



INSTITUTO TECNOLÓGICO
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA CREAR CONCIENCIA EN LA GENTE ACERCA DEL ABANDONO DE LOS ANIMALES EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA RURAL DE CALDERÓN.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Chávez Tarapuez Ricardo Marcelo

Tutor: Msc. Pablo Trujillo

Quito, Abril 2014



Declaración de autoría del estudiante

Declaro que soy el único autor de este proyecto, además de indicar que toda la información que contiene es veraz y confiable de la campaña publicitaria 360, autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera para que hagan el uso que estimen pertinente de esta campaña.

.....

Ricardo Marcelo Chávez Tarapuez

1719985333

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante CHÁVEZ TARAPUEZ RICARDO MARCELO, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en diseño gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte en la Parroquia Rural Calderón", el cual incluye la creación y desarrollo de una campaña publicitaria 360, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la campaña publicitaria 360, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales de la campaña publicitaria 360 descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (beneficios, eje de campaña, artes, publicidad, etc.). El Cesionario podrá explotar la campaña publicitaria 360 por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de la campaña publicitaria 360 por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler de la campaña publicitaria 360; d) Cualquier transformación o modificación de la campaña publicitaria 360; e) La protección y registro en el IEPI de la campaña publicitaria 360 a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica de la campaña publicitaria 360; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización de la campaña publicitaria 360 que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la campaña publicitaria 360 a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

QUINTA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los quince días del mes de Marzo del dos mil catorce.

f) _____
C.C. N°
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento más sincero a Dios por darme cada día la oportunidad de vivir y así poder superarme en todo ámbito, a mis padres por apoyarme sinceramente y crear un hombre responsable y honesto, a mi tutor el Msc. Pablo Trujillo por impartir sus conocimientos conmigo y ayudarme en la culminación de mi proyecto, y como no agradecer al Instituto Tecnológico Superior Cordillera a sus docentes y a todos los que conforman la carrera de Diseño Gráfico ya que sin ellos no hubiera podido culminar este proyecto de grado.



DEDICATORIA

El presente proyecto de tesis va dedicado a Dios, a mis padres y a mi hija.
A Dios por darme sabiduría y salud para poder ejercer el proyecto sin ningún contratiempo.

A mis padres por ser el apoyarme y saber aconsejarme todos los días.
A mi hija porque ella es el fruto de mi felicidad, alegría y esfuerzo constante.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Índice general

• Portada	
• Caratula	
• Declaración de Aprobación Tutor y Lector	
• Declaración de Autoría del Estudiante	
• Declaración de Sesión de Derechos a la Institución	ii
• Agradecimiento	iii
• Dedicatoria	iv
• Índice General	v
• Índice de Tablas	vii
• Índice de Figuras	viii
• Resumen Ejecutivo	ix
• Abstract	x
• Introducción	xi
Capítulo I: Antecedentes	1
1.01 Contexto	1
1.01.01 Planteamiento del Problema	1
1.02 Justificación	1
1.03 Definición del problema central (Matriz T)	2
Capítulo II: Análisis de Involucrados	3
2.01 Mapeo de Involucrados	3
2.02 Matriz de análisis y selección de involucrados	4

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



Capítulo III: Problemas y objetivos	5
3.01 Árbol de problemas	5
3.02 Árbol de objetivos	6
Capítulo IV: Análisis de alternativas	7
4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	7
4.01.01 Tamaño del proyecto	7
4.01.02 Localización del proyecto	7
4.01.03 Análisis Ambiental	7
4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	8
4.03 Diagrama de estrategias	9
4.04 Revisión de los Criterios para los indicadores	10
4.05 Selección de Indicadores.....	13
4.06 Medios de Verificación.....	17
4.07 Supuestos	20
4.08 Matriz Marco Lógico (MML).....	22
Capítulo V: La propuesta	27
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.....	27
5.01.01 Que es una campaña publicitaria 360.....	27
5.01.01 Que es Publicidad.....	27
5.01.03 Análisis de la Situación	28
5.02 Descripción de la herramienta.....	28
5.03 Formulación del proceso de la Aplicación.....	28
5.04 Brief Publicitario	29
5.04.01 Misión.....	29
5.04.02 Visión	29



5.04.03 Grupo objetivo.....	29
5.05 Problemas Comunicacionales	30
5.06 Objetivos Comunicacionales	30
5.07 Estrategia Creativa	30
5.07.01 Beneficios Racionales	30
5.07.02 Beneficios Emocionales	31
5.07.03 Mensaje Básico.....	31
5.07.04 Tono.....	31
5.07.05 Estilo.....	31
5.07.06 Insight.....	31
5.07.07 Reason Why	31
5.07.08 Eje de Campaña.....	31
5.07.09 Slogan de Campaña	31
5.08 Diseño de piezas gráficas.....	32
5.08.01 Jingle Publicitario.....	32
5.08.02 BTL	33
5.08.03 Publicidad Móvil	34
5.08.04 Volantes.....	35
5.08.05 Redes Sociales.....	36
5.08.06 Mensajes de texto	37
5.09 AIDA.....	37
5.09.01 Atención	37
5.09.02 Interés	37
5.09.03 Deseo.....	37
5.09.04 Acción	37



5.10 Plan de Medios.....	38
5.10.01 Medios Principales	38
5.10.02 Medios Secundarios	39
5.10.03 Medios Auxiliares	39
5.10.04 Flow Chart.....	39
Capítulo VI: Aspectos Administrativos	41
6.01 Recursos	41
6.01.01 Técnicos - Tecnológicos.....	41
6.01.02 Humano	41
6.01.03 Económico.....	42
6.02 Presupuesto	42
6.02.01 Gastos operativos	42
6.02.02 Aplicación del proyecto.....	43
6.03 Cronograma.....	44
Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones.....	45
7.01 Conclusiones	45
7.02 Recomendaciones.....	46
Referencias Bibliográficas	47
Anexos	48

Índice de Tablas

Tabla 1 Análisis de fuerza.....	2
Tabla 2 Análisis y selección de involucrados	4
Tabla 3 Análisis de impacto de los objetivos.....	8
Tabla 4 Criterios de los indicadores.....	10
Tabla 5 Selección de indicadores.....	13
Tabla 6 Medios de verificación.....	17
Tabla 7 Supuestos	20
Tabla 8 Matriz de marco lógico	22
Tabla 9 Guión Técnico.....	32
Tabla 10 Pautaje en Radio América Estéreo	38
Tabla 11 Gastos Operativos.....	38
Tabla 12 Pautaje Roll Up.....	38
Tabla 13 Presupuesto Campaña	39
Tabla 14 Materiales Utilizado.....	41
Tabla 15 Gastos Operativos	42
Tabla 16 Aplicación de Proyecto.....	43
Tabla 17 Cronograma de Actividades.....	44

Índice de Figuras

Figura 1 Análisis de involucrados.....	3
Figura 2 Árbol de problemas	5
Figura 3 Árbol de Objetivos	6
Figura 4 Identificación de Acciones	7
Figura 5 Diagrama de estrategias.....	9
Figura 6 Mapa de Contenidos	33
Figura 7 Publicidad Móvil – Arte 1	34
Figura 8 Publicidad Móvil – Arte 2	34
Figura 9 Volante – Arte 1	35
Figura 10 Volante – Arte 2	35
Figura 11 Facebook.....	36
Figura 12 Twitter	36
Figura 13 Mensaje de Texto	37

Resumen ejecutivo

El objetivo principal de este proyecto de grado es la propuesta de una campaña publicitaria 360 para concientizar a las personas del sector norte de Quito de la Parroquia Rural de Calderón acerca del abandono de los animales especialmente perros y gatos, para así disminuir el abandono de los animales en las calles ya que estos son seres vivos y merecen respeto, por ende debemos conocer los derechos de los animales. Cabe mencionar que los derechos de los animales son claros y precisos al hablar de estos.

