</a> | Confirmado |
| 3                                                             | Martin Rosales    | Goodyear Corporativo        | Director General Goodyear México                    | México               | <a href="mailto:martin_rosales@goodyear.com">martin_rosales@goodyear.com</a>   | Confirmado |
| 4                                                             | Luis Tercero      | Grupo Felipe Rodríguez S.A. | Gerente General                                     | Panamá               | <a href="mailto:luistercero@gmail.com">luistercero@gmail.com</a>               | Pendiente  |
| 5                                                             | Katia Ibarra      | Grupo Cometa                | Directora Comercial                                 | República Dominicana | <a href="mailto:kibarra@grupocometa.rd">kibarra@grupocometa.rd</a>             | Confirmada |

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 7b.** Bitácora de viaje invitados 25 Aniversario Goodyear Guatemala: Segunda parte de la tabla de registro.

| Observaciones                 | Formulario de Datos Entregado | Boleto aéreo enviado | Fecha y hora de salida de su país | Fecha y hora de llegada a Guatemala | Fecha y hora de salida Guatemala | Fecha y hora de llegada a su país | Transporte Hotel - Aeropuerto |
|-------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| Ya envió hoja de pasaporte    | Sí                            | Sí                   | 26/08/2025<br>06:35 a.m.          | 26/08/2025<br>01:45 p.m.            | 30/08/2025<br>11:50 a.m.         | 30/08/2025<br>08:45 p.m.          | Por coordinar un día antes    |
| Falta envió hoja de pasaporte | Sí                            | Pendiente            | 26/08/2025<br>06:35 a.m.          | 26/08/2025<br>01:45 p.m.            | 30/08/2025<br>11:50 a.m.         | 30/08/2025<br>08:45 p.m.          | Por coordinar un día antes    |
| Ya envió hoja de pasaporte    | Sí                            | Sí                   | 28/08/2025<br>09:45 a.m.          | 28/08/2025<br>11:50 a.m.            | 30/08/2025<br>1:15 p.m.          | 30/08/2025<br>04:20 p.m.          | Por coordinar un día antes    |
|                               |                               |                      |                                   |                                     |                                  |                                   |                               |
| Ya envió hoja de pasaporte    | Pendiente                     | Sí                   | 28/08/2025<br>04:50 a.m.          | 28/08/2025<br>11:35 a.m.            | 30/08/2025<br>10:35 a.m.         | 30/08/2025<br>05:40 p.m.          | Por coordinar un día antes    |

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 7c.** Bitácora de viaje invitados 25 Aniversario Goodyear Guatemala: Vista completa de la tabla de registro. (Archivo Excel).

| BITÁCORA DE VIAJE INVITADOS 25 ANIVERSARIO GOODYEAR GUATEMALA |                   |                             |                                                     |                      |                                                                                |            |                              |                               |                      |                                   |                                     |                                  |                                   |                               |
|---------------------------------------------------------------|-------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------|------------|------------------------------|-------------------------------|----------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------|
| No.                                                           | Nombre y Apellido | Institución                 | Cargo                                               | País                 | Correo Electrónico                                                             | Status     | Observaciones                | Formulario de Datos Entregado | Boleto aéreo enviado | Fecha y hora de salida de su país | Fecha y hora de llegada a Guatemala | Fecha y hora de salida Guatemala | Fecha y hora de llegada a su país | Transporte Hotel - Aeropuerto |
| 1                                                             | Laura Duda        | Goodyear Corporativo        | Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones | Estados Unidos, Ohio | <a href="mailto:laura_duda@goodyear.com">laura_duda@goodyear.com</a>           | Confirmada | Ya envió hoja de pasaporte   | SI                            | SI                   | 26/08/2025 06:35 a.m.             | 26/08/2025 01:45 p.m.               | 30/08/2025 11:50 a.m.            | 30/08/2025 08:45 p.m.             | Por coordinar un día antes    |
| 2                                                             | Marcelo Toscani   | Goodyear Corporativo        | Presidente Goodyear América Latina                  | Estados Unidos, Ohio | <a href="mailto:marcelo_toscani@goodyear.com">marcelo_toscani@goodyear.com</a> | Confirmado | alta envío hoja de pasaporte | SI                            | Pendiente            | 26/08/2025 06:35 a.m.             | 26/08/2025 01:45 p.m.               | 30/08/2025 11:50 a.m.            | 30/08/2025 08:45 p.m.             | Por coordinar un día antes    |
| 3                                                             | Martín Rosales    | Goodyear Corporativo        | Director General Goodyear México                    | México               | <a href="mailto:martin_rosales@goodyear.com">martin_rosales@goodyear.com</a>   | Confirmado | Ya envió hoja de pasaporte   | SI                            | SI                   | 28/08/2025 09:45 a.m.             | 28/08/2025 11:50 a.m.               | 30/08/2025 1:15 p.m.             | 30/08/2025 04:20 p.m.             | Por coordinar un día antes    |
| 4                                                             | Luis Tercero      | Grupo Felipe Rodríguez S.A. | Gerente General                                     | Panamá               | <a href="mailto:luisstercer@gmail.com">luisstercer@gmail.com</a>               | Pendiente  |                              |                               |                      |                                   |                                     |                                  |                                   |                               |
| 5                                                             | Katia Ibarra      | Grupo Cometa                | Directora Comercial                                 | República Dominicana | <a href="mailto:kibarra@grupocometa.rd">kibarra@grupocometa.rd</a>             | Confirmada | Ya envió hoja de pasaporte   | Pendiente                     | SI                   | 28/08/2025 04:50 a.m.             | 28/08/2025 11:35 a.m.               | 30/08/2025 10:35 a.m.            | 30/08/2025 05:40 p.m.             | Por coordinar un día antes    |

Fuente: elaboración propia.

Adicional a las tablas anteriores, cuando se tienen invitados extranjeros, es importante contar con datos generales de contacto, así como información médica básica y/o restricciones alimentarias para tomar las debidas precauciones y saber actuar de manera rápida y eficaz, en caso se necesite.

En el apartado de **Anexos** se incluye una hoja titulada “Formulario de Datos”, de elaboración propia, para recabar esta información y que el organizador (**Mantra Comunicación y Relaciones Públicas**) pueda tenerla archivada y a la mano para recurrir a ella en cualquier momento). **Ver Anexos A. Formulario de Datos para viajero.**

#### 4.3.2. Invitaciones

Uno de los primeros detalles que empieza a dar forma a un evento se refiere a la invitación, pues a partir del envío de ésta, se pone en marcha la cuenta regresiva para la puesta en escena del evento. Debe enviarse con suficiente tiempo, como una muestra de cortesía y etiqueta para que los invitados aparten la fecha en sus agendas y puedan prepararse con anticipación.

Por parte del organizador o anfitrión, le servirá de guía -una vez empiece a recibir confirmaciones de asistencia-, de la cantidad de personas con las que contará, lo que contribuirá a ajustar de mejor manera el presupuesto, entre otras consideraciones. Además de la confección textual y gráfica con los datos del evento, se deben tener otras estimaciones técnicas y logísticas que se relacionan a ella, como las vías de emisión y respuesta, plazos y confirmaciones, por mencionar algunos.

En cuanto al contenido, deberá indicar la fecha, hora, lugar y motivo del evento, además del logotipo de la empresa, nombre y cargo del anfitrión, es decir, de quien organiza el evento.

Para este evento de aniversario, se escogió el 29 de agosto porque es la fecha de fundación de la empresa a nivel global y por ser día viernes, lo que permite que los invitados de otros países puedan viajar sin que haya mayor alteración en sus actividades. Otro motivo esencial de haber elegido esta fecha se debe a que El Salvador celebra del 1 al 6 las fiestas agostinas y aprovechan este asueto para vacacionar.

Una vez definidos los datos principales, se decidió hacer dos versiones de invitación: una expectativa o *Save the Date* y una oficial con los datos generales del evento. La de expectativa se enviará únicamente por correo electrónico, mientras que la oficial, por ser un evento especial, se enviará también de manera física a través de la oficina de **Goodyear** de cada país, excepto en Guatemala, cuyo envío estará a cargo de la empresa organizadora, **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas**.

**Figura 15.** Modelo de invitación de expectativa o *Save the Date*. Forma de envío: correo electrónico.



**Fuente:** elaboración propia, Canva.

**Figuras 16 - 17.** Modelo de sobre e invitación oficial de aniversario. Forma de envío: física y correo electrónico.



Fuente: elaboración propia, Canva.

Previo al evento, se enviarán por correo electrónico, de manera esporádica, recordatorios de manera regresiva, para crear mayor expectativa y emoción alrededor del evento. De esta manera, se enviarán con un mes de anticipación, a los 10 días y el lunes 25 de agosto.

**Figuras 18 - 19.** Modelos de invitación cuenta regresiva. Forma de envío: correo electrónico.



Fuente: elaboración propia, Canva.

Adicional a las invitaciones, deberán realizarse cartas de invitación con información más detallada acerca de la actividad y la estadía en la ciudad de Guatemala. Estas cartas se enviarán a los invitados extranjeros y los que viven en el interior del país. Asimismo, se les enviará otra carta con los últimos detalles relacionados al viaje dos semanas antes del evento. **Ver Anexos B y C.**

#### 4.4. Recinto: Loops Family Entertainment Center

Es un parque de diversiones ubicado en el área de Carretera a El Salvador. Sus instalaciones cuentan con múltiples atracciones y áreas para eventos empresariales, celebración de convivios, cumpleaños y otras festividades, proveyendo opciones diferentes a las convencionales para hacer únicos y memorables los eventos. Su oferta para actividades es variada, cuenta con pistas de boliche (bolos), Gotcha, Go Karts, patinaje, Mini Golf y maquinitas, además de ofrecer servicio de restaurante, Sports Bar y *catering* para eventos.

Este recinto se escogió como idóneo para realizar el evento por distintas razones:

- 1) **Ubicación y cercanía:** se encuentra a 12.8 kilómetros de distancia del Hotel Westin Camino Real, en donde se encontrarán hospedados los invitados y de donde saldrán los buses para conducirlos a la actividad. En tiempo, son aproximadamente 49 minutos de trayecto, tomando la ruta Pan-American Highway/CA-1 que conduce por carretera a Muxbal y carretera a El Salvador.

**Figura 20.** Mapa de ubicación Loops Family Entertainment Center.



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center.

- 2) **Instalaciones y servicios:** el espacio de la locación es mixto, es decir, cuenta con instalaciones fijas y espacios al aire libre, con las áreas que se adecúan a la conceptualización del evento. Esto favorece la logística escenográfica (decoración y ambientación), así como otros servicios que incluye, como el *catering*. Contar con estos elementos resultan favorables al presupuesto.

**Figura 21.** Croquis instalaciones Loops Family Entertainment Center.

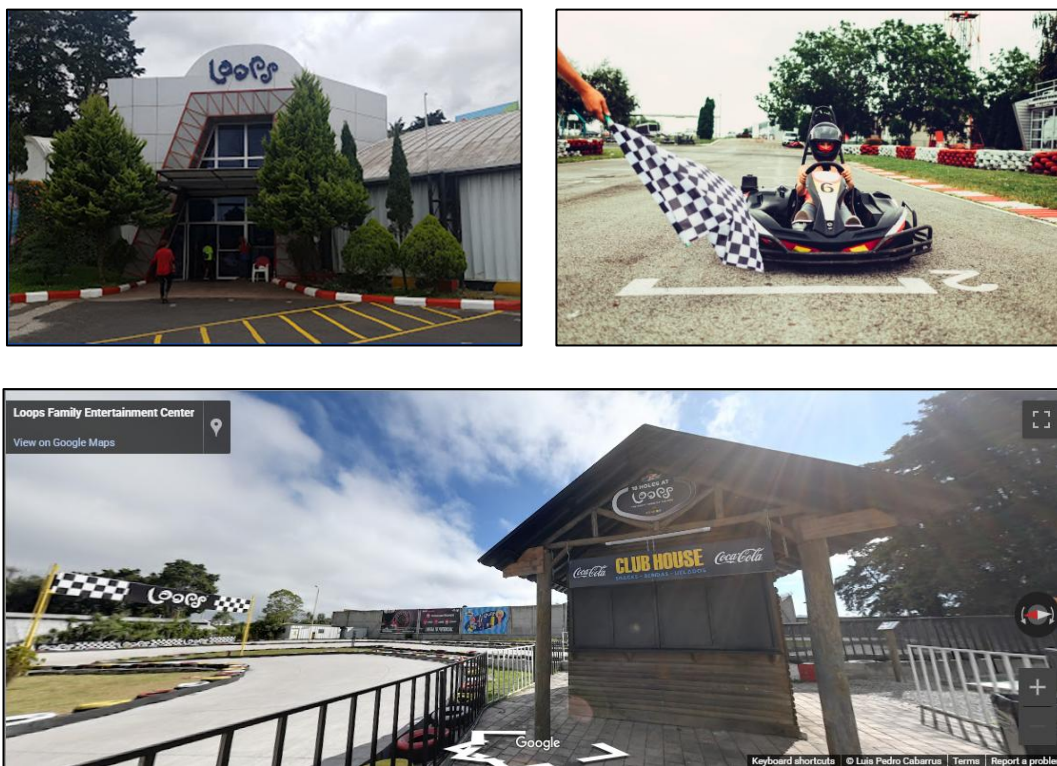


**Fuente:** Loops Family Entertainment Center.  
Adaptación propia.

- 3) **Conceptualización:** para hacer el evento memorable y que fuera original, se pensó una idea diferente a las celebraciones habituales de aniversario empresarial: en vez de hacerlo de noche, hacerlo de día; cambiar una ubicación cerrada tipo hotel a una abierta; en lugar de un cóctel con traje formal, un almuerzo casual deportivo con distintas estaciones de comida y espacio para hacer actividades variadas de manera simultánea.

**Loops Family Entertainment Center** ofrece estas características y para reforzar el concepto, además del área en donde se realizará el acto protocolario, tiene dos pistas de Go Karts que se relacionan a las ideas conceptuales con las que usualmente se asocia a la marca, como lo son: carreras, velocidad, neumáticos y movilidad, acordes al nombre del evento: **Goodyear Speed Fest**.

**Figura 22.** Instalaciones fijas y espacios al aire libre acordes al concepto **Goodyear Speed Fest** y personalidad de la marca.



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center

#### 4.4.1. Escenografías y locaciones

La **escenografía** se refiere a todos los elementos sensoriales que servirán para crear el *look & feel* del evento, lo que hará que todos los invitados se identifiquen con la marca organizadora y que esta a su vez, transmita el mensaje que desee, de manera estratégica, contribuyendo a sus objetivos de comunicación y, principalmente, que contribuyan a generar una buena imagen y consolidar la reputación de la marca.

Una vez definido el concepto sobre el cual se desarrollará el evento, se buscará el lugar o *venue* más apropiado y que cumpla con la mayor cantidad de condiciones que se requieran. Junto con el equipo organizador de **Mantra Relaciones Públicas**, se ha invitado a la empresa **Meiraki Event Studio**, que se encarga específicamente a la organización y montaje de eventos, para hacer un recorrido por las instalaciones y las locaciones que se utilizarán en Loops Family Entertainment Center, con el objetivo de definir el clima escenográfico, analizar espacios, tomar medidas, revisar instalaciones, accesos, electricidad y demás aspectos técnicos. A continuación, se presenta el listado básico de materiales que se utilizarán para el montaje y creación de escenografías del evento de aniversario de **Goodyear**.

**Tabla 8.** Ejemplo de algunos *materiales escenográficos que se utilizarán para el montaje y decoración de locaciones.*

| <b>25 ANIVERSARIO GOODYEAR</b>                             |                                                      |
|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| <b>Escenografías</b>                                       |                                                      |
| <b>Construcción</b>                                        | <b>Atrezo</b>                                        |
| Tarima para escenario con gradas                           | Atril con logo                                       |
| Set para entrevistas                                       | Sillas                                               |
| Back para entrevistas                                      | Mesas cocteleras                                     |
| Back para escenario                                        | Bancas                                               |
| Alfombra para set de entrevistas                           | Sillones altos para entrevistas                      |
| Neumáticos Goodyear                                        | Sillones para lounge (tipo sala)                     |
| Exhibidores                                                | Sillones tipo dado o cubo azul y amarillo (exterior) |
| Moqueta negra para tarima del escenario                    | Globos decorativos negro y dorado para photocall     |
| Cabinas o muebles para registro de invitados               | Rótulos y elementos varios decorativos               |
| Photocall: Goodyear Guatemala 25 años en la pista          | Globo gigante Goodyear para ingreso al parqueo       |
| Estructuras para pits o estaciones de comida               | Materiales gráficos de imagen                        |
| Fotografías tipo póster y paneles de exhibición para       | Elementos decorativos para Candy Bar                 |
| Impresión gráfica para valla publicitaria (pista Go Karts) | Equipo audiovisual                                   |
| Impresión de cenefa en la meta (pista Go Karts)            | Tablets para registro                                |
| Cables e implementos para instalaciones                    | Bandera corporativa                                  |

**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto a los colores y manejo de imagen, predominará el color negro y amarillo utilizado en las invitaciones como línea gráfica principal, pero también se podrán combinar otros elementos con los tonos corporativos azul y amarillo, para dar calidez y vivacidad, de lo contrario, la elegancia del negro podría ser muy pesada y percibirse como lúgubre. Es importante recordar que la marca pretende energizar al equipo, promover la interacción, proyectar juventud y dinamismo. Por tanto, es importante la armonía en el manejo de color para que haya un equilibrio visual apropiado y uniforme.