Para poder realizar este proyecto, debemos tener una base teórica y técnica acerca de las campañas publicitarias 360, la cual hemos adquirido en estos años de estudio y la cual esta especificada en el área de diseño gráfico.

La campaña publicitaria 360 fue diseñada con fines de concientizar a todas las personas del sector de Calderón ya sean hombres, mujeres, niños, ancianos, para así poder disminuir el abandono de los animales en las calles, y tener una mejor sociedad con respeto a la vida. Para esta campaña se ha decidido usar el método de marco lógico el que lo estudiado íntegramente para realizar el proyecto sin ningún contratiempo y a los tiempos específicos que se nos ha designado, dando como lugar un proyecto bien realizado y entendible para las personas.

Con este proyecto se reducirá el abandono de los animales en las calles y hemos podido observar que las personas son más respetuosas a la vida y cuidan en sus hogares de ellos, y a su vez ver unas calles más limpias y sin fundas de basura rotas en las veredas. Se lograra concientizar a más personas del sector norte de Quito de la parroquia Rural de Calderón a no abandonar a sus animales y a cuidarlos generando eso diariamente y traspasándolo a sus generaciones que vienen detrás de ellos.

Abstract

The main objective of this project of degree is the proposal of an advertising campaign 360 to raise awareness to the people of the northern sector of Quito in the rural parish of Calderon about the abandonment of animals especially dogs and cats, so as to decrease the abandonment of the animals in the streets because they are living beings and deserve respect, therefore we need to know the rights of animals. It is worth mentioning that the rights of animals are clear and precise when we speak of these.

In order to perform this project, we must have a theoretical and technical basis about advertising campaigns 360, which we have acquired in these years of study, which is specified in the area of graphic design.

360 ad campaign was designed with purposes to educate everyone in the sector of Calderon whether men, women, children, the elderly, and to reduce the abandonment of animals in the streets, and have a better society with respect for life.

For this campaign, it was decided to use the logical framework method which studied fully to carry out the project without any setback and to the specific times we designated, resulting in place a project well done and understandable for people.

This project will reduce the abandonment of animals in the streets and we could see that people are more respectful to life and care in their homes from them, and in turn see streets cleaner and without bags of trash, broken on the sidewalks.

You would educate more people in the sector North of Quito Calderon Rural parish not to abandon their animals and take care of them that daily generating and transferring it to their generations who come behind them.

Introducción

El abandono de los animales, especialmente perros y gatos, es un problema serio en la actualidad ya que mientras transcurre el tiempo se puede observar más animales en las calles que son abandonados por sus dueños. Este es un problema serio al cual le debemos prestar mucha atención ya que son seres vivos y deben ser respetados.

Por lo cual se ha realizado una Campaña Publicitaria 360 en la ciudad de Quito en la Parroquia Rural Calderón utilizando estrategias creativas para poder llegar a las personas y así crear conciencia acerca del abandono de los animales.

Los animales merecen respeto ya que son seres vivos, y todo ser vivo debe ser respetado, considerando que todo animal posee derechos y que el desconocimiento de dichos derechos conducen al hombre a cometer crímenes en contra de la vida, Necesitamos emplear un mensaje serio y preciso para cambiar el pensamiento de las personas del sector y cada vez tener más animales cuidados en sus hogares.

Capítulo I

Antecedentes

1.01 Contexto.

1.01.01 Planteamiento del Problema

En la ciudad de Quito en el sector norte en la Parroquia Rural de Calderón existe escasa información sobre el abandono de los animales debido a un desinterés total acerca de este tema ocasionando decisiones equivocadas en la sociedad.

Los animales son seres vivos a los cuales se los debe respetar y no abandonar o maltratar, ya que respetando la vida seremos una sociedad digna de existir y cuidaremos mejor.

1.02 Justificación

Esta campaña publicitaria servirá para reducir animales abandonados y también para dar información sobre los derechos que tienen los animales como seres vivos y así poder ser una sociedad más respetuosa con todos los seres vivos sin excluir a nadie por cualquier motivo. Así como lo dice un artículo de los derechos de los animales que citare a continuación:

Artículo No. 11

Todo acto que implique la muerte de un animal sin necesidad es un biocidio, es decir, un crimen contra la vida.

Derechos de los animales: Se conoce como derechos de los animales a las ideas postuladas por corrientes de pensamiento y a la subcorriente del movimiento de liberación animal que sostienen que la naturaleza animal, independientemente de la especie, es un sujeto de derecho, cuya novedad reside en que esta categoría sólo ha pertenecido a personas naturales y jurídicas, es decir, al ser humano, aunque históricamente se ha privado de derechos a algunos grupos de humanos.

Los humanos siempre han reconocido a ciertos animales una consideración especial (ej. domesticación), que varía mucho según el entorno cultural o el lugar, desde apoyar que se pueda utilizar a los animales según plazca o sirva al hombre, pasando por el trato ético o el bienestar animal, hasta considerar que los animales merecen derechos tradicionalmente reconocidos sólo en los humanos. (Ministerio de Educación de la nación, n.d, p.1)

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

1.03 Definición del problema Central (Matriz T).

Tabla 1

Análisis de fuerzas T

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Poca conciencia de la sociedad sobre el abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	Elaboración de estrategias publicitarias sobre el abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón				Animales no abandonados y cuidados en sus hogares gracias a la campaña publicitaria en contra del abandono
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
La información entregada llegó a la mayoría de habitantes del sector de Calderón	2	4	3	1	La información entregada no fue positiva para los habitantes del sector de Calderón
Material publicitario bien diseñado y bien ejecutado con la información	1	4	5	2	Material publicitario bien diseñado y bien ejecutado con la información
Más aceptación en la sociedad sobre el tema de la campaña	2	4	4	3	Más aceptación en la sociedad sobre el tema de la campaña
Conocer más sobre los derechos de los animales	2	4	5	2	No conocer sobre los derechos de los animales
Objetivos cumplidos y bien realizados	4	3	4	2	Objetivos no cumplidos
Campaña bien realizada y compartida con la sociedad	4	3	5	4	Campaña no sirve para compartir con la sociedad
Campaña compartida con asociaciones que tengan amplio espacio de comunicación	1	5	4	1	No compartir la campaña con asociaciones que se dediquen al cuidado de los animales