Para efectos de logística y coordinación de ambientación, se describirá a continuación las 4 locaciones del recinto que se utilizarán, las actividades a realizar y visualizaciones o bocetos de sus respectivas escenografías:

- a) The Pit Station (Parqueo):** aquí se estacionarán los buses y vehículos encargados de transportar a los invitados desde el Hotel. Serán recibidos a pie de coche por edecanes (azafatos/as), quienes les darán la bienvenida. En la puerta de ingreso al parqueo, habrá un globo inflable gigante con el logo de Goodyear.

**Figura 23.** *The Pit Station. Área de parqueo para buses y vehículos. Escenografía: Inflable Goodyear gigante.*



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center; adaptación propia.

- b) **Taquilla (Vestíbulo):** será la zona de recepción con tres puestos de registro. El procedimiento será el siguiente: a cada participante se le colocará un brazalete para distinguirse de cualquier otra persona que no forme parte del evento y que esté en el recinto haciendo uso del resto de instalaciones. Con este brazalete, los invitados tienen acceso libre a la **Zona Goodyear Speed Fest** (Go Karts y área de eventos) y podrán participar en el sorteo de aniversario: **Goodyear te eleva al éxito**, al activar el código QR de su brazalete.

**Figura 24.** Área de registro de participantes en el vestíbulo de entrada del recinto.  
*Escenografía: kioscos o puestos de registro.*



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center;  
adaptación propia Gemini (IA).

**Figura 25.** Visualización de brazalete.



**Fuente:** elaboración propia.

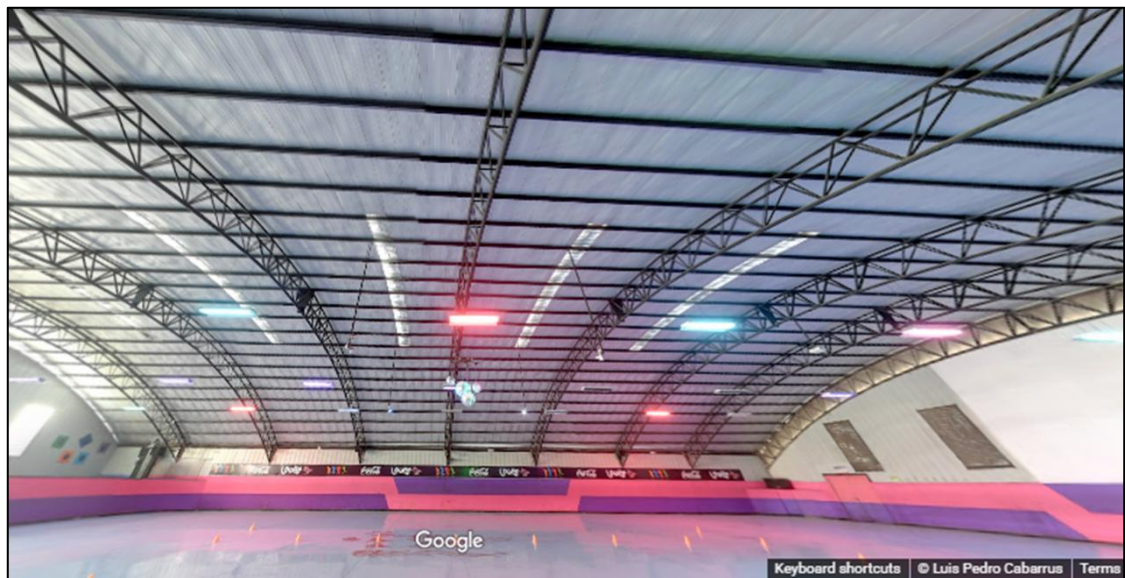
- c) **En la Pista del Éxito:** es el área de eventos en donde tendrá lugar el acto protocolario de aniversario, con una capacidad de hasta 250 personas. En el pasillo que conduce de la Taquilla al salón habrá una galería con fotografías icónicas de la empresa, los colaboradores y los principales momentos de **Goodyear** y demás países que conforman el área de CAMCAR. Esta galería será el “Hall of Fame”, el cual estará armado en varios paneles con *collages* de fotos a color, blanco y negro, y tonos sepia.

**Figura 26.** Exhibición fotográfica Hall of Fame. Escenografía: paneles de exhibición.



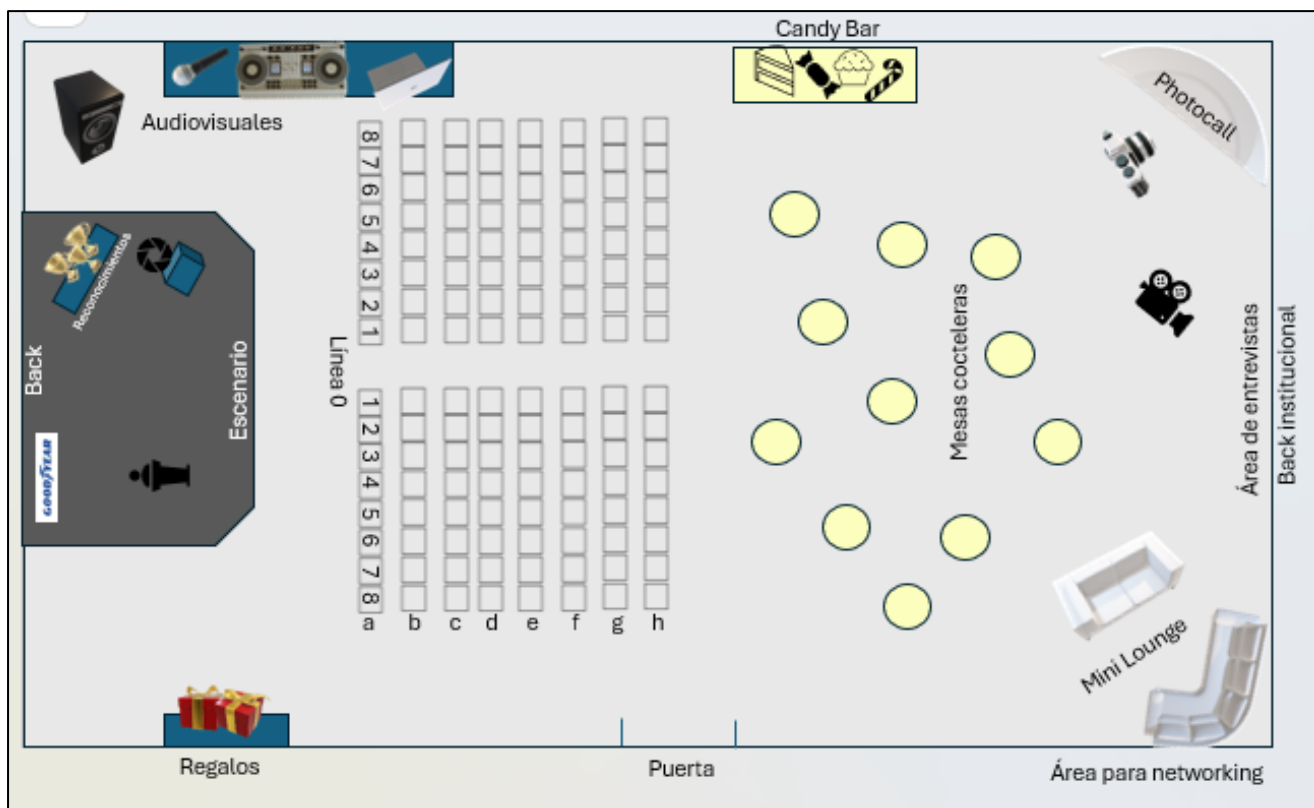
**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

**Figuras 27 – 28.** *Salón de eventos en donde se realizará el acto de aniversario (vista frontal y lateral del área).*



Fuente: Loops Family Entertainment Center

**Figura 29.** Croquis del montaje del salón (Vista lateral).



Fuente: elaboración propia

### Detalles de Escenografías del área En la Pista del Éxito

**Figura 30.** Escenario.



Fuente: elaboración propia, Gemini (IA)

**Figura 31.** Photocall.



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

**Figura 32.** Set para entrevistas a ejecutivos.



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

**Reconocimientos:** durante el acto protocolario se entregarán algunos reconocimientos por la trayectoria o algún mérito en especial. Es importante aprovechar el marco de celebración del aniversario de la empresa para reconocer la trayectoria, creatividad, alcance de metas o cualquier otro aporte significativo por parte de los colaboradores, dándoles la oportunidad de sentirse orgullosos de sí mismos y de la empresa que les reconoce. El reconocimiento consistirá en una estatuilla con una base de color negro mate, de forma rectangular, y sobre ella se erige una forma tridimensional abstracta y pulida en color plateado que la hace sobria y elegante. Esta forma plateada tiene un diseño dinámico, casi como si estuviera en movimiento ascendente. La guarda negra simula el caucho de los neumáticos Goodyear. Superpuesto al color negro de la base, se encuentra la inscripción con el nombre de la persona, el motivo del reconocimiento y fecha. El logo de Goodyear está situado en la parte superior, grabado en plateado.

La entrega formará parte del programa protocolario del acto, para lo cual se situará sobre el escenario una mesa con mantel de licra, en donde estarán expuestos los reconocimientos, a la vista de los presentes. Una azafata o edecán apoyará a la autoridad ejecutiva que hará entrega del reconocimiento acercándole el premio al momento de llamar al colaborador.

**Figura 33.** Estatuilla de reconocimientos. *(El modelo muestra el reconocimiento al colaborador por su trayectoria en la empresa).*



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

d) **Zona Goodyear Speed Fest:** el área en donde se llevará a cabo la celebración lúdica y festiva del evento, al aire libre. Al ingresar a esta área, se encontrará en exhibición, un auto de carreras Lamborghini Huracán GT3 Evo patrocinado por **Goodyear**, acompañado por el piloto Mateo Llarena, embajador de la marca en Guatemala y uno de los invitados especiales al evento. Esta área recreativa del recinto cuenta con dos pistas de Go Karts, cada una con 20 autos y cada carrera tiene una duración aproximada de 5 minutos. Pueden usarse de manera individual o en parejas (Go Kart doble). En áreas aledañas a la pista, se hará el montaje de estaciones tipo *pits*, con diferentes opciones de bebidas y alimentos, y una estación de amenización con una DJ, la guatemalteca La Niña Almendra.

**Figura 34.** Visualización del área de exhibición del auto Lamborghini patrocinado por Goodyear y su embajador de marca, el piloto guatemalteco, Mateo Llarena.



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

**Figura 35.** Zona Goodyear Speed Fest (vista de una de las áreas de socialización al aire libre, en la pista de Go Karts y kiosco para bebidas).



Fuente: Loops Family Entertainment Center

### Detalles de Escenografías de la Zona Goodyear Speed Fest

**Figura 36.** Zona Goodyear Speed Fest, Go Karts.



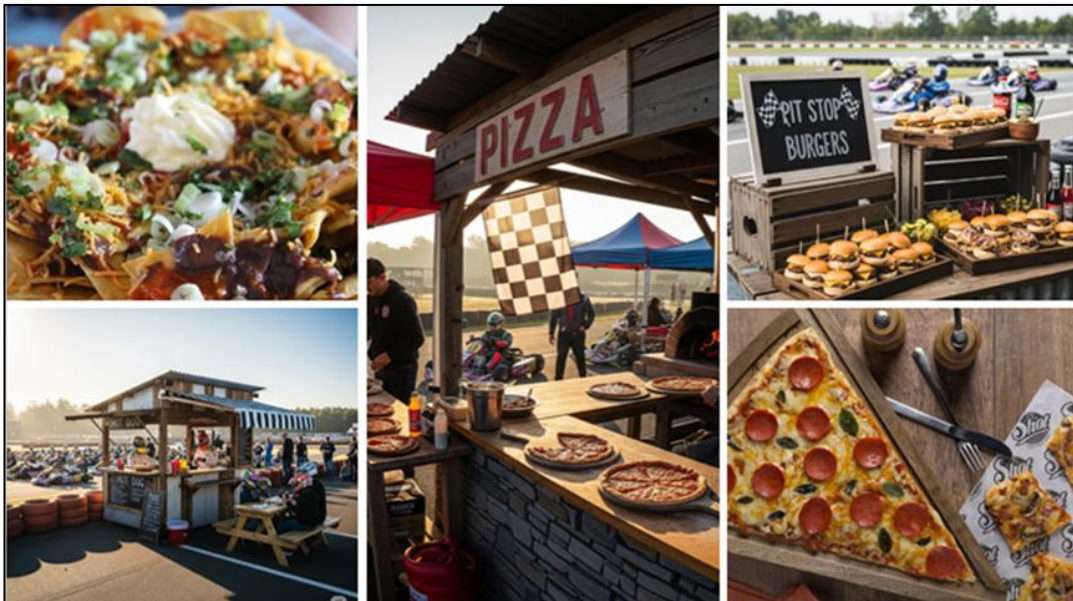
Fuente: Facebook Loops Family Entertainment Center

**Figura 37.** Vista de vallas publicitarias Goodyear dentro del circuito y rótulo de meta.



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center,  
adaptaciones propias – Gemini IA.

**Figura 38a.** Estaciones de comida (pits) y demostración de menú disponible (mini hamburguesas, pizza, nachos mixtos).



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center,  
elaboraciones propias – Gemini IA.

**Figura 38b.** Estaciones de comida (pits) y demostración de menú disponible (chili dog, snacks de verduras, alitas en barbacoa, snacks de charcutería y quesos)



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center,  
elaboraciones propias – Gemini IA.

**Figura 38c.** Estaciones de comida (pits) y demostración de menú disponible (poporopos o palomitas de maíz de sabores, granizadas, nachos con queso, cerveza).



**Fuente:** Loops Family Entertainment Center,  
elaboraciones propias – Gemini IA.

**Figura 39.** Set de amenización DJ La Niña Almendra.



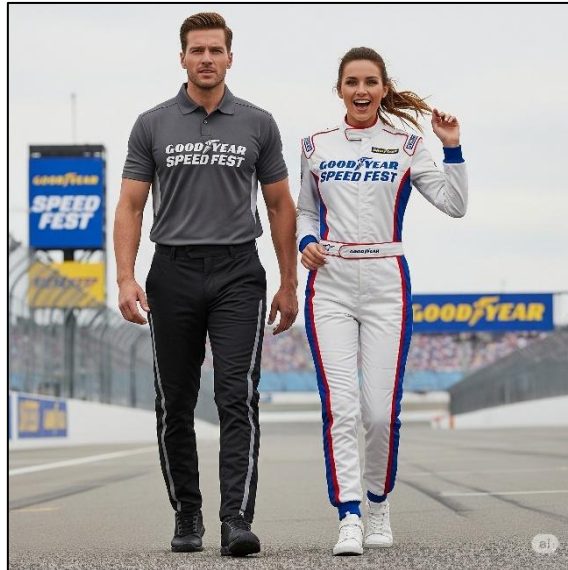
Fuente: elaboración propia, Gemini (IA)  
DJ La Niña Almendra  
<https://youtu.be/OZnQb96QkuY>

**Figura 40.** Mobiliario.



Fuente: elaboración propia, Gemini (IA)

**Figura 41.** *Vestuario edecanes (azafatos y azafatas).*



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

#### 4.5. Catering

En cuanto al catering, se refiere al servicio de bebidas y alimentos que se dispondrán para el evento, incluyendo también otros elementos complementarios como la presentación y montaje de los mismos, formas de servirlo, entre otros. Para este evento en particular, se tomó en consideración el tipo de evento, el tono de la actividad y el horario para la selección gastronómica. A continuación, se planificó el montaje de mesas y espacios, tanto dentro del salón de eventos, como en la parte exterior cercana a las pistas de Go-Karts en donde se encuentran los “pits” o áreas específicas de comida. Para ello, se tendrán dos momentos específicos, bien definidos:

- 1) Se planificó una selección de mayor cuidado, tanto del menú como la disposición de mesas cocteleras en el interior del salón, en donde se realizará el brindis de aniversario. Los invitados estarán atendidos por personal capacitado y el servicio será tipo cóctel, con una selección de opciones saladas y dulces ofrecidas por los camareros que se encontrarán circulando por el área.

2) Al finalizar este momento, los invitados podrán relajarse y disfrutar socialmente en las áreas exteriores, en las que se dispuso de un menú variado de comida rápida y áreas de estar más relajadas, tipo *lounge*, mesas de madera, taburetes en forma de cubo rústicos y pequeñas salas con toldos, para poder disfrutar de la convivencia entre los invitados y el ambiente propio de las carreras. En esta área, cada uno de los invitados es libre de seleccionar las opciones que más les apetezca, tanto de alimentos como de bebidas, los cuales serán proporcionados por personal capacitado en cada estación de comida o “pit”.

En cuanto a cristalería y cubertería, será acorde al tipo de alimento. Por tratarse de comida rápida, la mayoría será servida en opciones sostenibles de cartón o similares, provistas por el proveedor del servicio que, en la mayoría, se contará con el servicio de restaurante del mismo recinto (*Loops Family Entertainment Center*) con quienes se trató este tema para reducir costos y porque sus opciones (hamburguesas, nachos, pizzas, bebidas naturales, gaseosas y cervezas) serán a consignación, es decir, solamente lo que se consuma.

Por último, en el interior del salón, los invitados podrán disfrutar de un Candy Bar con una variedad de opciones dulces y una hora antes de finalizar el evento, se hará una foto oficial con el pastel de aniversario.