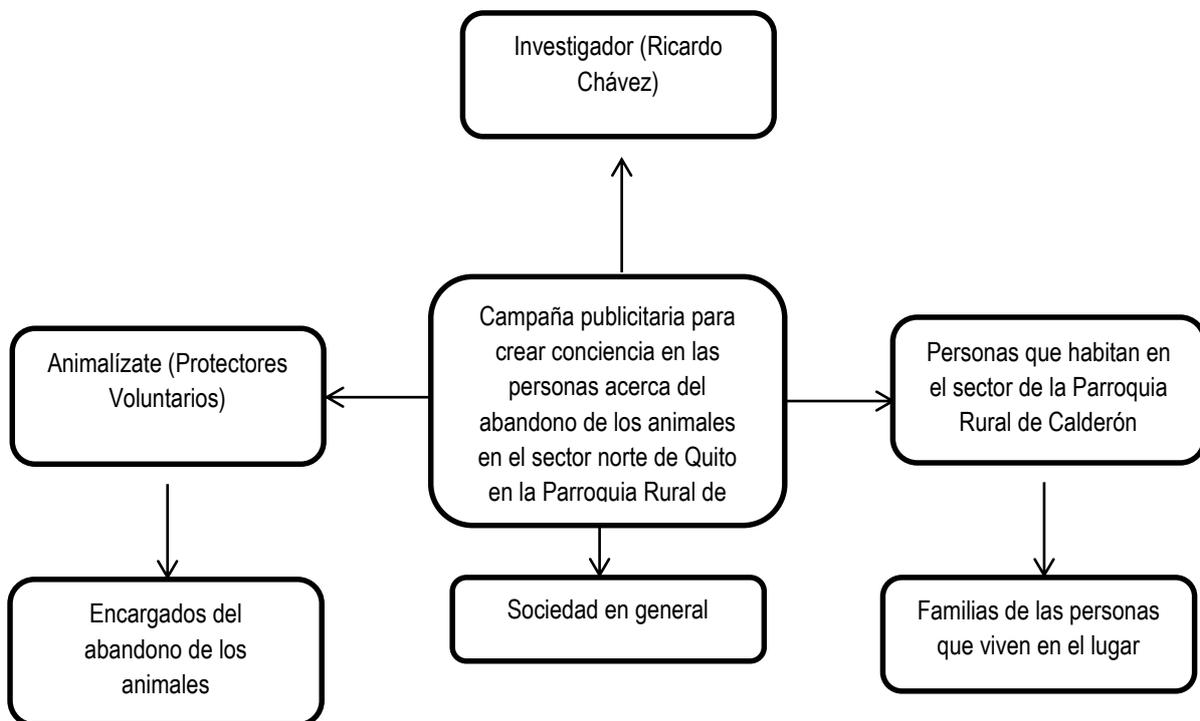
Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Capítulo II

Análisis de Involucrados

2.01. Mapeo de los Involucrados.

Figura 1



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados.

Tabla 2

Análisis y selección de involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador (Ricardo Chávez)	Crear Campaña Publicitaria de concientización sobre el abandono de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Dificultad en la atención a la campaña publicitaria	Capacidad de publicar la campaña publicitaria	Facilitar el mensaje positivo sobre la campaña publicitaria	Sin interés sobre la campaña publicitaria
Animalízate (Protectores Voluntarios)	Mejorar su forma de comunicación y tener más conocimientos sobre el abandono de los animales	Los contenidos que queremos comunicar sean irrelevantes	Recursos interminables para la comunicación sobre el abandono de los animales	Aprender a comunicar de mejor manera sobre el abandono de los animales	Personal Administrativo o no pueda comunicar de mejor manera sobre el abandono de los animales
Encargados sobre el abandono de los animales	Mejorar la forma en que comunican sobre el abandono de los animales	Dificultad comunicar sobre el abandono de los animales	La participación y cooperación con la sociedad sobre el abandono de los animales	Contar con una campaña que ayude al no abandono de los animales	Sociedad no apoya a la comunicación sobre el abandono de los animales
Sociedad en general	La sociedad no está interesada en los animales	Dificultad de atención a los mensajes positivos	Capacidad de influir en la sociedad acerca del abandono de los animales	Facilitar la información acerca del abandono de los animales	La sociedad no tiene mucha conciencia en el abandono de los animales
Personas que habitan en el sector de la Parroquia Rural de Calderón	Mejorar la información acerca del abandono de los animales	Alto desinterés acerca del abandono de los animales	Capacidad de influir un mensaje positivo en las personas del sector	Mejorar piezas publicitarias para la atención de las personas	Personas del sector ni interesadas en el cuidado de sus animales
Familias de las personas que viven en el lugar	Que los familiares de las personas que viven en el lugar no sepan sobre el abandono de los animales	Información irrelevante para los familiares acerca del abandono de los animales	Capacidad de influir mensajes positivos para los familiares	Mejorar la comunicación para los familiares acerca del abandono de los animales	Familiares no interesados acerca del abandono de los animales

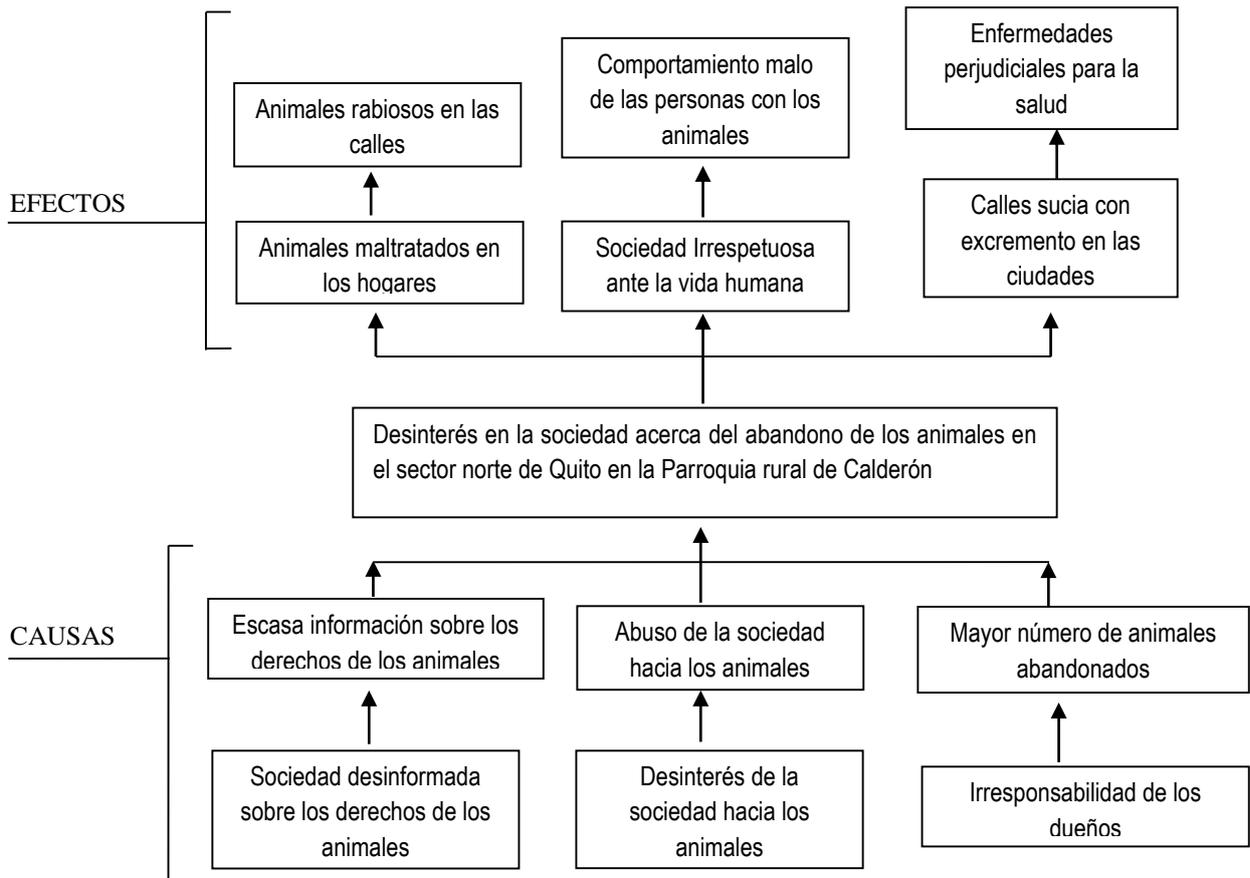
Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Capítulo III

Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas

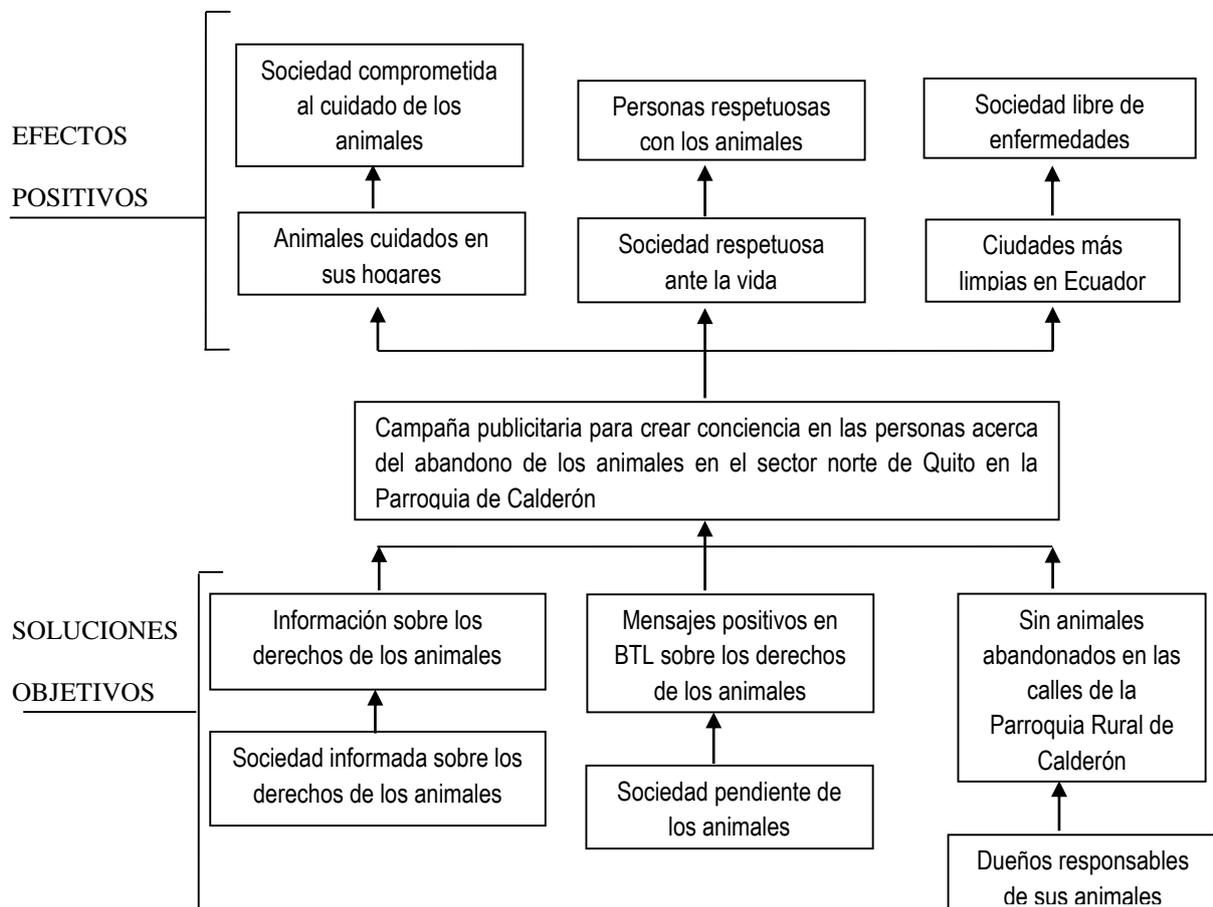
Figura 2



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

3.02 Árbol de Objetivos

Figura 3



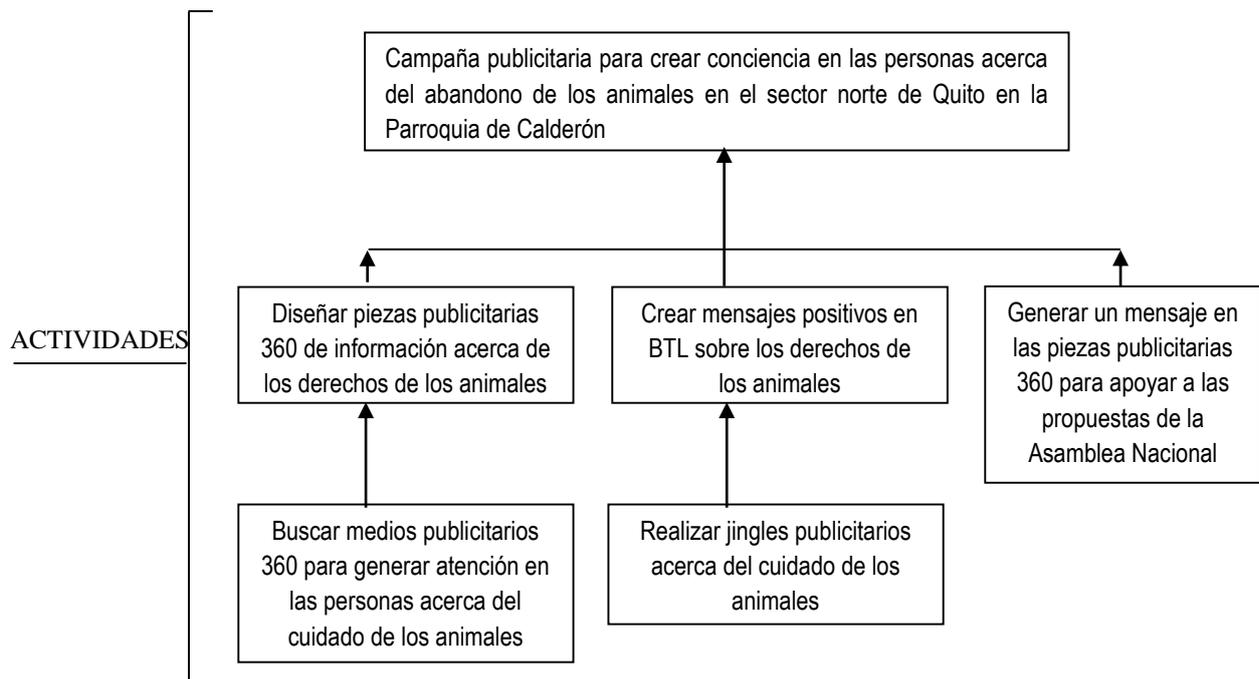
Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Capítulo IV

Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones

Figura 4



4.01.01 Tamaño del Proyecto

Nuestro proyecto se basa en la ejecución de una campaña publicitaria 360 para abarcar toda la Parroquia Rural de Calderón ya que se ha visto muchos animales abandonados, especialmente perros y gatos.