#### 4.5.1. Menú

A continuación, se detalla el menú seleccionado para cada uno de los momentos y áreas dispuestas para la actividad:

##### **Momento:** Brindis (tipo cóctel)

- Boquitas o canapés salados (3 por persona)
  - Mini tartaleta de salmón ahumado con eneldo y crema agria
  - Brocheta caprese
  - Mini quiche de espinaca y queso feta

- Boquitas o canapés dulces (3 por persona)
  - Mousse de chocolate y naranja
  - Tartaleta de frutos rojos
  - Mini espumillas blancas con toques dorados comestibles
- Copa de Champagne Freixenet

**Momento:** Almuerzo (aire libre, *pits* o estaciones de comida variada)

- Alimentos
  - Hamburguesas clásicas
  - Hot dogs clásicos
  - Hot dogs con chili beans
  - Pizza 3 especialidades: pepperoni, vegetariana y hawaiana (jamón y piña)
  - Nachos con queso
  - Nachos con guacamol y pico de gallo
  - Alitas en salsa BBQ
  - Granizadas de frutas naturales (piña, fresa y limón)
  - Poporopos o palomitas de maíz, 3 sabores: salados con mantequilla, queso cheddar y con caramelo (dulces)
- Bebidas
  - Gaseosas surtidas (Coca Cola y Sprite)
  - Cerveza nacional (Gallo y Dorada)
  - Bebidas naturales: naranjada, limonada con hierbabuena, Rosa de Jamaica

### Candy Bar

- Mini cupcakes vainilla y chocolate, con crema y *toppers* de Goodyear
- Vasitos de mousse de maracuyá, chocolate y frambuesa, decorados con chocolate
- Brownies mini decorados con chips de chocolate, *topping* dorado y banderines
- Macarons con colores corporativos (azul, amarillo, blanco) rellenos de limón y ganache
- Tartaletas de frutas (mora, kiwi)
- Espumillas decorativas
- Cake pops cubiertos con chocolate oscuro y amarillo

**Figura 42.** Candy Bar Station.



Fuente: elaboración propia, Gemini (IA)

### Pastel de Aniversario

Es un pastel sobrio de niveles, para 150 personas. La masa será de vainilla con semilla de amapola y cajeta (dulce de leche) al centro. La cobertura tendrá un diseño corporativo alusivo a la celebración, en línea con los elementos gráficos e imagen utilizada en toda la decoración. Se realizará con fondant, con el logo de **Goodyear**, *topper* de 25 años y detalles dorados.

**Figura 43.** Pastel 25 aniversario Goodyear.



**Fuente:** elaboración propia, Gemini (IA)

### 4.6. Regalos

Los regalos son detalles que se entregan a los asistentes como una atención especial y una deferencia que contribuye a estrechar lazos y a materializar el recuerdo del evento. Los regalos se dan con distintas intencionalidades, como una cortesía, en agradecimiento, por correspondencia o como promocional de marca. En cualquier caso, deben darse en el momento apropiado, ser originales y estar en consonancia con la temática del evento, teniendo también en cuenta el perfil de la o las personas a quienes se entregará. Para este evento en particular, **Goodyear** tiene contemplado hacer las siguientes entregas:

**Bienvenida:** los participantes que vienen del interior del país y del extranjero encontrarán en su habitación del hotel, una caja con chocolates artesanales finos de la marca guatemalteca Xocolí, acompañados con una tarjeta de bienvenida firmada por el anfitrión, Diego Grimoldi, gerente general de Goodyear para Centro América y el Caribe.

**Figuras 44 - 45.** Tarjeta de bienvenida (masculino y femenino).



**Fuente:** elaboración propia, Canva.

**Figura 46.** Caja de 12 chocolates artesanales finos.



**Fuente:** Xocoli-Chocolates

<https://www.facebook.com/Xocoli.Chocolates>

**Figura 47.** Tarjeta de bienvenida en inglés.



**Fuente:** elaboración propia, Canva.

**Agradecimiento a invitados:** al finalizar el evento, se les entregará a todos los asistentes al **Goodyear Speed Fest** un kit de emergencia para automóvil que incluye herramientas esenciales para enfrentar imprevistos en la carretera. Su selección de accesorios lo convierte en un aliado indispensable al momento de conducir, permitiendo resolver situaciones comunes que pueden surgir en el camino. Posee un estuche portátil y organizado que permite almacenar cada pieza de manera segura, ocupando un espacio mínimo.

El kit incluye: maletín de transporte premium, compresor de aire para toma de 12 V, juego de cables de refuerzo de alta resistencia, luz triangular de emergencia, rompe cristales, calibre de neumáticos, multiherramienta, correa de recuperación, luz triangular de emergencia de 500 lúmenes que funciona como luz de trabajo y señal de carretera. Tiene un asa/base giratoria con posiciones de bloqueo, para colgarla o usarla en el suelo.

Cada kit estará acompañado de una tarjeta de agradecimiento.

**Figura 48.** Tarjeta de agradecimiento a invitados.



Fuente: elaboración propia, Canva.

**Figura 49.** Regalo de agradecimiento a invitados: Kit de emergencia para automóvil.



Fuente: PriceSmart  
<https://bit.ly/44rYf4N>

**Agradecimiento a ejecutivos:** a este grupo en particular, conformado por los altos directivos de Goodyear, embajadores de marca y concesionarios que asistieron a la celebración de aniversario, se les dará como obsequio un juego Lego de un auto de carreras personalizado con la marca Goodyear, en alusión al carro Lamborghini que se exhibirá durante la actividad. Cada uno estará acompañado de su respectiva tarjeta de agradecimiento.

**Figura 50.** Tarjeta de agradecimiento a ejecutivos (inglés).



**Fuente:** elaboración propia, Canva.

**Figura 51.** Tarjeta de agradecimiento a ejecutivos (español).



**Fuente:** elaboración propia, Canva.

**Figura 52.** *Regalo de agradecimiento a ejecutivos, embajadores y concesionarios: automóvil Fórmula Uno Lego.*



**Fuente:** elaboración propia, Gemini IA.

#### 4.7. Proveedores

Parte del éxito de un evento consiste en la selección de proveedores profesionales en el área de su experiencia. La correcta organización y cumplimiento en los tiempos de trabajo facilitará el montaje y ejecución del evento, según lo planificado y aprobado por el cliente. Un aspecto importante que debe considerarse durante la selección de proveedores, es apoyarse en aquellos que, dentro de su experiencia, abarquen la mayor cantidad de servicios, a manera de contar solamente con los que se requieren. Para este evento, se seleccionaron los siguientes proveedores, tomando en consideración su trayectoria, empresas con las que han trabajado, calidad de productos y alianzas preestablecidas con **Mantra Comunicación**.

**Tabla 9.** Selección de proveedores con los que se trabajará el evento.

| No. | Nombre                            | Área de Trabajo                    | Sitio web / Red Social                                                                                                                                       |
|-----|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | The Westin Camino Real            | Hotel                              | <a href="http://www.marriott.com/es/hotels/guawil-the-westin-camino-real-guatemala/">www.marriott.com/es/hotels/guawil-the-westin-camino-real-guatemala/</a> |
| 2   | Nook Design Studio                | Impresiones                        | <a href="http://www.instagram.com/nook.ds/?hl=es-la">www.instagram.com/nook.ds/?hl=es-la</a>                                                                 |
| 3   | Meiraki Event Studio              | Montaje de Eventos                 | <a href="http://meiraki.com/index.html">meiraki.com/index.html</a>                                                                                           |
| 4   | Blessure                          | Tecnología y equipos audiovisuales | <a href="http://www.blessure.com.gt">www.blessure.com.gt</a>                                                                                                 |
| 5   | Loops Family Entertainment Center | Recreación, eventos y alimentación | <a href="https://www.loops.com.gt/">https://www.loops.com.gt/</a>                                                                                            |
| 6   | La Folié Events                   | Alimentación y montajes            | <a href="https://www.facebook.com/lafolievents/?locale=es_LA">https://www.facebook.com/lafolievents/?locale=es LA</a>                                        |
| 7   | Enjoy Adventours                  | Transporte                         | <a href="http://www.busesenjoy.com/">www.busesenjoy.com/</a>                                                                                                 |
| 8   | Xocolí                            | Chocolatería                       | <a href="https://www.instagram.com/xocolichocolates/?hl=es">https://www.instagram.com/xocolichocolates/?hl=es</a>                                            |
| 9   | Prema Guatemala                   | Brazaletes                         | <a href="https://www.prema123.com/">https://www.prema123.com/</a>                                                                                            |
| 10  | Munditrofeos                      | Reconocimientos                    | <a href="https://somosgrupopremia.com/sucursales/munditrofeos/">https://somosgrupopremia.com/sucursales/munditrofeos/</a>                                    |
| 11  | Cargo Expreso                     | Mensajería                         | <a href="https://cargosexpreso.com/">https://cargosexpreso.com/</a>                                                                                          |
| 12  | Mr. Hot Dog GT                    | Alimentación                       | <a href="https://mr-hotdog.com/">https://mr-hotdog.com/</a>                                                                                                  |

**Fuente:** elaboración propia.

| No. | Nombre                       | Área de Trabajo    | Sitio web                                                                                                                                   |
|-----|------------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 13  | Peppers Catering Guatemala   | Alimentación       | <a href="https://www.peppers.com.gt/">https://www.peppers.com.gt/</a>                                                                       |
| 14  | Eventos Infantiles           | Alimentación       | <a href="https://www.eventosinfantiles.com/granizadas-en-Guatemala.html">https://www.eventosinfantiles.com/granizadas-en-Guatemala.html</a> |
| 15  | Marialu Bakery               | Alimentación       | <a href="http://www.marialubakery.com.gt">www.marialubakery.com.gt</a>                                                                      |
| 16  | La Niña Almendra             | Animación          | <a href="https://www.facebook.com/LNAlmendra/about?locale=es_LA">www.facebook.com/LNAlmendra/about?locale=es_LA</a>                         |
| 17  | Alerta Médica                | Salud              | <a href="http://www.alertamedica.com.gt">www.alertamedica.com.gt</a>                                                                        |
| 18  | Ínflalo Guatemala            | Inflables          | <a href="https://gt.inflalo.com/">https://gt.inflalo.com/</a>                                                                               |
| 19  | Creative Solutions Guatemala | Video y Fotografía | <a href="https://www.creativesolutionsguate.com/">https://www.creativesolutionsguate.com/</a>                                               |
| 20  | Totem Uniformes              | Vestuario          | <a href="https://totemuniformes.com/">https://totemuniformes.com/</a>                                                                       |
| 21  | Cemaco                       | Regalos            | <a href="http://www.cemaco.com">www.cemaco.com</a>                                                                                          |
| 22  | JCDecaux Publigratik         | Publicidad Vallas  | <a href="http://www.jcdecauxlatam.com/guatemala">www.jcdecauxlatam.com/guatemala</a>                                                        |

#### 4.8. Presupuesto

El presupuesto es una proyección de gastos e ingresos que se realizarán sobre un evento o actividad específica. Es una herramienta financiera que sirve para limitar los gastos y una guía para planificar y llevar un control de los recursos económicos con los que se cuente para ejecutar el proyecto.

En este caso, **Goodyear** estableció un presupuesto máximo de USD\$126,500 dólares equivalente a 1 millón de quetzales (€115,000 euros), lo que permitió planificar el tipo de evento, escenografías y otros detalles, considerando que por ser una actividad con algunos invitados internacionales, hay rubros presupuestarios que tendrán más peso que otros, como el alojamiento y los boletos aéreos, por mencionar algunos.

Cuadrado (2014) indica que “en función del presupuesto que se nos asigne, podremos planificar un proyecto más o menos ambicioso”, es por ello que por lo general, al momento de hacer presupuestos, se solicitan al menos tres cotizaciones a distintos proveedores por categoría, para evaluar los servicios que ofrecen y analizar cuáles son los más convenientes en función de tiempos de entrega, calidad, experiencia del proveedor, entre otros aspectos para hacer la mejor selección y presentar una propuesta presupuestaria lo más realista posible.

Por lo anterior, tomando en consideración que hay partidas que son variables, es decir, que dependen de la cantidad de personas participantes, se dispuso con **Goodyear** definir lo más pronto posible el lugar y fecha del evento, para poder enviar con anticipación las invitaciones y hacer las respectivas confirmaciones, con el fin de tener un margen de participación más seguro.

Es importante mencionar que el presupuesto es un tema trascendental que se debe revisar periódicamente con el cliente en las reuniones de avance del proyecto ya que, si bien se cuenta con las aprobaciones de éste para la subcontratación de proveedores, tanto **Goodyear** como **Mantra Comunicación**, deben tener un estricto control del manejo y las variaciones que irá presentando conforme avanza la ejecución del evento.

A continuación, se presenta el presupuesto con el que se trabajará, el cual incluye una partida de imprevistos de 15%, que es el porcentaje recomendable. Así pues, el presupuesto se divide en distintas categorías o rubros presupuestarios (representados en tablas) con sus respectivos gastos. Al final, se incluye a modo de resumen, un cuadro consolidado con el monto a ejecutar en cada partida.

**Tabla 10.** *Presupuesto 25 Aniversario Goodyear Speed Fest.*



## PRESUPUESTO 25 ANIVERSARIO GOODYEAR SPEED FEST

| ALOJAMIENTO |                                                             |          |                |                    |                    |
|-------------|-------------------------------------------------------------|----------|----------------|--------------------|--------------------|
| No.         | DESCRIPCIÓN                                                 | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.     | COSTO TOTAL \$USD  |
| 1           | Habitación Deluxe cama king (2 noches, desayunos incluidos) | 75       | Q1,000.00      | Q75,000.00         | \$9,375.00         |
| 2           | Cena 2o. día                                                | 75       | Q200.00        | Q15,000.00         | \$1,875.00         |
| 3           | Tarifa de parqueo (2 días)                                  | 100      | Q120.00        | Q12,000.00         | \$1,500.00         |
|             | <b>TOTAL</b>                                                |          |                | <b>Q102,000.00</b> | <b>\$12,750.00</b> |

| REGALOS Y RECONOCIMIENTOS |                                  |          |                |                   |                   |
|---------------------------|----------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| No.                       | DESCRIPCIÓN                      | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| 1                         | Cajas de 9 chocolates            | 75       | Q85.00         | Q6,375.00         | \$796.88          |
| 2                         | Kit de emergencia para automóvil | 120      | Q0.00          | Q0.00             | \$0.00            |
| 3                         | Juego Lego auto de carreras      | 30       | Q326.00        | Q9,780.00         | \$1,222.50        |
| 4                         | Estatuillas de reconocimientos   | 15       | Q500.00        | Q7,500.00         | \$937.50          |
|                           | <b>TOTAL</b>                     |          |                | <b>Q23,655.00</b> | <b>\$2,956.88</b> |

| PRODUCCIÓN GRÁFICA |                                                                                                                                                   |           |                |                   |                   |
|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|-------------------|-------------------|
| No.                | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                       | CANTIDAD  | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| 1                  | Línea gráfica y conceptual completa del evento de Aniversario (invitaciones, rótulos, escenografías, materiales publicitarios, folletería, otros) | 1 paquete | Q8,500.00      | Q8,500.00         | \$1,062.50        |
| 2                  | Impresión invitaciones media carta                                                                                                                | 200       | Q6.50          | Q1,300.00         | \$162.50          |
| 3                  | Impresión tarjetas de bienvenida español/inglés en opalina (13cm x 9.5cm)                                                                         | 75        | Q3.00          | Q225.00           | \$28.13           |
| 4                  | Impresión tarjetas de regalo para invitados opalina (13cm x 9.5cm)                                                                                | 120       | Q3.00          | Q360.00           | \$45.00           |
| 5                  | Impresión tarjetas de regalo para ejecutivos español/inglés, en opalina (13cm x 9.5cm)                                                            | 30        | Q3.00          | Q90.00            | \$11.25           |
| 6                  | Impresión tarjetas para cena del 29 de agosto español/inglés en opalina (13cm x 9.5cm)                                                            | 75        | Q3.00          | Q225.00           | \$28.13           |
| 7                  | Impresión rótulos para bus en opalina tamaño carta                                                                                                | 2         | Q8.00          | Q16.00            | \$2.00            |
| 8                  | Impresión de brazaletes para eventos Tyvek con código QR                                                                                          | 200       | Q4.00          | Q800.00           | \$100.00          |
| 9                  | Viniles e impresión (branding completo)                                                                                                           | 1         | Q1,200.00      | Q1,200.00         | \$150.00          |
| 10                 | Escenografía impresa (faldones + fondo)                                                                                                           | 1         | Q2,200.00      | Q2,200.00         | \$275.00          |
| 11                 | Rótulo superior Hall of Fame (lona + soporte)                                                                                                     | 1         | Q850.00        | Q850.00           | \$106.25          |
| 12                 | Banderas tipo gota con base metálica                                                                                                              | 4         | Q320.00        | Q1,280.00         | \$160.00          |
| 13                 | Pendones verticales Goodyear                                                                                                                      | 2         | Q300.00        | Q600.00           | \$75.00           |
|                    | <b>TOTAL</b>                                                                                                                                      |           |                | <b>Q17,646.00</b> | <b>\$2,205.75</b> |

Fuente: elaboración propia.