4.01.02 Localización del proyecto

Este proyecto da como lugar la ciudad de Quito en la Parroquia Rural Calderón, para poder expandirse por todo el norte, centro y sur de Quito.

4.01.03 Análisis Ambiental

En el aspecto negativo decimos que toda campaña publicitaria contamina el medio ambiente, pero como aspecto positivo podemos implementar una estrategia, la cual consistiría en utilizar materiales reciclables para la realización de las piezas publicitarias.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 3

Análisis de impacto de los objetivos

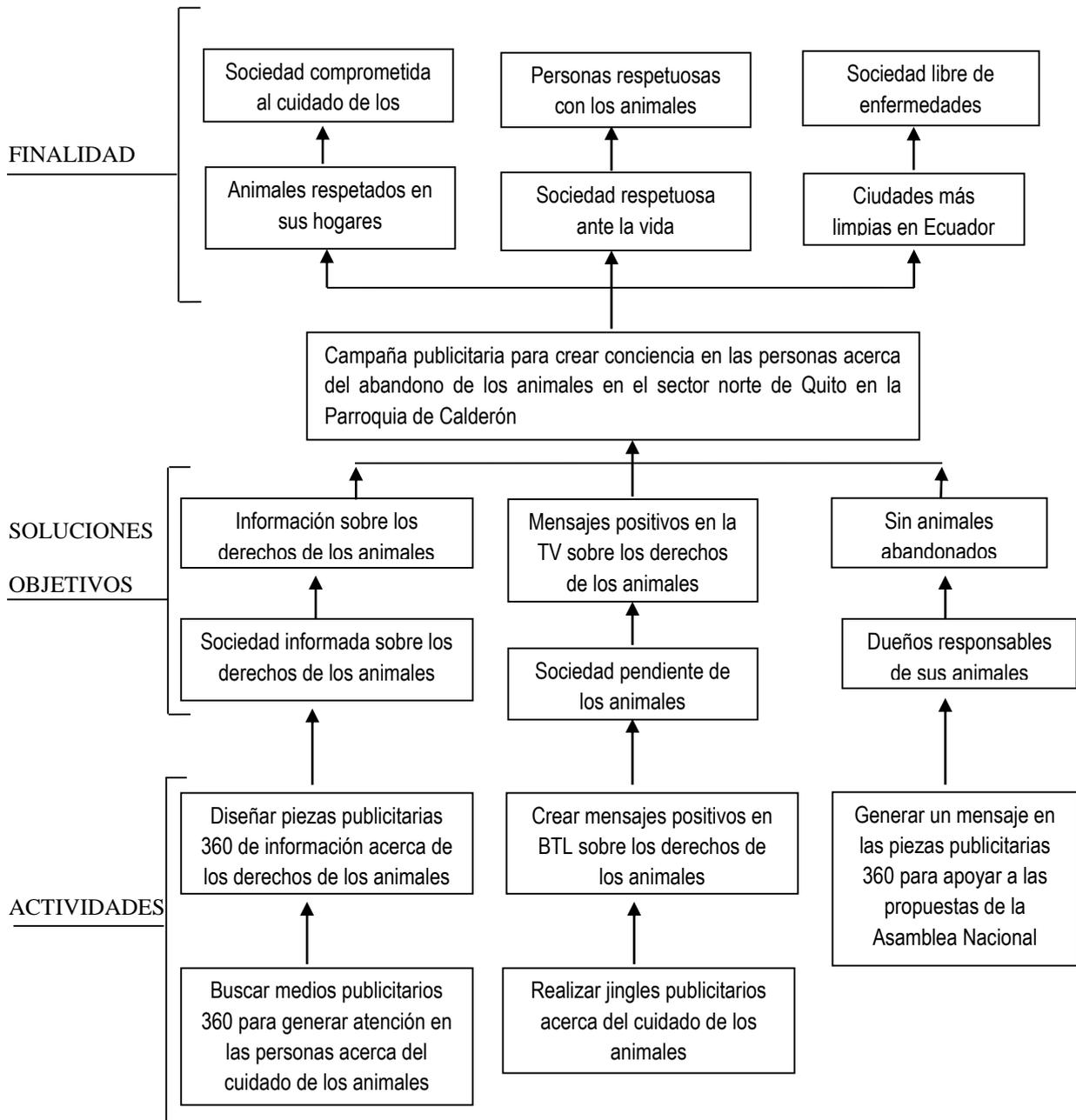
Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Diseñar piezas publicitarias 360 de información acerca de los derechos de los animales	4	4	4	3	3	18	Alto
Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales	4	4	3	4	3	18	Alto
Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360 para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional	4	4	3	4	3	18	Alto
Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales	4	4	3	4	2	17	Medio Alto
Realizar jingles publicitarios acerca del cuidado de los animales	4	4	2	4	2	16	Medio Alto

1 – 10: Bajo 10 – 13: Medio Bajo 14 – 17: Medio Alto 18 – 20: Alto

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

4.03 Diagrama de Estrategias

Figura 5



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

4.04 Revisión de los Criterios para los indicadores

Tabla 4 *Criterios de los indicadores*

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	Sociedad comprometida al cuidado de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad comprometida al cuidado animal específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	80 personas	Cuidado Animal	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
FIN	Animales respetados en sus hogares en la Parroquia Rural de Calderón	20% de los animales específicamente a perros y gatos son respetados en sus hogares durante y después de la campaña	40 personas	Animales respetados	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
FIN	Personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos en la Parroquia Rural de Calderón	50% de las personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	100 personas	Personas respetuosas	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
FIN	Sociedad respetuosa ante la vida en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad respeta la vida durante y después de la campaña	80 personas	Sociedad respeta la vida	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
FIN	Sociedad libre de enfermedades en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad libre de enfermedades durante y después de la campaña	80 personas	Libre de enfermedades	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
FIN	Ciudades más limpias en	30% de las ciudades	60 personas	Ciudades limpias	1 año	Ecuador	Público General