| RECINTO      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |                |                   |                   |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| No.          | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| 1            | Alquiler salón de eventos, pistas Go Karts y toda el área posterior del recinto: vestíbulo, salón de eventos, pabellón salón de eventos, 2 pistas Go Karts, áreas al aire libre y de alimentación (jueves 28-08-25 / viernes 29-08-25) Incluye: servicio de limpieza de todas las áreas y servicios sanitarios, servicio de atención en áreas de bebidas y alimentos propios de la empresa (8 personas), mesas tipo tablero para salón de eventos, corriente de energía eléctrica, kioscos áreas de comida) | 1        | Q40,000.00     | Q40,000.00        | \$5,000.00        |
| <b>TOTAL</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |          |                | <b>Q40,000.00</b> | <b>\$5,000.00</b> |

| TRASLADOS DE INVITADOS    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                |                    |                    |
|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|--------------------|--------------------|
| No.                       | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.     | COSTO TOTAL \$USD  |
| <b>Boletos de Avión</b>   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                |                    |                    |
| 1                         | Ohio, USA - Guatemala- Ohio, USA                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 3        | Q7,008.00      | Q21,024.00         | \$2,628.00         |
| 2                         | México D.F. - Guatemala- México D.F.                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 1        | Q5,160.00      | Q5,160.00          | \$645.00           |
| 3                         | Honduras TG-Guatemala-Honduras TG                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 3        | Q6,496.00      | Q19,488.00         | \$2,436.00         |
| 4                         | Nicaragua-Guatemala-Nicaragua                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2        | Q9,632.00      | Q19,264.00         | \$2,408.00         |
| 5                         | Panamá-Guatemala-Panamá                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 3        | Q5,920.00      | Q17,760.00         | \$2,220.00         |
| 6                         | Rep. Dominicana-Guatemala-Rep. Dominicana                                                                                                                                                                                                                                                                               | 2        | Q7,568.00      | Q15,136.00         | \$1,892.00         |
| <b>SUBTOTAL AÉREOS</b>    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                | <b>Q97,832.00</b>  | <b>\$12,229.00</b> |
| <b>Vehículos</b>          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                |                    |                    |
| 7                         | El Salvador-Guatemala-El Salvador                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1        | Q928.00        | Q928.00            | \$116.00           |
| 8                         | Bus Pullman Hyundai AeroTown: ventanas panorámicas, aire acondicionado frontal y trasero, reproductor de CD's, pantalla DvD, asientos reclinables con recuestacabezas y apoyabrazos, paqueteras en cada fila para equipaje de mano, amplio porta equipaje, capacidades de 16 pasajeros. Renta con piloto (45 personas). | 1        | Q2,600.00      | Q2,600.00          | \$325.00           |
| 9                         | Bus Toyota Coaster: ventanas panorámicas, aire acondicionado, sistema de audio y micrófono, pantalla DvD, cortinas, parrilla, capacidad de 24 pasajeros                                                                                                                                                                 | 1        | Q900.00        | Q900.00            | \$112.50           |
| <b>SUBTOTAL VEHÍCULOS</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                | <b>Q4,428.00</b>   | <b>\$553.50</b>    |
| <b>TOTAL</b>              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |          |                | <b>Q102,260.00</b> | <b>\$12,782.50</b> |

| RECURSO HUMANO |                                   |                                                                      |          |                |                   |                   |
|----------------|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| No.            | ÁREA                              | DESCRIPCIÓN                                                          | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| 1              | Bienvenida y Registro             | Edecanes / azafatos (3 hombres y 3 mujeres)                          | 6        | Q800.00        | Q4,800.00         | \$600.00          |
| 2              | En la Pista del Éxito: Candy Bar  | Personal de montaje y desmontaje                                     | 2        | Q400.00        | Q800.00           | \$100.00          |
| 3              | En la Pista del Éxito: CooTel     | Atención y servicio de camareros                                     | 8        | Q700.00        | Q5,600.00         | \$700.00          |
|                | Speed Fest: Pits                  | Atención y servicio carretilla charcutería                           | 2        | Q400.00        | Q800.00           | \$100.00          |
| 4              | Speed Fest: Amenización DJ        | Personal técnico y montaje                                           | 6        | Q400.00        | Q2,400.00         | \$300.00          |
| 5              |                                   | DJ La Niña Almendra (3 horas)                                        | 1        | Q3,500.00      | Q3,500.00         | \$437.50          |
| 8              | Loops Family Entertainment Center | Servicio de asistencia médica (ambulancia y paramédicos por 8 horas) | 1        | Q3,000.00      | Q3,000.00         | \$375.00          |
| <b>TOTAL</b>   |                                   |                                                                      |          |                | <b>Q20,900.00</b> | <b>\$2,612.50</b> |

Fuente: elaboración propia.

| CATERING              |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                |                |                   |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------------|----------------|-------------------|
| No.                   | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                  | CANTIDAD    | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| Brindis               |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                |                |                   |
| 1                     | Copa de champagne Freixenet                                                                                                                                                                                                                  | 30 botellas | Q90.00         | Q2,700.00      | \$337.50          |
| 2                     | Copas tipo flauta                                                                                                                                                                                                                            | 150         | Q4.00          | Q600.00        | \$75.00           |
| 3                     | Boquitas saladas (3 tipos por persona)                                                                                                                                                                                                       | 150         | Q25.00         | Q3,750.00      | \$468.75          |
| 4                     | Boquitas dulces (3 tipos por persona)                                                                                                                                                                                                        | 150         | Q22.00         | Q3,300.00      | \$412.50          |
| 5                     | Descorche                                                                                                                                                                                                                                    | 150         | Q3.00          | Q450.00        | \$56.25           |
| SUBTOTAL BRINDIS      |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                | Q10,800.00     | \$1,350.00        |
| Almuerzo              |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                |                |                   |
| 5                     | Hamburguesas clásicas                                                                                                                                                                                                                        | 50          | Q25.00         | Q1,250.00      | \$156.25          |
| 6                     | Hot dogs clásicos y con chili beans (incluye carreta, utensilios, gas, personal)                                                                                                                                                             | 70          | Q28.00         | Q1,960.00      | \$245.00          |
| 7                     | Porción de pizza: pepperoni, vegetariana y hawaiana (jamón y piña)                                                                                                                                                                           | 100         | Q15.00         | Q1,500.00      | \$187.50          |
| 8                     | Nachos con queso                                                                                                                                                                                                                             | 75          | Q10.00         | Q750.00        | \$93.75           |
| 9                     | Nachos con guacamol y pico de gallo                                                                                                                                                                                                          | 75          | Q15.00         | Q1,125.00      | \$140.63          |
| 10                    | Alitas en salsa BBQ                                                                                                                                                                                                                          | 300         | Q6.00          | Q1,800.00      | \$225.00          |
| 11                    | Vasitos individuales con vegetales y charcutería                                                                                                                                                                                             | 90          | Q45.00         | Q4,050.00      | \$506.25          |
| 12                    | Granizadas de frutas naturales: piña, fresa, limón. Incluye carretilla, operador, montaje.                                                                                                                                                   | 150         | Q10.00         | Q1,500.00      | \$187.50          |
| 13                    | Poporpos (original, cheddar y caramelo). Incluye conos/tazas.                                                                                                                                                                                | 90          | Q12.00         | Q1,080.00      | \$135.00          |
| 14                    | Gaseosas surtidas (consignación)                                                                                                                                                                                                             | 120         | Q6.00          | Q720.00        | \$90.00           |
| 15                    | Cerveza nacional (consignación)                                                                                                                                                                                                              | 100         | Q9.00          | Q900.00        | \$112.50          |
| 16                    | Naranjada natural                                                                                                                                                                                                                            | 40          | Q7.00          | Q280.00        | \$35.00           |
| 17                    | Limonada con hierbabuena                                                                                                                                                                                                                     | 40          | Q7.00          | Q280.00        | \$35.00           |
| 18                    | Rosa de Jamaica                                                                                                                                                                                                                              | 40          | Q7.00          | Q280.00        | \$35.00           |
| SUBTOTAL ALMUERZO     |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                | Q17,475.00     | \$2,184.38        |
| Candy Bar             |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                |                |                   |
| 21                    | Postres variados (mini cupcakes de vainilla y chocolate con crema; mousse de maracuyá, chocolate y frambuesa; mini brownies; macarons rellenos de limón y ganache; tartaletas de frutas de mora y kiwi; espumillas; cake pops con chocolate) | 400         | Q7.50          | Q3,000.00      | \$375.00          |
| SUBTOTAL CANDY BAR    |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                | Q3,000.00      | \$375.00          |
| Pastel de Aniversario |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                |                |                   |
| 22                    | Pastel ejecutivo 150 porciones (Fondant con logo Goodyear, topper 25 años, detalles dorados, montaje y ambientación del área, traslado, logística)                                                                                           | 1           | Q4,700.00      | Q4,700.00      | \$587.50          |
| SUBTOTAL PASTEL       |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                | Q4,700.00      | \$587.50          |
| TOTAL                 |                                                                                                                                                                                                                                              |             |                | Q35,975.00     | \$4,496.88        |

| DECORACIÓN: Estructuras                   |                                                               |          |                |                |                   |
|-------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------------|
| ÁREA                                      | DESCRIPCIÓN                                                   | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| Bienvenida y acreditación                 | Módulos de atención con branding                              | 3        | Q850.00        | Q2,550.00      | \$318.75          |
|                                           | Estructuras con rótulo superior                               | 3        | Q1,100.00      | Q3,300.00      | \$412.50          |
|                                           | Paneles divisorios laterales                                  | 6        | Q250.00        | Q1,500.00      | \$187.50          |
| En la Pista del Éxito: Hall of Fame       | Paneles rígidos con impresión y soporte                       | 6        | Q700.00        | Q4,200.00      | \$525.00          |
| En la Pista del Éxito: Candy Bar          | Alquiler de mesa y estructura temática                        | 1        | Q1,800.00      | Q1,800.00      | \$225.00          |
| En la Pista del Éxito: Photocall          | Muro gráfico impreso 2.5x2.5m                                 | 1        | Q1,200.00      | Q1,200.00      | \$150.00          |
| En la Pista del Éxito: Set de entrevistas | Muro de fondo retroiluminado (pantalla LED o tela tensionada) | 1        | Q2,500.00      | Q2,500.00      | \$312.50          |
| En la Pista del Éxito: Escenario          | Tarima principal con escalera                                 | 1        | Q3,500.00      | Q3,500.00      | \$437.50          |
| En la Pista del Éxito: Escenario          | Truss estructural + iluminación LED                           | 1        | Q3,800.00      | Q3,800.00      | \$475.00          |
| En la Pista del Éxito: Escenario          | Logo volumétrico Goodyear 3D iluminado                        | 1        | Q1,500.00      | Q1,500.00      | \$187.50          |
| Speed Fest: Lounge ejecutivo              | Pérgola metálica con techo beige                              | 1        | Q1,600.00      | Q1,600.00      | \$200.00          |
| Speed Fest: Zona de cubos                 | Backwall con cuadros de meta y logotipo                       | 1        | Q950.00        | Q950.00        | \$118.75          |
| Speed Fest: Amenización DJ                | Tarima negra 3x2 m                                            | 1        | Q950.00        | Q950.00        | \$118.75          |
|                                           | Estructura metálica truss                                     | 1        | Q1,200.00      | Q1,200.00      | \$150.00          |
|                                           | Backing frontal y posterior                                   | 2        | Q350.00        | Q700.00        | \$87.50           |
|                                           | DJ Booth personalizado                                        | 1        | Q450.00        | Q450.00        | \$56.25           |
| TOTAL                                     |                                                               |          |                | Q31,700.00     | \$3,962.50        |

Fuente: elaboración propia.

| DECORACIÓN: Elementos Decorativos / Insumos |                                                          |          |                |                |                   |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------------|
| ÁREA                                        | DESCRIPCIÓN                                              | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| Bienvenida y Acreditación                   | Porta acrílicos A4                                       | 6        | Q60.00         | Q360.00        | \$45.00           |
| Bienvenida y Acreditación                   | Cinta delimitadora                                       | 1        | Q300.00        | Q300.00        | \$37.50           |
| En la Pista del Éxito: Escenario            | Atril acrílico con branding                              | 1        | Q750.00        | Q750.00        | \$93.75           |
| En la Pista del Éxito: Candy Bar            | Decoración temática (banderas, props)                    | 1        | Q650.00        | Q650.00        | \$81.25           |
|                                             | Vasitos, cucharitas, servilletas                         | 400      | Q1.50          | Q600.00        | \$75.00           |
| En la Pista del Éxito: Photocall            | Atrezzo: Ramo de globos temáticos dorado/negro + números | 1        | Q350.00        | Q350.00        | \$43.75           |
| En la Pista del Éxito: Set de entrevistas   | Llantas Goodyear decorativas                             | 2        | Q100.00        | Q200.00        | \$25.00           |
|                                             | Atrezzo: Alfombra decorativa para set                    | 1        | Q300.00        | Q300.00        | \$37.50           |
| Speed Fest: Lounge ejecutiva                | Atrezzo: Alfombra exterior tipo persa                    | 1        | Q450.00        | Q450.00        | \$56.25           |
|                                             | Atrezzo: Barril decorativo + botellas y vasos            | 1        | Q280.00        | Q280.00        | \$35.00           |
| Speed Fest: Pit de bebidas                  | Vasos compostables y servilletas                         | 300      | Q1.50          | Q450.00        | \$56.25           |
| Speed Fest: Amenización DJ                  | Atrezzo: Banderines decorativos                          | 1        | Q150.00        | Q150.00        | \$18.75           |
|                                             | Llantas pintadas decorativas                             | 6        | Q100.00        | Q600.00        | \$75.00           |
| TOTAL                                       |                                                          |          |                | Q5,440.00      | \$680.00          |

| MATERIAL AUDIOVISUAL / ELECTRÓNICOS (ALQUILER) |                                            |          |                |                |                   |
|------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------------|
| ÁREA                                           | DESCRIPCIÓN                                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| Audiovisuales                                  |                                            |          |                |                |                   |
| En la Pista del Éxito: Set de entrevistas      | Pantallas laterales con branding Goodyear  | 2        | Q1,400.00      | Q2,800.00      | \$350.00          |
| En la Pista del Éxito                          | Pantallas LED laterales (4x3 m)            | 2        | Q4,000.00      | Q8,000.00      | \$1,000.00        |
| En la Pista del Éxito                          | Pantalla LED central (6x3.5 m)             | 1        | Q6,500.00      | Q6,500.00      | \$812.50          |
| En la Pista del Éxito                          | Pantalla vertical auxiliar                 | 1        | Q1,200.00      | Q1,200.00      | \$150.00          |
| SUBTOTAL AUDIOVISUALES                         |                                            |          |                | Q18,500.00     | \$2,312.50        |
| Material Sonido                                |                                            |          |                |                |                   |
| Speed Fest: Amenización DJ                     | Sonido profesional + controlador           | 1        | Q5,800.00      | Q5,800.00      | \$725.00          |
| En la Pista del Éxito                          | Sonido profesional                         | 1        | Q3,500.00      | Q3,500.00      | \$437.50          |
| SUBTOTAL MATERIAL SONIDO                       |                                            |          |                | Q9,300.00      | \$1,162.50        |
| Material Iluminación                           |                                            |          |                |                |                   |
| Speed Fest: Amenización DJ                     | Iluminación LED                            | 1        | Q1,600.00      | Q1,600.00      | \$200.00          |
| Speed Fest: Lounge ejecutivo                   | Iluminación colgante con bombillos cálidos | 1        | Q580.00        | Q580.00        | \$72.50           |
| En la Pista del Éxito: Hall of Fame            | Iluminación puntual de acento (LED)        | 6        | Q480.00        | Q2,880.00      | \$360.00          |
| En la Pista del Éxito: Photocall               | Totem de iluminación suave LED (softbox)   | 1        | Q550.00        | Q550.00        | \$68.75           |
| En la Pista del Éxito                          | Iluminación escénica profesional           | 1        | Q3,000.00      | Q3,000.00      | \$375.00          |
| SUBTOTAL MATERIAL ILUMINACIÓN                  |                                            |          |                | Q8,610.00      | \$1,076.25        |
| Electrónicos                                   |                                            |          |                |                |                   |
| Bienvenida y Acreditación                      | Tablets o lectores QR (alquiler 1 día)     | 3        | Q250.00        | Q750.00        | \$93.75           |
| SUBTOTAL ELECTRÓNICOS                          |                                            |          |                | Q750.00        | \$93.75           |
| TOTAL                                          |                                            |          |                | Q37,160.00     | \$4,645.00        |

| INSTALACIONES ESPECIALES |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                |                |                   |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------------|
| ÁREA                     | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                              | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| The Pit Station: Parqueo | Globo inflable Goodyear personalizado                                                                                                                                                                                                    | 1        | Q4,500.00      | Q4,500.00      | \$562.50          |
|                          | Sistema de anclaje completo                                                                                                                                                                                                              | 1        | Q500.00        | Q500.00        | \$62.50           |
|                          | Ventilador industrial de inflado                                                                                                                                                                                                         | 1        | Q300.00        | Q300.00        | \$37.50           |
|                          | Generador eléctrico (opcional)                                                                                                                                                                                                           | 1        | Q1,600.00      | Q1,600.00      | \$200.00          |
| TOTAL                    |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                | Q6,900.00      | \$862.50          |
| FOTOGRAFÍA Y VIDEO       |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                |                |                   |
| ÁREA                     | DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                              | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q. | COSTO TOTAL \$USD |
| Photocall                | Photobooth digital con pantalla y QR                                                                                                                                                                                                     | 1        | Q1,800.00      | Q1,800.00      | \$225.00          |
|                          | Servicio profesional de fotografía (todo el evento), grabación de video institucional 4k, edición con logo hasta 3 minutos y tomas aéreas con dron de las carreras en pista y exteriores (1 hora de vuelo). Edición final y entregables. | 8 horas  | Q6,100.00      | Q6,100.00      | \$762.50          |
| TOTAL                    |                                                                                                                                                                                                                                          |          |                | Q7,900.00      | \$987.50          |

Fuente: elaboración propia.

| NECESIDADES EVENTO MONTAJE, DESMONTAJE                |          |                |                   |                   |
|-------------------------------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                                           | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| Seguro y permisos                                     | 1        | Q600.00        | Q600.00           | \$75.00           |
| Transporte y logística                                | 1        | Q350.00        | Q350.00           | \$43.75           |
| Transporte, instalación y desmontaje                  | 1        | Q1,200.00      | Q1,200.00         | \$150.00          |
| Montaje, desmontaje y transporte                      | 1        | Q3,000.00      | Q3,000.00         | \$375.00          |
| Montaje técnico y mobiliario                          | 1        | Q800.00        | Q800.00           | \$100.00          |
| Traslado vehículo Lamborghini (zona 10 -Loops-zona10) | 1        | Q4,500.00      | Q4,500.00         | \$562.50          |
| Montaje y desmontaje especializado                    | 1        | Q700.00        | Q700.00           | \$87.50           |
| Montaje y desmontaje mobiliario y branding            | 1        | Q800.00        | Q800.00           | \$100.00          |
| Set carretilla / barra charcutería                    | 1        | Q800.00        | Q800.00           | \$100.00          |
| Set carretilla poporopos (palomitas de maíz)          | 1        | Q650.00        | Q650.00           | \$81.25           |
| Traslado y permisos para dron                         | 1        | Q650.00        | Q650.00           | \$81.25           |
| <b>TOTAL</b>                                          |          |                | <b>Q14,050.00</b> | <b>\$1,756.25</b> |

| MOBILIARIO                                              |          |                |                   |                   |
|---------------------------------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                                             | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| Transporte, instalación y desmontaje                    | 1        | Q1,200.00      | Q1,200.00         | \$150.00          |
| Exhibidor en forma de cubo para neumático, con branding | 1        | Q500.00        | Q500.00           | \$62.50           |
| Sillones ejecutivos tapizados                           | 2        | Q850.00        | Q1,700.00         | \$212.50          |
| Sillas chiavari Rose Gold                               | 135      | Q12.00         | Q1,620.00         | \$202.50          |
| Mesas cocteleras con mantel de licra                    | 11       | Q90.00         | Q990.00           | \$123.75          |
| Mesa de centro decorativa                               | 1        | Q350.00        | Q350.00           | \$43.75           |
| Sala modular tipo lounge (sofás + sillones + mesa)      | 2        | Q2,500.00      | Q5,000.00         | \$625.00          |
| Cubos tapizados Goodyear (azul, amarillo, blanco)       | 36       | Q130.00        | Q4,680.00         | \$585.00          |
| Mesas cubo centrales blancas                            | 12       | Q180.00        | Q2,160.00         | \$270.00          |
| <b>TOTAL</b>                                            |          |                | <b>Q18,200.00</b> | <b>\$2,275.00</b> |

| VESTUARIO                                                                                                                                                                                                                         |          |                |                  |                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                                                                                                                                                                                                                       | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.   | COSTO TOTAL \$USD |
| Uniforme masculino: camisa polo gris personalizada con logo "Goodyear Speed Fest" (bordado o sublimado), pantalón deportivo negro con franja blanca lateral. Tela: Dry-fit o poliéster de alto rendimiento, cómodo y transpirable | 3        | Q370.00        | Q1,110.00        | \$138.75          |
| Uniforme femenino: traje de piloto completo (overall) blanco con franjas rojas y azules, logo Goodyear Speed Fest. Tendrá cierre frontal, cuello alto, cinturilla y terminaciones reforzadas (opcional)                           | 3        | Q500.00        | Q1,500.00        | \$187.50          |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                                                                                                                                      |          |                | <b>Q2,610.00</b> | <b>\$326.25</b>   |
|                                                                                                                                                                                                                                   |          |                |                  |                   |

| MENSAJERÍA                                                                                 |          |                |                  |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                                                                                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.   | COSTO TOTAL \$USD |
| Envío de invitaciones comprendidos en Guatemala ciudad capital y departamentos (interior). | 100      | Q70.00         | Q7,000.00        | \$875.00          |
| <b>TOTAL</b>                                                                               |          |                | <b>Q7,000.00</b> | <b>\$875.00</b>   |

| PUBLICIDAD                                                                                                   |          |                |                   |                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN                                                                                                  | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL Q.    | COSTO TOTAL \$USD |
| Impresión e instalación de rótulo Goodyear en estructura de Meta, pista Go Karts. 6m x 1.5m                  | 1        | Q6,400.00      | Q6,400.00         | \$800.00          |
| Impresión e instalación de vallas Goodyear en estructuras ubicadas publicitarias, pista Go Karts. 3.5m x 2 m | 2        | Q4,000.00      | Q8,000.00         | \$1,000.00        |
| <b>TOTAL</b>                                                                                                 |          |                | <b>Q14,400.00</b> | <b>\$1,800.00</b> |

Fuente: elaboración propia.

**Tabla 11.** Resumen de partidas presupuestarias 25 Aniversario Goodyear Speed Fest.

**RESUMEN PARTIDAS PRESUPUESTARIAS  
25 ANIVERSARIO GOODYEAR SPEED FEST**

| No. | RESUMEN GENERAL PRESUPUESTO                             | COSTO TOTAL Q.     | COSTO TOTAL \$USD  |
|-----|---------------------------------------------------------|--------------------|--------------------|
| 1   | ALOJAMIENTO                                             | Q102,000.00        | \$12,750.00        |
| 2   | REGALOS Y RECONOCIMIENTOS                               | Q23,655.00         | \$2,956.88         |
| 3   | PRODUCCIÓN GRÁFICA                                      | Q17,646.00         | \$2,205.75         |
| 4   | RECINTO                                                 | Q40,000.00         | \$5,000.00         |
| 5   | TRASLADOS DE INVITADOS                                  | Q102,260.00        | \$12,782.50        |
| 6   | CATERING                                                | Q35,975.00         | \$4,496.88         |
| 7   | DECORACIÓN: Estructuras                                 | Q31,700.00         | \$3,962.50         |
| 8   | DECORACIÓN: Elementos Decorativos / Insumos             | Q5,440.00          | \$680.00           |
| 9   | RECURSO HUMANO                                          | Q20,900.00         | \$2,612.50         |
| 10  | MATERIAL AUDIOVISUAL / ELECTRÓNICOS (ALQUILER)          | Q37,160.00         | \$4,645.00         |
| 11  | INSTALACIONES ESPECIALES                                | Q6,900.00          | \$862.50           |
| 12  | FOTOGRAFÍA Y VIDEO                                      | Q7,900.00          | \$987.50           |
| 13  | NECESIDADES EVENTO MONTAJE, DESMONTAJE                  | Q14,050.00         | \$1,756.25         |
| 14  | MOBILIARIO                                              | Q18,200.00         | \$2,275.00         |
| 15  | VESTUARIO                                               | Q2,610.00          | \$326.25           |
| 16  | PUBLICIDAD                                              | Q14,400.00         | \$1,800.00         |
| 17  | MENSAJERÍA                                              | Q7,000.00          | \$875.00           |
| 18  | MANTRA COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS (FEE 5 MESES) | Q225,000.00        | \$28,125.00        |
| 19  | IMPREVISTOS 15%                                         | Q69,959.40         | \$8,744.93         |
|     | <b>TOTAL GENERAL</b>                                    | <b>Q782,755.40</b> | <b>\$97,844.43</b> |

Fuente: elaboración propia.

## 5. Ejecución del Evento

Esta es la fase en la que se pone en marcha todo lo que se realizó durante la fase de planificación y preparación de materiales. Es la fase en la que se vuelve realidad la idea y se ejecuta el plan de comunicación del evento, previsto para el 29 de agosto de 2025. Para visualizar esta parte en específico, se presentan los documentos que ejemplificarán las acciones puntuales de ese día.

## 5.1. Programa

El programa del evento es la herramienta que contiene el hilo conductor de la actividad en donde se establece la secuencia de los momentos relevantes del acto, de acuerdo con los objetivos de comunicación y del evento en sí mismo, quedando reflejados los deseos del anfitrión. Es el guion principal que rige el desarrollo del evento y la pauta a seguir, tanto por parte de los invitados como de los organizadores y personal involucrado en la puesta en escena de las actividades.

Cada evento, según su naturaleza y objetivos, se desarrolla de manera particular, por lo que el programa busca adecuar el alcance de los mensajes que se desean trasladar, así como los intereses e intenciones que los motivan. En resumen, el programa debe permitir alcanzar los objetivos de comunicación, proyección de imagen y relaciones públicas.

A continuación se presenta el programa con las secuencias o partes protocolarias que dictarán el desarrollo del evento, el cual estará dividido en dos partes o momentos principales.

**Tabla 12.** *Programa del Acto de Aniversario Goodyear Guatemala.*



## PROGRAMA 25 ANIVERSARIO Goodyear Speed Fest

**FECHA:** viernes 29 de agosto de 2025

**HORA:** 11:00 a.m.

**LUGAR:** Loops Family Entertainment Center (Km. 17.5 Carretera a San José Pinula)

| HORA                    | ACTIVIDAD                                                                                                                                                                  | TIEMPO ESTIMADO | RESPONSABLE                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 11:00 a.m. - 11:30 a.m. | Llegada y recepción de invitados. Registro/Hall of Fame                                                                                                                    | 30 min.         | Mantra Comunicación y Relaciones Públicas                                                                                                                                                   |
| 11:45 a.m. – 11:50 a.m. | Palabras de bienvenida y presentación general del acto                                                                                                                     | 5 min.          | Maestra de Ceremonia                                                                                                                                                                        |
| 11:50 a.m. – 11:55 a.m. | Un camino de historia y éxito                                                                                                                                              | 5 min.          | Guillermo Zachrisson<br>Director Comercial de País                                                                                                                                          |
| 11:55 a.m. – 11:58 a.m. | Proyección de video conmemorativo<br>“En la pista del éxito”                                                                                                               | 3 min.          | Guillermo Zachrisson<br>Director Comercial de País                                                                                                                                          |
| 12:00 p.m. – 12:07 p.m. | Habilitando la movilidad en Guatemala y Centro América (consolidación Goodyear)                                                                                            | 7 min.          | Diego Grimoldi<br>Gerente General Centro América y el Caribe                                                                                                                                |
| 12:10 p.m. – 12:40 p.m. | Reconocimiento a colaboradores y entrega de estatuillas:<br>Trayectoria 5 - 10 años<br>Trayectoria 15 - 20 años<br>Innovación<br>Calidad y Servicio<br>Trayectoria 25 años | 30 min.         | Dirige Diego Grimoldi.<br>Entregan reconocimientos:<br>Director Regional Ventas<br>Director Regional Marketing<br>Vicepresidente Senior<br>Directora Talento Humano<br>Pdte. América Latina |
| 12:40 p.m. – 12:45 p.m. | Better Future, la ruta que guía el camino al éxito                                                                                                                         | 5 min.          | Laura Duda<br>Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones                                                                                                                           |

**Fuente:** elaboración propia.



| HORA                    | ACTIVIDAD                                                                                                                        | TIEMPO ESTIMADO | RESPONSABLE                                                                                                         |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12:50 p.m. - 12:55 p.m. | Brindis de Aniversario<br>25 años en la pista del éxito                                                                          | 5 min.          | Diego Grimoldi<br>Gerente General Centro América y el Caribe junto con directivos<br>Coordina Maestra de Ceremonias |
| 12:55 p.m. – 1:00 p.m.  | Fotografía de Familia Directivos                                                                                                 | 5 min.          | Coordina Maestra de Ceremonia                                                                                       |
| 1:00 p.m. – 1:05 p.m.   | Cierre del acto e invitación a coctel, almuerzo y actividades recreativas                                                        | 5 min.          | Maestra de Ceremonia                                                                                                |
| 1:05 p.m. – 1:30 p.m.   | Gestión de entrevistas con los voceros en el área de entrevistas (dependerá de la disponibilidad de los medios de comunicación). | 25 min.         | Mantra Comunicación y Relaciones Públicas                                                                           |

Fuente: elaboración propia.

**Maestra de ceremonia:** Olga María Gallegos, Directora Mantra Comunicación y Relaciones Públicas



## Segunda Parte

| HORA                  | ACTIVIDAD                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | TIEMPO ESTIMADO | RESPONSABLE                                                                                                                                                                   |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4:00 p.m. - 4:15 p.m. | Sorteo especial conmemorativo según el código QR de los brazaletes.<br><br><b>Premio:</b> se darán 3 certificados de vuelo en el dirigible de Goodyear para dos pasajeros, canjeable en cualquiera de las tres bases de Goodyear en EE. UU. (Carson, California ; Pompano Beach, Florida o Akron, Ohio), junto con un cupón de \$3,000 para viáticos y alojamiento. | 15 min.         | Alejandro Huard,<br>Director Regional de Marketing y Paulina Furlán Coordinadora de Marketing<br><br>Entrega:<br>Will Roland<br>Vicepresidente Senior y Director de Marketing |
| 4:15 p.m. – 4:20 p.m. | Fotografía ganadores sorteo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 5 min.          | Coordina maestra de ceremonia / Creative Solutions                                                                                                                            |
| 4:20 p.m. – 4:40 p.m. | Corte pastel de aniversario y fotos de familia: directivos, homenajeados, grupo completo                                                                                                                                                                                                                                                                            | 20 min.         | Coordina maestra de ceremonia<br>Mantra Comunicación                                                                                                                          |
| 4:40 p.m. – 4:55 p.m. | Entrega de obsequios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 15 min.         | Edecanes/Azafatos                                                                                                                                                             |
| 4:45 p.m. 4:50 p.m.   | Agradecimiento y despedida                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 10 min.         | Goodyear: Alejandro Huard, Coordinador Comité Aniversario                                                                                                                     |
| 4:55 p.m. – 6:30 p.m. | Abordaje de buses y traslado al hotel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1h 30min.       | Mantra Comunicación con apoyo de Azafafos                                                                                                                                     |
| 5:00 p.m. – 9:00 p.m. | Desmontaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4hrs.           | Proveedores<br>Coordina Meiraki Events                                                                                                                                        |

Fuente: elaboración propia.

## 5.2. Cronograma

Esta parte contempla el esquema de cada una de las acciones que se realizarán durante el evento, incluyendo las secuencias protocolarias que se seguirán durante el acto de aniversario que no son percibidos por el público, pero que deben estar contemplados para garantizar que sea exitoso. A continuación se presenta el cronograma a seguir en el evento.

**Tabla 13.** *Cronograma de actividades Goodyear Speed Fest 28 – 30 de agosto.*

**Día: jueves 28 de agosto**

| HORA                    | LUGAR                                      | ACCIÓN                                                                          | RESPONSABLE                                  |
|-------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 7:30 a.m.<br>12:30 p.m. | Aeropuerto Internacional La Aurora         | Arribo de invitados internacionales                                             | Mantra Comunicación / Goodyear Shuttle Hotel |
| 7:30 a.m.<br>12:30 p.m. | Recepción Hotel The Westin Camino Real     | Entrega de cajas de regalo (chocolates) y tarjeta de bienvenida en habitaciones | Mantra Comunicación                          |
| 7:30 a.m.<br>12:30 p.m. | Recepción Hotel The Westin Camino Real     | Check-in invitados internacionales y nacionales provenientes del interior       | Mantra Comunicación                          |
| 7:30 a.m.<br>12:30 p.m. | Recepción Hotel The Westin Camino Real     | Bebida tipo coctel de bienvenida                                                | Hotel The Westin Camino Real                 |
| 1:00 p.m.               | Salón Atitlán Hotel The Westin Camino Real | Almuerzo Workshop                                                               | Mercadeo Goodyear                            |
| 2:00 p.m.               | Loops Family Entertainment Center          | Recepción de proveedores. Inicio de montaje                                     | Mantra Comunicación / Meiraki Event          |
| 2:30 p.m.               | Loops – área Go Karts                      | Pruebas funcionamiento de Go Karts, revisión de equipo y limpieza de vehículos  | Loops Family Entertainment Center            |
| 3:30 p.m.               | Loops – área Go Karts                      | Instalación de publicidad gráfica de vallas y rótulo meta                       | JCDecaux Publigrafik                         |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA      | LUGAR                                       | ACCIÓN                                                              | RESPONSABLE                       |
|-----------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| 2:30 p.m. | Loops área Go Karts                         | Inicio de instalación tarima y escenario DJ                         | Meiraki Event                     |
| 4:00 p.m. | Loops Salón de Eventos                      | Inicio instalación tarima escenario principal                       | Meiraki Event                     |
| 3:00 p.m. | Loops Vestíbulo de Entrada Salón de Eventos | Instalación de rótulos de ingreso Hall of Fame                      | Meiraki Event                     |
| 4:00 p.m. | Loops Vestíbulo de Entrada Salón de Eventos | Instalación de paneles fotográficos Hall of Fame                    | Meiraki Event                     |
| 3:30 p.m. | Loops Vestíbulo de Entrada Salón de Eventos | Instalación y conexión de luces Hall of Fame                        | Blessure                          |
| 2:00 p.m. | Loops área Go Karts/exterior                | Limpieza de pits o áreas de comida                                  | Loops Family Entertainment Center |
| 3:00 p.m. | Loops, área de registro                     | Instalación y verificación de puntos de red para internet           | Loops Family Entertainment Center |
| 4:00 p.m. | Loops, área de registro                     | Instalación de muebles para áreas de registro (cabinas)             | Meiraki Event                     |
| 2:30 p.m. | Loops área Go Karts/exterior                | Instalación de pérgola para sala lounge                             | Meiraki Event                     |
| 3:00 p.m. | Loops área Go Karts/exterior                | Instalación de Backpanel y muebles para áreas exteriores            | Meiraki Event                     |
| 5:00 p.m. | Loops Salón de Eventos                      | Instalación de gradas, cables y equipo audiovisual salón de eventos | Meiraki Event / Blessure          |
| 5:00 p.m. | Loops Salón de Eventos                      | Recepción y montaje de mobiliario salón de eventos.                 | Meiraki Event / La Folié Events   |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA      | LUGAR                        | ACCIÓN                                                                                                          | RESPONSABLE                        |
|-----------|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 4:00 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Recepción y montaje de mobiliario para sala lounge y área de entrevistas (alfombra y sillones)                  | Meiraki Event                      |
| 4:00 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Instalación de pantallas en área de entrevistas                                                                 | Blessure                           |
| 3:30 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Montaje de exhibidores con neumáticos de demostración                                                           | Goodyear Ventas                    |
| 2:30 p.m. | Loops área Go Karts/exterior | Colocación de neumáticos Goodyear pintados en áreas exteriores de las pistas de Go Karts y escenario DJ         | Loops / Goodyear Mantenimiento     |
| 3:30 p.m. | Loops área Go Karts/exterior | Instalación de equipo de sonido y luces área DJ                                                                 | Blessure                           |
| 5:00 p.m. | Loops área Go Karts/exterior | Colocación de banderines, rótulos y material gráfico área DJ                                                    | Meiraki Event                      |
| 5:00 p.m. | Loops área Go Karts/exterior | Recepción de vehículo de carreras Lamborghini y colocación en el área de exhibición                             | Goodyear / Embajador de marca      |
| 3:00 p.m. | Loops Administración         | Revisión final de cantidad de alimentos y bebidas: pizzas, hamburguesas, nachos, gaseosas, cervezas, naturales. | Mantra Comunicación / Loops        |
| 4:30 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Instalación de pantallas LED, luces y sonido escenario principal                                                | Blessure                           |
| 3:30 p.m. | Salón de eventos Photocall   | Instalación de backpanel y área de impresión fotográfica                                                        | Meiraki Event / Creative Solutions |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA        | LUGAR                        | ACCIÓN                                                                                                                                                                                           | RESPONSABLE                                                                |
|-------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 4:30 p.m.   | Loops Salón de Eventos       | Instalación mueble Candy Bar                                                                                                                                                                     | La Folié Events                                                            |
| 4:30 p.m.   | Loops Salón de Eventos       | Preparación mesas de regalos y reconocimientos                                                                                                                                                   | Mantra Comunicación                                                        |
| 5:00 p.m.   | Salón de eventos             | Instalación de rótulos e imagen de marca                                                                                                                                                         | Meiraki Event                                                              |
| 5:00 p.m.   | Todas las áreas              | Limpieza general de áreas                                                                                                                                                                        | Loops                                                                      |
| 7:00 p.m.   | Todas las áreas              | Decoración y detalles finales de escenografías. Check list.                                                                                                                                      | Mantra Comunicación/<br>Meiraki/Goodyear                                   |
| 4:00 p.m.   | Todas las áreas              | Reconocimiento de instalaciones y capacitación edecanes / azafatos (uniformes se entregaron una semana antes por cualquier ajuste)                                                               | Mantra Comunicación                                                        |
| 7:30 p.m.   | Loops Salón de Eventos       | Ensayo general del programa: pruebas de sonido y equipo técnico y audiovisual                                                                                                                    | Mantra Comunicación/<br>Meiraki Event/<br>Blessure/La Niña Almendra/ Loops |
| Todo el día | Oficinas Mantra Comunicación | Revisión logística y check list de materiales gráficos, proveedores, coordinación de transporte, listados y programas de registro, programa del evento, discursos, certificados de premios, etc. | Mantra Comunicación /<br>Goodyear                                          |