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

	Ecuador	limpias durante y después de la campaña					
PROPOSITO	Inconciencia en la sociedad acerca del abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia rural de Calderón	1 Campaña publicitaria para crear conciencia en las personas acerca del abandono de los animales específicamente a perros y gatos	1	Conciencia en las personas	1 año	Parroquia Rural de Calderón	Público General
COMPONENTES	Información sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la información sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	80 personas	Derechos de los animales	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
COMPONENTES	Sociedad informada sobre los derechos de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad informada sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	60 personas	Sociedad informada	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
COMPONENTES	Mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	2	Mensajes positivos	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
COMPONENTES	Sociedad pendiente de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad pendiente de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	60 personas	Pendientes de los animales	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
COMPONENTES	Sin animales abandonados en la Parroquia Rural de Calderón	20% sin animales abandonados durante y después de la	40 personas	Sin animales abandonados	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

		campana					
COMPONENTES	Dueños responsables de sus animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de los dueños de los animales son responsables de ellos durante y después de la campana	80 personas	Dueños responsables	1 mes	Parroquia Rural de Calderón	Público General
ACTIVIDADES	Diseñar piezas publicitarias 360 de información acerca de los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	3 piezas graficas sobre la información de los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campana	3	Derechos de los animales	2 meses	Parroquia Rural de Calderón	Público General
ACTIVIDADES	Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 medios tradicionales para generar el cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campana	2	Cuidado de los animales	2 meses	Parroquia Rural de Calderón	Público General
ACTIVIDADES	Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 mensaje positivo en BTL durante y después de la campana	1	Mensajes positivos	2 meses	Parroquia Rural de Calderón	Público General
ACTIVIDADES	Realizar jingles publicitarios acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 jingle publicitario acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campana	1	Cuidado de los animales	3 meses	Parroquia Rural de Calderón	Público General
ACTIVIDADES	Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360 para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional en el país de Ecuador	3 mensajes en las piezas publicitarias para apoyar a la asamblea nacional acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de	3	Apoyar a la Asamblea Nacional acerca del cuidado de los animales	2 meses	Ecuador	Público General

Realizar una campana publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

		la campaña					
--	--	------------	--	--	--	--	--

4.05 Selección de Indicadores

Tabla 5

Selección de indicadores

N I V E L	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
F I N	Sociedad comprometida al cuidado de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad comprometida al cuidado animal específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
F I N	Animales respetados en sus hogares en la Parroquia Rural de Calderón	20% de los animales específicamente a perros y gatos son respetados en sus hogares durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
F I N	Personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos en la Parroquia Rural de Calderón	50% de las personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
F I N	Sociedad respetuosa ante la vida en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad respeta la vida durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
F I N	Sociedad libre de enfermedades en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad libre de enfermedades durante y después de la campaña	x				x	2	no
F I N	Ciudades más limpias en Ecuador	30% de las ciudades limpias durante y después de la campaña	x		x		x	3	no
P R	Inconciencia en la sociedad acerca del	1 Campaña publicitaria para	x		x	x	x	4	si

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



O P O S I T O	abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia rural de Calderón	crear conciencia en las personas acerca del abandono de los animales específicamente a perros y gatos							
C O M P O N E N T E S	Información sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la información sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x	x	x	5	si
C O M P O N E N T E S	Sociedad informada sobre los derechos de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad informada sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
C O M P O N E N T E S	Mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
C O M P O N E N T E S	Sociedad pendiente de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad pendiente de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x		x	x	x	4	si
C O M P O N E N T E S	Sin animales abandonados en la Parroquia Rural de Calderón	20% sin animales abandonados durante y después de la campaña	x	x	x	x	x	5	si

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



E S									
C O M P O N E N T E S	Dueños responsables de sus animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de los dueños de los animales son responsables de ellos durante y después de la campaña	x		x	x	x	4	si
A C T I V I D A D E S	Diseñar piezas publicitarias 360 de información acerca de los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	3 piezas graficas sobre la información de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x	x	x	5	si
A C T I V I D A D E S	Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 medios tradicionales para generar el cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
A C T I V I D A D E S	Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 mensaje positivo en BTL durante y después de la campaña	x	x	x	x	x	4	si
A C T I V I D A D E S	Realizar jingles publicitarios acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 jingle publicitario acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	x	x	x		x	4	si
A C T I V I D A D E S	Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360	3 mensajes en las piezas publicitarias para	x	x	x	x	x	5	si

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



I V I D A D E S	para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional en el país de Ecuador	apoyar a la asamblea nacional acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña							
--------------------------------------	--	---	--	--	--	--	--	--	--

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se pueden observar

D: La tarea de recolectar datos está al alcance y no requiere expertos

E: Es representativo

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

4.06 Medios de Verificación

Tabla 6 Medios de verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FIN	Sociedad comprometida al cuidado de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad comprometida al cuidado animal específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)
FIN	Animales respetados en sus hogares en la Parroquia Rural de Calderón	20% de los animales específicamente a perros y gatos son respetados en sus hogares durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)
FIN	Personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos en la Parroquia Rural de Calderón	50% de las personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)
FIN	Sociedad respetuosa ante la vida en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad respeta la vida durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Asamblea Nacional
PROPOSITO	Inconciencia en la sociedad acerca del abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia rural de Calderón	1 Campaña publicitaria para crear conciencia en las personas acerca del abandono de los animales específicamente a perros y	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

		gatos					
COMPONENTES	Información sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la información sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalizate (Protectores Voluntarios)
COMPONENTES	Sociedad informada sobre los derechos de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad informada sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalizate (Protectores Voluntarios)
COMPONENTES	Mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Investigador
COMPONENTES	Sociedad pendiente de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad pendiente de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalizate (Protectores Voluntarios)
COMPONENTES	Sin animales abandonados en la Parroquia Rural de Calderón	20% sin animales abandonados durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalizate (Protectores Voluntarios)
COMPONENTES	Dueños responsables de sus animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de los dueños de los animales son responsables de ellos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalizate (Protectores Voluntarios)
ACTIVIDADES	Diseñar piezas publicitarias 360	3 piezas graficas sobre	Archivos	Observación Encuestas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

	de información acerca de los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	la información de los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Primarios		o		
ACTIVIDADES	Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 medios tradicionales para generar el cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Investigador
ACTIVIDADES	Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 mensaje positivo en BTL durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador
ACTIVIDADES	Realizar jingles publicitarios acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 jingle publicitario acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador
ACTIVIDADES	Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360 para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional en el país de Ecuador	3 mensajes en las piezas publicitarias para apoyar a la asamblea nacional acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

4.07 Supuestos

Tabla 7
Supuestos

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	Sociedad comprometida al cuidado de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	Aumentar el número de animales cuidados en sus hogares	Sociedad sin recursos para el cuidado		Sociedad sin interés al cuidado animal		
FIN	Animales respetados en sus hogares en la Parroquia Rural de Calderón	Más animales respetados en sus hogares			Existen personas que no están de acuerdo al cuidado animal		
FIN	Personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos en la Parroquia Rural de Calderón	Mayor respeto de las personas con los animales			Personas sin ánimo de cuidar y proteger a sus animales		
FIN	Sociedad respetuosa ante la vida en la Parroquia Rural de Calderón	Menor respeto de las personas ante la vida	Unos poseen más que otros	Diferentes formas de pensar de los políticos	Desinterés de las personas de respetar la vida		Leyes muy suaves para respetar la vida
PROPOSITO	Inconciencia en la sociedad acerca del abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia rural de Calderón	Reducir el número de animales abandonados específicamente perros y gatos	Bajos recursos para la campaña		Desinterés de las personas que habitan el lugar		
COMPONENTES	Información sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Mayor información sobre los derechos de los animales		Desinterés acerca del tema	Escasa información sobre el derecho de los animales		
COMPONENTES	Sociedad informada sobre	Menos personas	Bajos recursos		Sociedad desinformada		