**Fuente:** elaboración propia.

**Día: Viernes 29 de agosto**

| HORA       | LUGAR                        | ACCIÓN                                                                                                             | RESPONSABLE                          |
|------------|------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| 7:30 a.m.  | Loops Parqueo                | Instalación y anclaje globo gigante                                                                                | Inflalo Guatemala                    |
| 8:00 a.m.  | Loops Salón de Eventos       | Montaje y decoración de Candy Bar y mesa para pastel                                                               | La Folié Events                      |
| 9:30 a.m.  | Loops Registro               | Ingreso de edecanes / azafatos                                                                                     | Mantra                               |
| 9:45 a.m.  | Loops Área de Registro       | Preparación de tablets y área de registro. Entrega de brazaletes para que los coloquen a los invitados al ingresar | Mantra<br>Comunicación /<br>Edecanes |
| 10:30 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Ingreso de personal de servicio para coctel. Montaje y preparación del área de servicio                            | La Folié Events                      |
| 8:00 a.m.  | Todas las áreas              | Supervisión final de áreas                                                                                         | Meiraki Event                        |
| 9:30 a.m.  | Hotel The Westin Camino Real | Recepción y revisión de buses. Colocar cartel de identificación                                                    | Mantra<br>Comunicación               |
| 9:45 a.m.  | Hotel The Westin Camino Real | Coordinación logística con invitados para abordar buses, según listado                                             | Mantra<br>Comunicación               |
| 10:00 a.m. | Hotel The Westin Camino Real | Traslado Hotel Camino Real Loops Family Entertainment Center                                                       | Mantra<br>Comunicación               |
| 10:00 a.m. | Loops                        | Inicia foto y video de todo                                                                                        | Creative Solutions                   |
| 10:00 a.m. | Loops                        | Reconocimiento de áreas paramédicos                                                                                | Alerta Médica                        |
| 11:00 a.m. | Loops Área de Registro       | Registro de invitados y colocación de brazalete                                                                    | Mantra<br>Comunicación               |
| 11:00 a.m. | Hall of Fame                 | Recorrido exhibición fotográfica                                                                                   | Mantra<br>Comunicación               |
| 11:15 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Recepción y bienvenida de invitados                                                                                | Goodyear                             |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA       | LUGAR                        | ACCIÓN                                                                                                                                                                     | RESPONSABLE                                                                                                                                                          |
|------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 10:30 a.m. | Loops área Go Karts/exterior | Ingreso de proveedores e inicio de montaje de carretillas y ambientaciones de los pits de comida                                                                           | Proveedores / Meiraki Event / Mantra Comunicación                                                                                                                    |
| 2:30 p.m.  | Loops Salón de Eventos       | Recepción de pastel de aniversario                                                                                                                                         | Marialu Bakery / Meiraki Event                                                                                                                                       |
| 12:00 p.m. | Loops área DJ/exterior       | Llegada de Niña Almendra y preparación final de su área                                                                                                                    | Meiraki Event                                                                                                                                                        |
| 11:30 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Ordenación de invitados Fila 0 (serán los únicos protocolizados)                                                                                                           | Mantra Comunicación                                                                                                                                                  |
| 11:45 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Palabras de bienvenida y presentación general del acto                                                                                                                     | Mantra Comunicación / Maestra de Ceremonia                                                                                                                           |
| 11:50 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Un camino de historia y éxito                                                                                                                                              | Goodyear: Guillermo Zachrisson, Director Comercial de País                                                                                                           |
| 11:55 a.m. | Loops Salón de Eventos       | Proyección de video conmemorativo "En la pista del éxito"                                                                                                                  | Goodyear: Guillermo Zachrisson, Director Comercial de País / Blessure                                                                                                |
| 12:00 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Habilitando la movilidad en Guatemala y Centro América (consolidación Goodyear)                                                                                            | Goodyear: Diego Grimoldi Gerente General Centro América y el Caribe                                                                                                  |
| 12:10 p.m. | Loops Salón de Eventos       | Reconocimiento a colaboradores y entrega de estatuillas:<br>Calidad y Servicio<br>Innovación<br>Trayectoria 5 - 10 años<br>Trayectoria 15 - 20 años<br>Trayectoria 25 años | Goodyear -Edecanes Dirige Diego Grimoldi. Entregan estatuillas: Directora T. Humano Vicepdte. Senior Director Reg. Ventas Director Regional MKT Pdte. América Latina |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA       | LUGAR                            | ACCIÓN                                                                                                                          | RESPONSABLE                                                                                                                                  |
|------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 12:40 p.m. | Loops Salón de Eventos           | <i>Better Future</i> , la ruta que guía el camino al éxito                                                                      | Goodyear: Laura Duda<br>Vicepdte. Senior y Directora de Comunicaciones                                                                       |
| 12:50 p.m. | Loops Salón de Eventos           | Brindis de Aniversario 25 años en la pista del éxito (se reparten copas de champagne a invitados)                               | Goodyear: Diego Grimoldi Gerente General Centro América y el Caribe junto con directivos<br>Coordina Maestra de Ceremonias / La Folié Events |
| 12:55 p.m. | Loops Salón de Eventos           | Fotografía de Familia Directivos                                                                                                | Coordina Maestra de Ceremonia                                                                                                                |
| 1:00 p.m.  | Loops Salón de Eventos           | Cierre del acto e invitación a coctel, almuerzo y actividades recreativas                                                       | Mantra Comunicación / La Folié Events / Proveedores                                                                                          |
| 1:00 p.m.  | Loops Salón de Eventos           | Servicio de coctel dulce y salado en salón de eventos                                                                           | La Folié Events                                                                                                                              |
| 1:05 p.m.  | Loops Salón de Eventos           | Gestión de entrevistas con los voceros en el área de entrevistas (dependerá de la disponibilidad de los medios de comunicación) | Mantra Comunicación y Relaciones Públicas                                                                                                    |
| 1:05 p.m.  | Loops área Go Karts/ exterior    | Inician actividades alternas libres: photocall, exhibición auto de carreras, Go Karts, estaciones o Pits de comida y bebidas    | Proveedores / Goodyear / Mantra Comunicación / Meiraki Event                                                                                 |
| 1:05 p.m.  | Loops Salón de Eventos/Photocall | Toma de fotografías                                                                                                             | Creative Solutions                                                                                                                           |
| 1:05 p.m.  | Loops área exhibición/ exterior  | Exhibición carro de carreras Lamborghini Goodyear y toma de fotografías                                                         | Mateo Llarena, embajador de marca / Creative Solutions                                                                                       |

**Fuente:** elaboración propia.

| HORA      | LUGAR                          | ACCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | RESPONSABLE                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1:05 p.m. | Loops área DJ/exterior         | Inicia amenización con DJ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | DJ Niña Almendra                                                                                                                                                                                                   |
| 4:00 p.m. | Loops área exhibición/exterior | Sorteo especial conmemorativo según el código QR de los brazaletes.<br><br><b>Premio:</b> se darán 3 certificados de vuelo en el dirigible de Goodyear para dos pasajeros, canjeable en cualquiera de las tres bases de Goodyear en EE. UU. (Carson, California ; Pompano Beach, Florida o Akron, Ohio), junto con un cupón de \$3,000 para viáticos y alojamiento. | Alejandro Huard,<br>Director Regional de Marketing y<br>Paulina Furlán<br>Coordinadora de Marketing<br><br>Entrega:<br>Will Roland<br>Vicepresidente Senior y Director de Marketing<br>Apoyo:<br>Edecanes/azafatos |
| 4:15 p.m. | Loops área exhibición/exterior | Fotografía ganadores sorteo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Coordina maestra de ceremonia / Creative Solutions                                                                                                                                                                 |
| 4:20 p.m. | Loops área exhibición/exterior | Corte pastel de aniversario y fotos de familia: directivos, homenajeados, grupo completo                                                                                                                                                                                                                                                                            | Coordina maestra de ceremonia<br>Mantra Comunicación                                                                                                                                                               |
| 4:40 p.m. | Loops área exhibición/exterior | Entrega de obsequios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Edecanes/Azafatos                                                                                                                                                                                                  |
| 4:45 p.m. | Loops Salón de Eventos         | Agradecimiento y despedida                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Alejandro Huard,<br>Coordinador Comité Aniversario                                                                                                                                                                 |
| 4:55 p.m. | Loops Parqueo                  | Abordaje de buses y traslado al hotel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Mantra Comunicación con apoyo de Azafafos                                                                                                                                                                          |
| 5:00 p.m. | Todas las áreas                | Desmontaje                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Meiraki Events / Proveedores                                                                                                                                                                                       |
| 6:30 p.m. | Hotel The Westin Camino Real   | Coordinación logística servicio shuttle para traslado de los invitados al aeropuerto al día siguiente.                                                                                                                                                                                                                                                              | Mantra Comunicación                                                                                                                                                                                                |
| 7:00 p.m. | Hotel The Westin Camino Real   | Despedida de invitados en el Hotel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Mantra Comunicación                                                                                                                                                                                                |
| 7:30 p.m. | Hotel The Westin Camino Real   | Cena libre de los invitados en el hotel, cortesía Goodyear.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Invitados                                                                                                                                                                                                          |

**Fuente:** elaboración propia.

**Día: Sábado 30 de agosto**

| HORA                        | LUGAR                           | ACCIÓN                                                               | RESPONSABLE                                           |
|-----------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| 3:00 a.m.<br>en<br>adelante | Hotel The Westin<br>Camino Real | Check out de invitados                                               | Invitados / Hotel<br>Supervisa Mantra<br>Comunicación |
| 3:00 a.m.<br>en<br>adelante | Hotel The Westin<br>Camino Real | Traslado de invitados hacia<br>Aeropuerto Internacional La<br>Aurora | Invitados / Hotel<br>Supervisa Mantra<br>Comunicación |

**Fuente:** elaboración propia.

### 5.3. Protocolo en la Organización de Eventos Empresariales

El protocolo corporativo es una función que sirve como herramienta estratégica al servicio de la imagen de las empresas, cuya adecuada gestión y aplicación contribuye a la obtención de resultados y beneficios significativos para las entidades. De acuerdo con lo estudiado y visto en clase, podemos decir que el protocolo empresarial abarca todas aquellas costumbres o prácticas que se aplican dentro de las empresas y que sirven para crear relaciones sólidas y estables con otras empresas, entidades públicas, privadas, organismos internacionales y sus mismos colaboradores.

A nivel interno, el protocolo corporativo dicta unas políticas específicas a seguir en cada evento o actividad que organice, manteniendo una coherencia y unidad entre los objetivos y criterios que la rigen; y, a la vez, transmitir una imagen adecuada y global, consistente con la personalidad misma de la compañía. Es por ello que se recomienda contar con un manual de protocolo corporativo, un documento vivo que habrá de revisarse y actualizarse periódicamente, que contará con los procedimientos a seguir para la organización integral de los principales eventos que pone en marcha la empresa.

La celebración del 25 aniversario de **Goodyear** supone una fecha importante en la historia global de la organización, la cual establece su presencia en la región centroamericana a través de la coordinación regional que se realiza desde Guatemala. Por ello, esta ocasión marca un hito importante en la historia de **Goodyear Guatemala**, contando con la presencia, por primera vez, de altos ejecutivos de la corporación, quienes estarán reunidos no solamente para la actividad conmemorativa, sino para tener un acercamiento con clientes, proveedores, concesionarios y otros *stakeholders* vitales. De aquí que su presencia y la interacción en el *workshop* y el evento conmemorativo, transmite un mensaje claro en cuanto a la relevancia del mercado centroamericano y del Caribe para la compañía.

Tomando en cuenta lo anterior, durante la actividad conmemorativa se aplicará la normativa protocolaria propia de la compañía, aunque el carácter y tono del **Goodyear Speed Fest** sea más informal y lúdico que otros eventos que organiza la empresa. De aquí que durante el acto protocolario de aniversario, la prelación seguirá el ordenamiento vertical, según los rangos orgánicos que establece la empresa entre sus miembros. Asimismo, se tomarán en cuenta ciertos criterios que se encuentran establecidos en el manual de protocolo corporativo entre cargos similares, de la siguiente manera:

- Vicepresidentes: según la antigüedad de su nombramiento.
- Directores de área: se dará prioridad a los cargos que corresponden al país que preside el evento y los demás cargos se ordenarán alfabéticamente por la letra inicial del país al que representan.

En consideración a lo anterior, durante el acto, aunque no haya una mesa de presidencia, los únicos asientos que estarán protocolizados serán los que corresponden a la Línea 0, colocados en ordenación lineal, exclusiva para los directivos de la empresa (nacionales e internacionales). A continuación se muestra una imagen de este ordenamiento:

**Figura 53.** Ordenación de ejecutivos Goodyear, línea 0.

## LÍNEA CERO



**Fuente:** elaboración propia.

En cuanto a la **Fotografía de Familia**, la ordenación seguirá los siguientes lineamientos: por tratarse de 17 personas en el grupo, la presidencia es impar, siendo la Vicepresidente Senior y Directora de Comunicaciones quien ocupará la posición 1, por tener el cargo corporativo más alto. A su derecha, como número 2, se colocará Diego Grimoldi, Gerente General de Goodyear Centroamérica y el Caribe, anfitrión del evento; en el 3, el Vicepresidente Senior de Marketing y a partir de esta posición, los ejecutivos se ordenarán en alternancia, según el cargo que ocupen.

En los puestos correspondientes a los extremos, se hará una variación alternando las posiciones del Director de País Comercial y el Director de País Cadena de Suministro para que estos, por ser hombres, ocupen los lugares de los extremos, cediendo por cortesía el espacio a la directora de Talento Humano y la Gerente de Mercadeo de Repuestos.

Tomando esto en consideración, la ordenación de la Foto de Familia queda de la siguiente manera:

**Figura 54.** *Ordenación Foto de Familia Ejecutivos Goodyear.*

## FOTO DE FAMILIA EJECUTIVOS



1. Vicepresidente Senior y Directora Comunicaciones
2. Gerente General Centro América y el Caribe (anfitrión)
3. Vicepresidente Senior y Director de Marketing
4. Presidente América Latina
5. Director General México
6. Director Regional Financiero
7. Director Regional de Ventas
8. Director Regional de Marketing
9. Director Marketing Comercial El Salvador
10. Director Marketing Comercial Honduras
11. Director Marketing Comercial Nicaragua
12. Director Marketing Comercial Panamá
13. Directora Marketing Comercial Rep. Dominicana
14. Gerente de Mercadeo de Repuestos (Mujer)
15. Directora de Talento Humano
16. Director de País Comercial
17. Director de País Cadena de Suministro

**Fuente:** elaboración propia.

#### 5.4. Traslados

Parte del protocolo corporativo corresponde a la organización de transporte y traslados de los altos representantes de la empresa y, en este caso, los invitados a la celebración del 25 aniversario de **Goodyear Guatemala**. Para el traslado de los cinco más altos ejecutivos que se encontrarán reunidos en el país, la empresa contratará el servicio de piloto y alquiler de un carro Hyundai Grand Creta para 7 pasajeros, por una semana, que comprende el tiempo que estarán en el país por diversas actividades, incluyendo la celebración de aniversario.

El objetivo del alquiler es contar con traslados seguros y cómodos, aprovechando este tiempo para conversar sin preocuparse del tránsito, el cual es bastante pesado en casi todos los horarios en ciudad de Guatemala.

**Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** apoyará al departamento de Marketing a establecer los itinerarios necesarios, los cuales deberán comprender -en la medida de lo posible-, el recorrido más corto, de menor tráfico y con rutas alternas.

**Figura 55.** Alquiler de vehículo Hyundai Grand Creta para traslado de ejecutivos.



**Fuente:** Hyundai Guatemala  
<https://hyundaiguatemala.com/grandcreta.php>

Para la celebración del **Goodyear Speed Fest**, el principal traslado que se realizará con los invitados será en dos buses: una Coaster y un Pullman Bus, los cuales partirán el día del evento, del Hotel The Westin Camino Real hacia Loops Entertainment Family Center, ubicado a unos 12.8 km de distancia, aproximadamente 49 minutos con tráfico fluido.

Para llegar con un tiempo prudencial, tomando en consideración el flujo vehicular que suele haber los días viernes, se planificó junto con el proveedor de los buses tomar la ruta de carretera a Muxbal para unirse más adelante con la carretera a El Salvador, siendo esta la vía más directa para llegar al recinto (1 hora máximo). Por tratarse únicamente de dos buses para trasladar a los invitados y ser de carácter privado, no será necesario contar con escolta ni cualquier otro tipo de seguridad.

**Figura 56.** Recorrido de buses: Hotel The Westin Camino Real – Loops Entertainment Family Center.



Fuente: Google Maps.

**Figura 57.** Alquiler de Coaster y Pullman Bus para traslado de invitados.



Fuente: busesenjoy.com

## 6. Evaluación y Análisis

Al finalizar el evento, será necesario hacer una evaluación y análisis de todo el trabajo que se ejecutó para poder medir el cumplimiento de los objetivos y si se cumplió con el propósito de la actividad. En este caso propiamente, se debe recordar que el evento de aniversario de **Goodyear** es una actividad más de un plan integral de comunicación 360° que se implementó con motivo de la fecha, para reforzar el posicionamiento de la empresa a través de distintas actividades de comunicación que contribuyeran también, a incrementar su reputación.

**Mantra Comunicación y Relaciones Públicas** es la empresa encargada de implementar todas las acciones de comunicación, por lo que fue contratada bajo la modalidad de fee (pago mensual fijo por cinco meses de trabajo) para ejecutarlas, de acuerdo con la programación y calendarización de actividades del plan 360. Por lo tanto, al finalizar cada mes, la empresa se debe encargar de presentar a **Goodyear** un informe de actividades realizadas con su respectiva evaluación, así como del avance y estatus de las que se encuentran en proceso. Al finalizar el proyecto, además de hacer un informe global con los resultados y actividades realizadas, se deberá entregar en paralelo, un informe de evaluación y análisis propiamente del evento de aniversario **Goodyear Speed Fest**, el cual llevaba una logística y dinámica independiente del resto de actividades que formaban parte del plan 360°.

Por tanto, el reporte o informe final de evaluación es una herramienta indispensable para verificar que la inversión haya cumplido con sus objetivos, tanto de comunicación como de marketing para el posicionamiento y reputación de la marca. Asimismo, servirá para determinar que la ejecución del presupuesto haya sido eficiente y acorde a lo que se había presentado. Por lo general, este informe debe incluir lo siguiente:

- **Resumen ejecutivo:** una breve introducción del evento, los objetivos, metas y otros datos cuantificables de lo que se buscaba alcanzar.

- **Actividades realizadas:** una descripción de cada una de las actividades que se desarrollaron dentro del evento, con sus respectivas referencias gráficas, enlaces de video u otras evidencias que mostraran lo ejecutado.
- **Resultados:** esta parte es importante pues aquí se comprobará si la inversión realizada por **Goodyear** fue adecuada y si cumplió con las expectativas y objetivos de comunicación. Estos resultados deben ser medibles, por lo que se sugiere incluir:  
Cobertura mediática: informe de todas las publicaciones en medios tradicionales, digitales, el número de publicaciones y el costo de cada una de estas publicaciones o Ad Value (AV). Debe recordarse que previo al evento de aniversario, se realizó una conferencia de prensa presentando a los corredores de carros de velocidad guatemaltecos que serán embajadores de marca. Debido a que estas publicaciones se habrán obtenido vía Relaciones Públicas -en donde el periodista o influencer es quien habla a favor de la marca-, el valor de la nota se incrementa por la credibilidad que éste tiene ante el público. En Guatemala por ejemplo, se multiplica el AV (ad value o costo neto de la publicación) por 2.5, lo que da un valor de Relaciones Públicas o PR Value. El total de esto es una muestra de lo que Goodyear hubiera tenido que pagar por su cuenta si hubiera tenido que pagar por estas notas, a través de publicidad. Retorno de inversión (Return of Investment -ROI- por sus siglas en inglés) se mide restando el monto invertido en el fee mensual realizado a la agencia menos el total del PR Value, lo que genera el porcentaje (positivo o negativo) del ROI.
- Otra forma de medir los resultados es a través del clipping de medios es decir, las evidencias gráficas, videos, enlaces o notas radiales de la cobertura obtenida; informe de redes sociales: consiste en el análisis de métricas y comparación de resultados antes de las actividades de comunicación implementadas y en las fechas en que se realizaron las mismas: número de seguidores, interacciones, reacciones, comentarios, si subieron fotografías, etc. Este informe será muy valioso para evaluar el **Goodyear Speed Fest**, en el que se medirán las publicaciones de los colaboradores y asistentes invitados, a través del hashtag propio de la actividad que deberá utilizarse como instrumento de medición y análisis.

Adicionalmente, el informe debe tener el **reporte económico**, es decir, el detalle del presupuesto final junto con el presupuesto presentado originalmente para poder hacer un análisis comparativo. Este reporte de presupuesto deberá incluir cuadros en Excel que contentan las partidas presupuestarias de gastos realizados. Algunas de dichas partidas corresponderán a gastos fijos, mientras que otras serán variables, ya que dependerán de las cantidades empleadas.

Durante los meses de ejecución del proyecto será importante contar con el historial del presupuesto ya que por lo general, este presenta una variación entre el proyectado y el que se presenta al final del evento. En este reporte económico se recomienda también incluir gráficas sobre la distribución (numérica o en porcentajes) del porcentaje económico de cada uno de los rubros que lo conforman para analizar qué partidas fueron las más onerosas y si tienen fundamento.

En cuanto al análisis del evento de aniversario y las actividades realizadas, se sugiere incluir en el Informe final, un **cuadro FODA** que permita evaluar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del evento, y con base a todo lo anterior, emitir un **dictamen final**, el cual deberá indicar aspectos positivos, negativos, aspectos de mejora y, sobre todo, si la inversión del evento cumplió con los objetivos para elevar el posicionamiento y reputación de la marca.

Por último, se debe agregar un **análisis de calidad** de los proveedores para lo cual, se puede realizar una lista de cotejo en la que se valore con íconos gráficos o una escala de valoración numérica, la satisfacción de distintos aspectos relacionados a sus servicios como pueden ser la calidad, puntualidad, costo-beneficio, etc. Con este instrumento se podrá analizar y medir el nivel de satisfacción en cuanto a Diseños, escenografías, montaje, personal de apoyo, azafatos o edecades, equipo audiovisual, decoración, catering, transporte, grafismos, por mencionar algunos de los servicios que formaron parte integral del **Goodyear Speed Fest**.

## 7. Otros Documentos

En este apartado, deberá incluirse toda la documentación complementaria que servirá de respaldo para la ejecución de actividades que se realicen durante los cinco meses de trabajo, incluyendo el contrato de trabajo con **Goodyear Guatemala**. Además, en este apartado se podrán adjuntar otros documentos importantes como los siguientes:

- ✓ Acuerdos de trabajo (con proveedores o empresas subcontratadas)
- ✓ Cartas de compromiso
- ✓ Permisos
- ✓ Normativas
- ✓ Contratos
- ✓ Planos
- ✓ Seguros
- ✓ Libro de rutas
- ✓ Planes de seguridad (si hubiera)
- ✓ Documentación confidencial
- ✓ Documentación administrativa
- ✓ Otros

## 8. CONCLUSIONES

La organización de un evento es una táctica recurrente en el mundo empresarial para relacionarse con su entorno, con el fin de profundizar y consolidar las relaciones existentes con sus distintos públicos. Las compañías visionarias, que han sabido consolidarse con el transcurrir de los años son aquellas que tienen objetivos claros, marcan tendencias y tienen una ruta bien definida del rumbo hacia donde quieren llevar la organización.

Un evento de manera aislada puede significar una pérdida de tiempo y recursos para una empresa, además de ser contraproducente para sus objetivos de negocio. Para que sea efectivo y logre el impacto deseado, todo evento debe formar parte de un todo estratégico que contribuya a coadyuvar los propósitos para los cuales ha sido planteado y cumpla su cometido de transmitir un mensaje concreto a públicos específicos, genere impacto y sea memorable en las personas, como resultado de las experiencias creadas.

Con este trabajo se demuestra que en el mundo empresarial, más allá de las acciones relativas a la operación *per se* de las empresas, para que estas puedan trascender y consolidar la reputación de su marca, deben contar con un plan de comunicación estratégica que les permita dar a conocer las buenas prácticas corporativas a sus *stakeholders*, desde sus mismos colaboradores, proveedores, clientes, distribuidores, consumidores finales y aún más, las comunidades y sociedad en general.

A través de las Relaciones Públicas como eje integrador de las distintas áreas de comunicación, se mostró un plan estratégico de comunicación que culmina con un evento especial y memorable: la celebración del **25 aniversario de Goodyear en Guatemala** y que contempla, además, un abanico de actividades 360° que se relacionan entre sí con las distintas áreas de comunicación y generan -desde distintos ángulos- un *word of mouth* positivo, logrando que terceras personas (clientes, distribuidores, empleados, etc.) hablen bien de la marca y así, elevar el impacto de la comunicación en la percepción del público, de manera estratégica.

Organizar un evento no es tarea fácil y requiere de mucho cuidado y atención a los detalles para que cumpla con su cometido. Existen diferentes tipos de eventos y de acuerdo con estos, distintas clasificaciones que deben tomarse en cuenta como punto de partida para el diseño del mismo.

Una vez definido el tipo de evento (en este caso de tipo empresarial), el objetivo y el público al cual se dirige, se necesitaba un *brief* con la información y requerimientos necesarios por parte de **Goodyear Guatemala**, la empresa anfitriona. A continuación, se creó un concepto alrededor del cual giraría la actividad para darle un sentido especial que estableciera una relación directa entre el hecho concreto (el aniversario) con la emocionalidad de los invitados, representado en el *claim* “25 años en la pista del éxito”. Esta conexión tiene su base en el marketing relacional y de experiencias que hace que el evento genere una percepción positiva, sea memorable y, por ende, eleve la reputación de la marca para cumplir con su objetivo de posicionamiento.

Es importante hacer notar que durante todo el proceso de organización del evento de aniversario, se debe tener comunicación directa con el cliente para ir revisando todos los detalles y contar con las respectivas aprobaciones. Para este caso, la organización del evento fue designada a la empresa **Mantra Comunicación y Relaciones Públicas**, la cual ha trabajado de manera consecutiva para **Goodyear Guatemala** en distintas actividades. En la fase de planificación y diseño del evento se definió todo lo relacionado con el lugar, fecha, horario, cantidad de invitados e invitaciones, decoración y aspectos técnicos de montaje (equipo, luces, video, fotografía, sonido, escenografía) así como el programa y las actividades que dieron la estructura del acto.

En cuanto a la coordinación logística del desarrollo del evento, se elaboró a detalle el programa y cronograma, los cuales incluyen las intervenciones de los directivos y ejecución de actividades; la selección de proveedores, decoración, catering, ambientación, coordinación de transporte, acreditaciones, seguridad y otros aspectos complementarios. Por último, se hace la evaluación del evento en general y verificación de cumplimiento de kpi's definidos al iniciar la propuesta para determinar el éxito de este evento conmemorativo.

Sin importar el tipo de evento que se realice, sea oficial o no oficial; público o privado; social, empresarial o institucional; con un grupo pequeño, grande o megaevento, la función del organizador es clave para ejecutar de manera coordinada cada fase, poner en práctica el protocolo correspondiente y tener el control de lo que se puede y debe hacer en función de los objetivos. Su carácter y determinación serán vitales para la toma de decisiones y resolución de imprevistos, en especial cuando se trata de cuidar la reputación de una marca que trabaja con base en un cuidadoso y estructurado plan estratégico, como lo ha hecho **Goodyear** en el transcurso de más de 125 años de trayectoria a nivel mundial.