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



ES	los derechos de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	informadas sobre el derecho de los animales	para dar información acerca de los animales		acerca del tema		
COMPONENTES	Mensajes positivos en la TV sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Mayor número de mensajes positivos en la TV	Recursos bajos para la creación de mensajes		No hay atención de las personas		
COMPONENTES	Sociedad pendiente de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Menor número de animales abandonados			Personas no comprometidas al cuidado de sus animales		
COMPONENTES	Sin animales abandonados en la Parroquia Rural de Calderón	Menos animales abandonados en las calles			Desinterés de las personas acerca del tema		
COMPONENTES	Dueños responsables de sus animales en la Parroquia Rural de Calderón	Más dueños responsables de sus animales			Dueños de los animales no responsables de ellos		
ACTIVIDADES	Diseñar piezas publicitarias 360 de información acerca de los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Mayor número de personas consientes sobre el derecho de los animales	Bajos recursos para la creación de las piezas graficas		Sociedad desinteresa da sobre las piezas graficas	Contaminar el medio ambiente sino se utiliza papel ecológico	
ACTIVIDADES	Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Más animales cuidados en sus hogares	Recursos bajos para la creación de los medios publicitarios		Sociedad sin interés sobre los medios publicitarios	Contaminar el medio ambiente sino se utiliza papel ecológico	
ACTIVIDADES	Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	Mayor conocimiento acerca del derecho de los animales específicamente perros y gatos	Falta de recursos para la creación de mensajes		Sociedad indiferente al BTL		
ACTIVIDADES	Realizar jingles publicitarios acerca del	Reducción de animales abandonados	Bajos recursos para los		Personas no compromet		

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

	cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	en las calles	jingles publicitarios		idas a escuchar el jingle		
ACTIVIDADES	Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360 para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional en el país de Ecuador	Menos atención de la Asamblea Nacional a los animales	Sin apoyo para la creación de las piezas publicitarias	Desinterés de parte de la Asamblea Nacional		Contaminar el medio ambiente sino se utiliza papel ecológico	Las leyes no apoyen a las piezas publicitarias

4.08 Marco Lógico

Tabla 8

Matriz de marco lógico

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación					Supuestos
		Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	
Sociedad comprometida al cuidado de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad comprometida al cuidado animal específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Aumentar el número de animales cuidados en sus hogares
Animales respetados en sus hogares en la Parroquia Rural de Calderón	20% de los animales específicamente a perros y gatos son respetados en sus hogares durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Más animales respetados en sus hogares

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos en la Parroquia Rural de Calderón	50% de las personas respetuosas con los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Mayor respeto de las personas con los animales
Sociedad respetuosa ante la vida en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la sociedad respeta la vida durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Asamblea Nacional	Menor respeto de las personas ante la vida
Inconciencia en la sociedad acerca del abandono de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia rural de Calderón	1 Campaña publicitaria para crear conciencia en las personas acerca del abandono de los animales específicamente a perros y gatos	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador	Reducir el número de animales abandonados específicamente perros y gatos
Información sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de la información sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Mayor información sobre los derechos de los animales
Sociedad informada sobre los	30% de la sociedad	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Menos personas informada

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

derechos de los animales en el sector norte de Quito en la Parroquia Rural de Calderón	informada sobre los derechos de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña					ores Voluntarios)	s sobre el derecho de los animales
Sociedad pendiente de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	30% de la sociedad pendiente de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Menor número de animales abandonados
Sin animales abandonados en la Parroquia Rural de Calderón	20% sin animales abandonados durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Menos animales abandonados en las calles
Dueños responsables de sus animales en la Parroquia Rural de Calderón	40% de los dueños de los animales son responsables de ellos durante y después de la campaña	Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Animalízate (Protectores Voluntarios)	Más dueños responsables de sus animales
Diseñar piezas publicitarias 360 de información acerca de los derechos de los animales en la Parroquia	3 piezas gráficas sobre la información de los derechos de los animales específicamente	Archivos Primarios	Observación Encuestas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador	Mayor número de personas consientes sobre el derecho de los animales

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Rural de Calderón	amente a perros y gatos durante y después de la campaña						
Buscar medios publicitarios 360 para generar atención en las personas acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	2 medios tradicionales para generar el cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la	Archivos Primarios	Observación	Cualitativo	Cada trimestre	Investigador	Mas animales cuidados en sus hogares
Crear mensajes positivos en BTL sobre los derechos de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 mensaje positivo en BTL durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador	Mayor conocimiento acerca del derecho de los animales específicamente perros y gatos
Realizar jingles publicitarios acerca del cuidado de los animales en la Parroquia Rural de Calderón	1 jingle publicitario acerca del cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador	Reducción de animales abandonados en las calles
Generar un mensaje en las piezas publicitarias 360 para apoyar a las propuestas de la Asamblea Nacional en el país de Ecuador	3 mensajes en las piezas publicitarias para apoyar a la asamblea nacional acerca del	Archivos Primarios	Observación Entrevistas	Cualitativo Cuantitativo	Cada trimestre	Investigador	Menos atención de la Asamblea Nacional a los animales

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



	cuidado de los animales específicamente a perros y gatos durante y después de la campaña						
--	--	--	--	--	--	--	--

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

CAPITULO V

La Propuesta

5.01 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta.

5.01.01 Qué es una campaña Publicitaria 360

Cuando hablamos de Publicidad 360 o Estrategia 360 ("Tres Sesenta"), estamos hablando de una estrategia que se realiza en diversos medios publicitarios: Televisión, Radio, Prensa, Exterior, Medios Online, entre otros.

El objetivo de esta estrategia es llegar a través de todos los medios posibles al público objetivo deseado, es por eso que lo más lógico en este tipo de estrategia es tener nuestro target bien definido (analizar los medios consumidos por el target, por ejemplo), de tal forma que todos los esfuerzos que hagamos en los diversos medios, tengan la exposición deseada.

Algo que también debemos tomar en consideración es el concepto y tono de comunicación que se utilizará para el desarrollo de una campaña 360, ya que si el mensaje que se desarrolla en todos los medios involucrados cuenta con la misma gráfica simplemente adaptada a los diversos formatos, lo único que lograremos en nuestro target, será abrumarlo o aburrirlo. Lo más recomendable al realizar Campañas 360, es crear una campaña donde todas las piezas publicitarias involucradas lleguen a conectarse entre sí, sin repetirse. (Pixel Creativo, n.d, p.1)

5.01.02 Qué es Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

Desglosando ésta respuesta en términos sencillos, diremos que la publicidad:

1.- Es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance, es decir, que el mensaje llega al público objetivo mediante medios no personales pero masivos como la televisión, radio, periódicos, revistas, internet, gigantografías, volantes, entre otros. A diferencia de la venta personal, en la que una persona (el vendedor) entrevista, contacta o visita personalmente a cada cliente (uno por uno).



2.- Es pagada por un patrocinador identificado, que puede ser una empresa lucrativa, organización no gubernamental, institución del estado o persona individual.

3.- Tiene por objetivo informar, persuadir y/o recordar. Por ejemplo, en el caso de un nuevo producto se puede utilizar la publicidad para informar al público objetivo la existencia de ese producto, sus beneficios, ventajas, dónde adquirirlo, etc... En el caso de un producto con cierto tiempo en el mercado y que es ya conocido por el público objetivo se puede utilizar la publicidad para persuadir a que éste realice compras repetitivas del producto. Finalmente, si el producto es conocido y es adquirido por el público objetivo, se podría que utilizar la publicidad para recordar o mantener viva la imagen de marca.