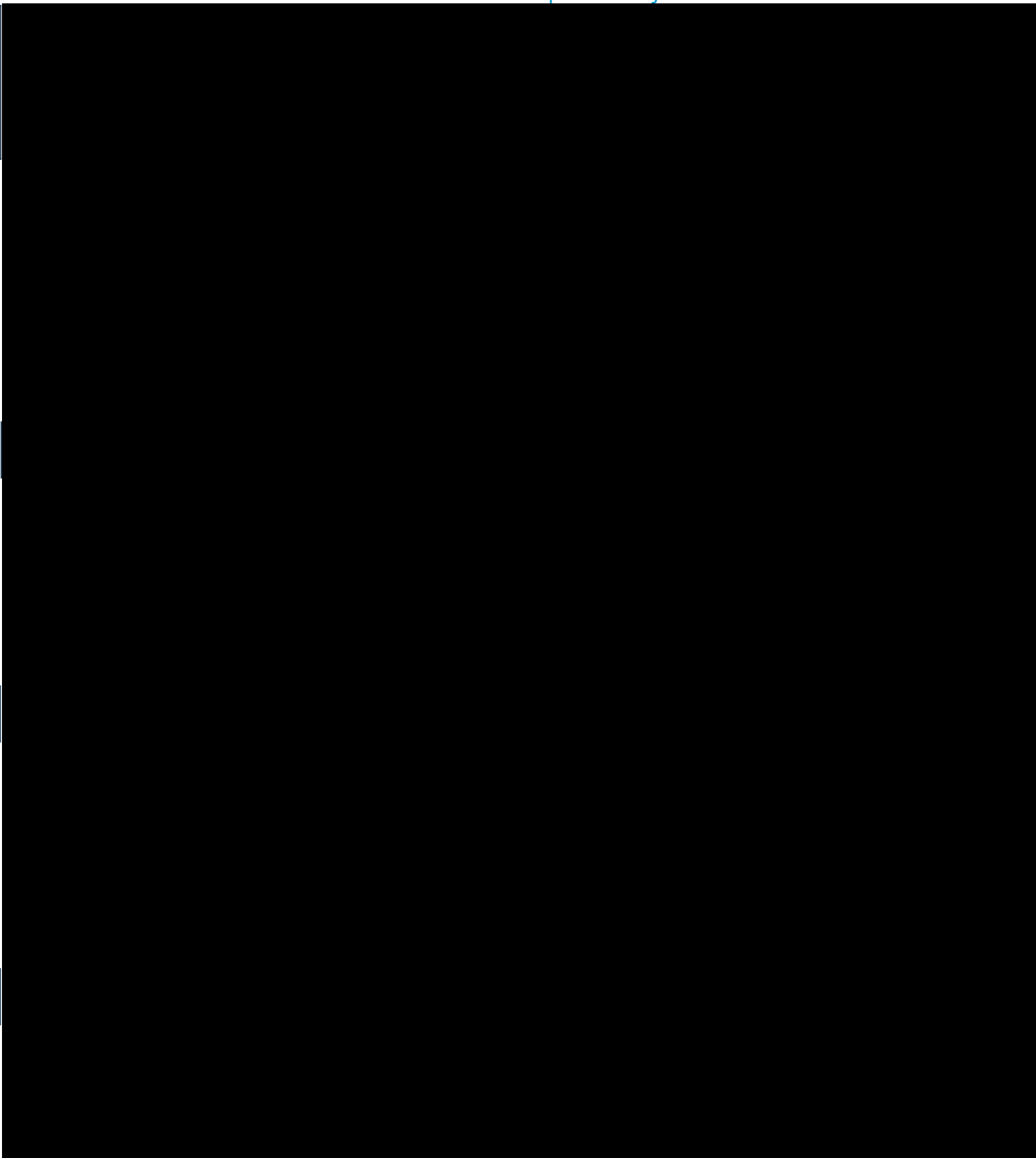
## Referencias bibliográficas

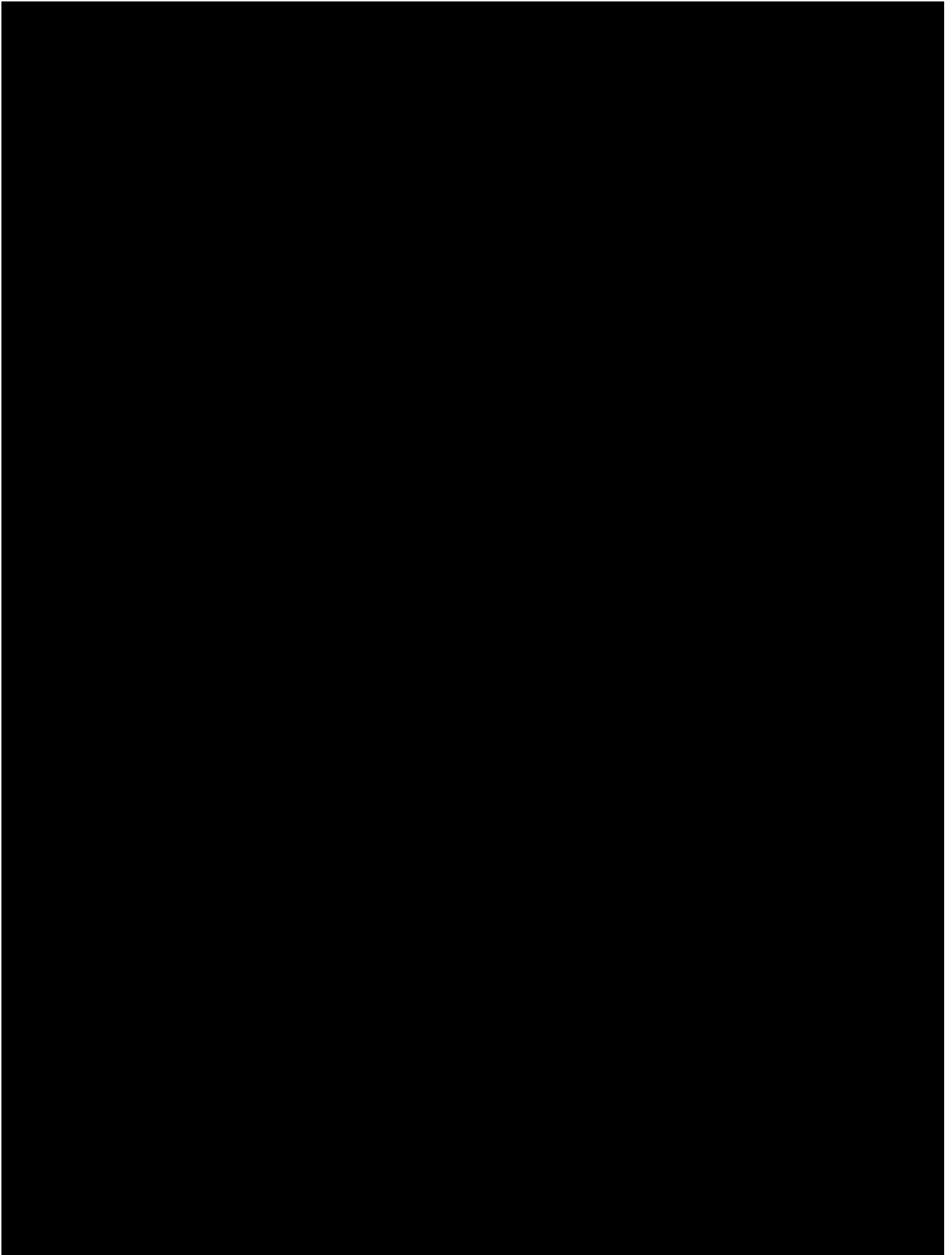
- Buró de Convenciones de Guatemala. [www.guatemalacvb.com](http://www.guatemalacvb.com)
- Carreras, E., Alloza, A., Carreras, A. (2013). “La evolución de la gestión de los intangibles en España”, Harvard Deusto Business Review, 2012, 35-38. *Reputación Corporativa*. LID Editorial Empresarial.
- Coll, P., Micó, J. (2018). *Marketing y comunicación en la nueva economía*. Editorial UOC.
- Correas Sánchez, G. (2009) Protocolo para empresas. La organización de eventos ante las nuevas necesidades en las entidades privadas. Ediciones Protocolo.
- Cuadrado, C., Rodríguez, R. (2014). *El ABC en la organización de eventos*. FC Editorial.
- Fleury Meirelles, G. (1999). *Tudo sobre eventos*, Editora STS.
- Gándara, N. (2019). “Informalidad y competencia desleal impulsan creación de gremial de Profesionales en Eventos”. *Prensa Libre*. <http://bit.ly/4ke6Tu0>
- García, M. (1999). *Relaciones Públicas*. Editorial Ágata.
- Gómez, C. *Aprovechar al máximo la comunicación 360 con el consumidor en la mira*. Pizzolante Voice. <https://bit.ly/4kbKJZI>
- Goodyear Corporate (sitio oficial). <https://bit.ly/43rZth6>
- Goodyear, Historia (línea de tiempo). <https://goodyearfootwear.com/es/historia/>
- Goodyear, Historia (sitio oficial). <https://bit.ly/3FpE3bs>
- Goodyear: Reconocimientos corporativos y laborales. <https://bit.ly/3H2ygZG>
- Goodyear nombrada nuevamente por Ethisphere como una de las empresas más éticas del mundo. (2025). <https://bit.ly/43bC5mG>
- Goodyear obtiene el reconocimiento de proveedor "Master" de DAF por cuarto año consecutivo. (2025). <https://bit.ly/435JRyE>
- Goodyear nombrado Mejor Fabricante del Año de Neumáticos de Verano por Auto Bild. (2025). <https://bit.ly/4k07sbd>
- Informe del mercado mundial de neumáticos <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-neumaticos>
- Loarca, H. (2023). “La nueva gremial que reúne a expertos en eventos”. *Soy502*. <https://bit.ly/43gcl97>

- Molinari, S. (2012). *La organización de eventos corporativos e institucionales. Las claves de una organización profesional exitosa*. Temas Grupo Editorial. 1ª. edición. Argentina.
- Moreno, E. (2024) *¿Qué es la comunicación estratégica? Beneficios y etapas*. <https://bit.ly/3Fcrxfb>
- Norma argentina IRAM SECTUR 42900 (2009). *Organización de eventos. Sistema de gestión de la calidad en la prestación del servicio*. 1.ª Edición. <https://bit.ly/3YBFav5>
- Ortega, C. e Izaguirre M. (2010). *Los eventos: funciones y tendencias*. Documentos de Estudios de Ocio # 39. Publicaciones Deusto. <https://bit.ly/4373oi8>
- *The World's Most Reputable Companies 2025*. Global RepTrak. <https://bit.ly/43m5CeR>
- Tironi, E., Cavallo, A. (2011). *Comunicación Estratégica. Vivir en un mundo de señales*. Aguilar Chilena de Ediciones, S.A.
- Torrents Fernández, R. (2019). *Eventos de Empresa. El poder de la comunicación en vivo*. <https://bit.ly/3GRzwiw>
- Utrera, A. (2024) “Eventos, savia para Guatemala”. *República GT*. <https://bit.ly/44xCN0b>
- Véliz, F. (2017). *Comunicar: Construyendo diálogos estratégicos en 360 grados para organizaciones del nuevo siglo*. Editorial Gedisa.
- Wilcox, D., Cameron, G., Xifra, J. (2006). *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*. Pearson Educación, S.A. 8.ª edición. España.

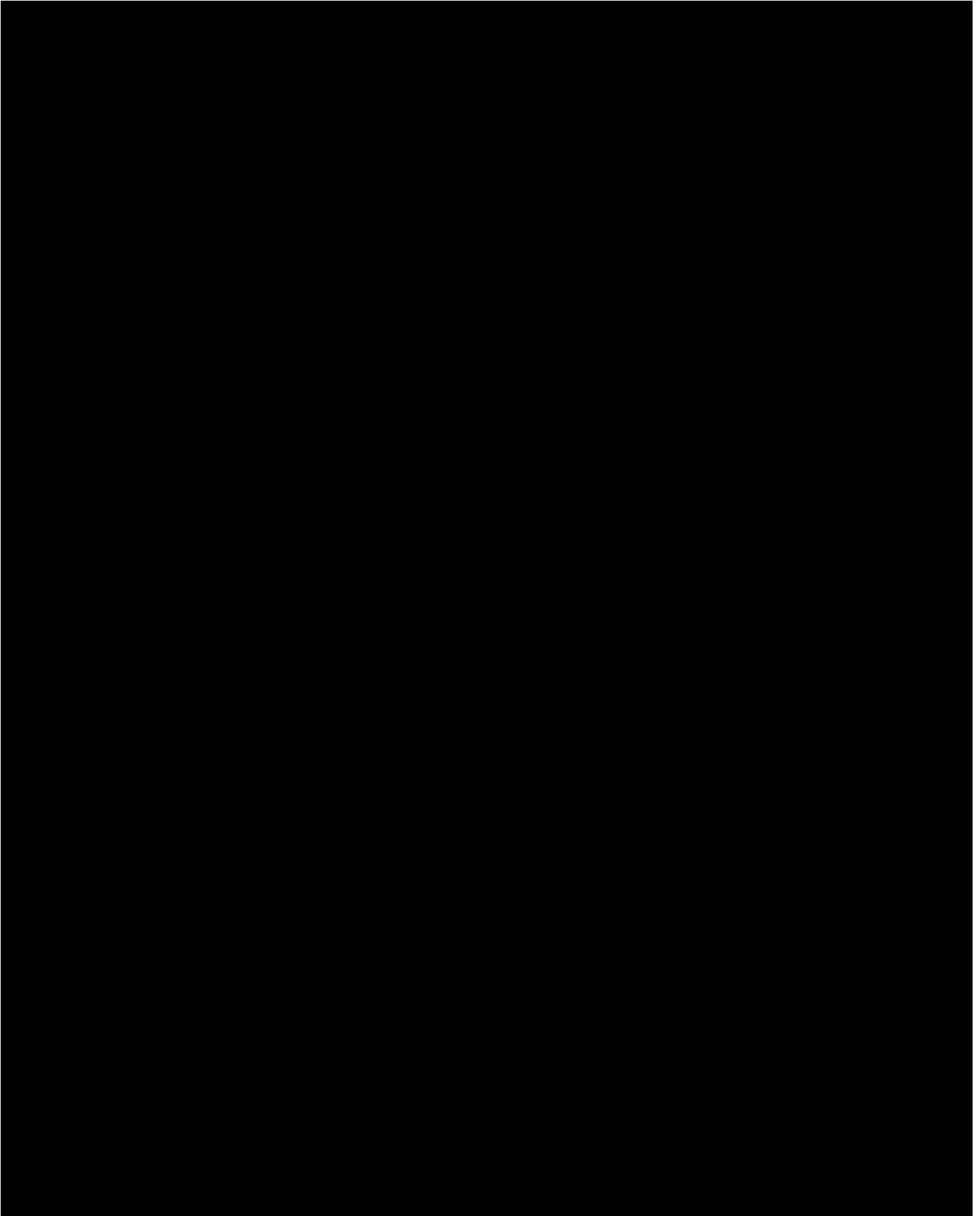
## Anexos

### Anexo A. Formulario de Datos para Viajero

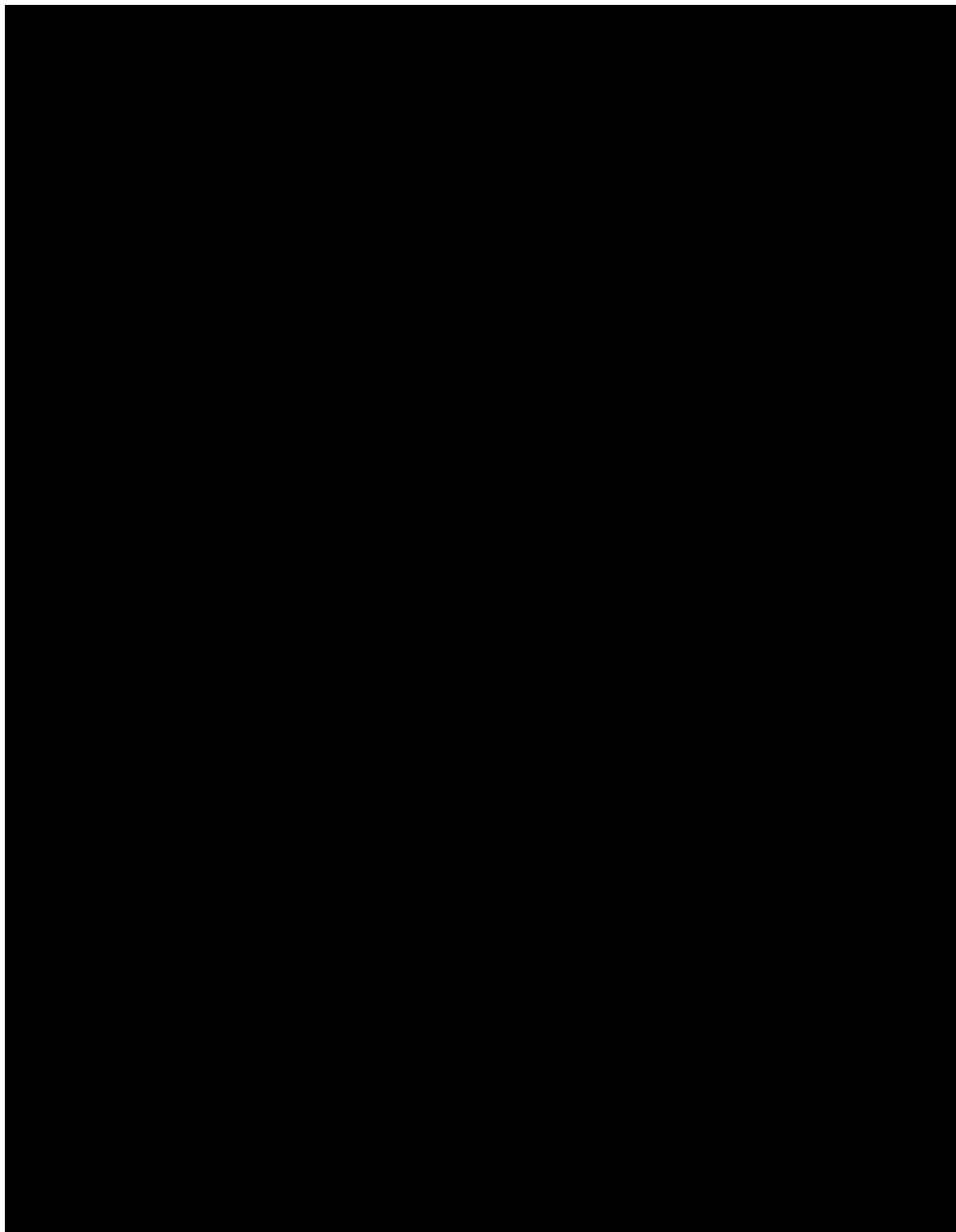


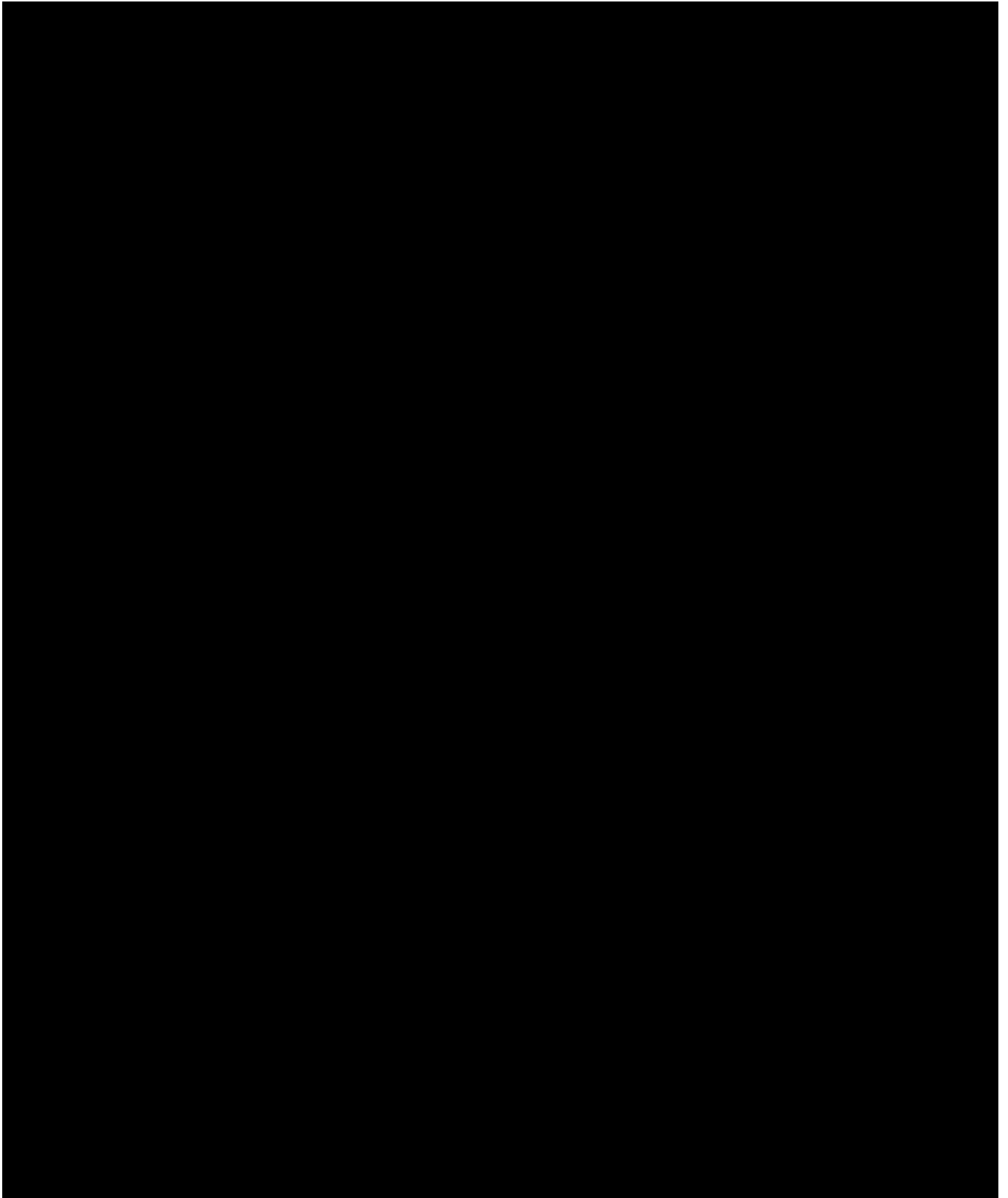


## Anexo B. Carta de Invitación



## Anexo C. Carta Detalles de Viaje





## 6. Agenda General de Actividades