4.- Se puede utilizar para promover tanto productos tangibles como servicios, lugares, ideas, proyectos, personas (políticos). Por tanto, se puede utilizar la publicidad para atraer tanto a compradores como a usuarios, seguidores, espectadores, votantes, etc. (Ivan Thompson, 2008, p.1)

5.01.03 Análisis de la situación

Recolectar toda la información importante acerca del tema, para así poder realizar una buena campaña publicitaria 360 que sea relevante y concisa.

5.02 Descripción de la Herramienta

El proyecto que se va a realizar es una campaña publicitaria 360 la cual busca detener el abandono de los animales en la parroquia de "Calderón", para lograr el objetivo se realizarán piezas gráficas de información, persuasión, posicionamiento y mantenimiento las cuales serán dirigidas a nuestro grupo objetivo los mismos que son personas de 10 hasta 60 años.

5.03 Formulación del Proceso de Aplicación

Para esta campaña utilizaremos las piezas gráficas:

- Jingle Publicitario: El Jingle se lo realizara para crear conciencia acerca del abandono de los animales específicamente perros y gatos.
- BTL: El BTL se lo utilizará para informar a las personas y hacerles entender que no deben abandonar a sus animales específicamente perros y gatos.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



- **Volantes:** Los volantes se los utilizará como piezas de persuasión a nuestro grupo objetivo, buscando concientizar en ellos sobre el abandono de los animales, específicamente perros y gatos.
- **Publicidad Móvil:** La publicidad móvil se la utilizará para crear conciencia en las personas sobre el abandono de los animales, específicamente perros y gatos.
- **Redes Sociales:** Se realizarán redes sociales para mantener al tanto acerca de la campaña y de seguir apoyando al no abandono de los animales, específicamente perros y gatos.
- **Mensajes de texto:** Se enviarán mensajes de texto para llegar a las personas y que pongan atención a nuestro tema de campaña.

5.04 Brief Publicitario

La campaña para cuidar de los animales desamparados, va dirigida para personas de todas las edades. La campaña se dirige a concientizar a toda la sociedad acerca de no abandonar a los animales específicamente a los perros y gatos.

La campaña pretende que las personas dejen de ignorar a los animales y los cuiden con respeto y cariño. El grupo objetivo no está al tanto de las consecuencias que pueden causar el abandono de sus animales.

La campaña publicitaria 360 pretende que el público objetivo se interese por los animales y no los abandonen.

5.04.01 Misión

Crear conciencia en las personas acerca del abandono de los animales especialmente perros y gatos, tratando de llegar a ellos claros y precisos con los artes publicitarios.

5.04.02 Visión

Repartir a las personas la información sobre los derechos de los animales, para así crear conciencia acerca del abandono de estos, y generar un comportamiento positivo en la sociedad que habita el sector.

5.04.03 Grupo Objetivo

Género: Mujeres y Hombres

Edad: De 10 a 60 años

Ubicación geográfica: Quito parroquia rural de Calderón

Nivel socio económico: Medio/Bajo – Medio/Alto

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



5.05 Problemas Comunicacionales

Información: No se han realizado estrategias informativas sobre los derechos de los animales específicamente sobre perros y gatos.

Persuasión: No se han desarrollado estrategias persuasivas para el grupo objetivo determinado acerca de no abandonar a sus animales específicamente perros y gatos.

Posicionamiento: Posicionarse en el grupo objetivo para así poder generar atención en el tema de nuestra campaña.

Mantenimiento: Mantener al tanto a nuestro grupo objetivo acerca de no abandonar a los animales.

5.06 Objetivos Comunicacionales

Información: Desarrollar y crear estrategias informativas, con la finalidad de hacer conocer a nuestro grupo objetivo acerca de los derechos de los animales específicamente sobre perros y gatos, mediante la realización de un jingle publicitario y un BTL.

Persuasión: Persuadir al grupo objetivo para que no abandonen a sus animales específicamente a los perros y gatos, mediante la realización de publicidad móvil y de volantes.

Posicionamiento: Posicionar en la mente del grupo objetivo para así generar conciencia sobre el abandono de los animales, mediante las redes sociales (facebook/twitter).

Mantenimiento: Recordar al grupo objetivo sobre el cuidado de los animales específicamente sobre perros y gatos, mediante mensajes de texto.

5.07 Estrategia Creativa

5.07.01 Beneficios Racionales

- Autoestima
- Confianza
- Seguridad
- Protección
- Cuidado

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.07.02 Beneficios Emocionales

- Sociable
- Compasivo
- Felicidad
- Entusiasmo
- Alegría

5.07.03 Mensaje básico

Cuídalos con Felicidad

5.07.04 Tono

Indiferente

5.07.05 Estilo

Moderno/informal

5.07.06 Insight

Cuidado/protección

5.07.07 Reason why

Mensaje básico: Está desarrollado con la finalidad de concientizar al grupo objetivo a que cuiden a sus animales específicamente perros y gatos con alegría y felicidad.

Tono: El tono es indiferente ya que esta campaña se va a dedicar solo al tema del abandono de los animales y no va atacar a nadie publicitariamente.

Estilo: El estilo es moderno/informal ya que nos queremos enfocar a todas las personas del sector y no solo a una parte.

Insight: Nuestra campaña publicitaria 360 está realizada para concientizar a las personas de todas las edades a que cuiden a sus animales específicamente a perros y gatos, y por lo tanto no los abandonen por ningún motivo ya que son seres vivos y deben ser respetados por igual.

5.07.08 Eje de campaña

No los abandones protégelos

5.07.09 Slogan de Campaña

“Ellos no tienen la culpa, Cuídalos.”

5.08 Diseño de Piezas Graficas

5.08.01 Jingle Publicitario

Guión Literario.-

. Comienza con un sonido de un carro frenando a raya

. Sonido de un perro y un gato

; Atención ellos también merecen respeto

, Perros a cuidar, gatos a cuidar

, Perros y gatos los vamos a salvar

: No los dejes a su suerte

; “Ellos no tienen la culpa, Cuídalos.”

Guión Técnico.-

NOMBRE CUÑA/JINGLE: Cuida tus animales

PRODUCTO: Campaña en contra del abandono de los animales específicamente perros y gatos.

ETAPA DE CAMPAÑA: Persuasión

DURACIÓN: 25 segundos

Tabla 9 *Guión Técnico*

INDICACIONES TÉCNICAS	EFEKTOS DE SONIDO	LOCUCION/VOZ EN OFF
Ingreso de sonido. 3”	Música Ambiente Sonido Auto frenando	LOCUTOR N°.
Sigue el sonido de un perro y gato. 3”	Música Ambiente Ladrado y maullido	LOCUTOR N°.
Entra un sonido de atención seguido con la locución 1. 4”	Música Ambiente Sonido de atención	LOCUTOR N°1 ; Atención ellos también merecen respeto
Sonido de música con la locución 2. 4”	Música de Fondo	LOCUTOR N°. 2 , Perros a cuidar, gatos a cuidar
Sonido de música con la locución 2. 4”	Música de Fondo	LOCUTOR N°. 2 , Perros y gatos los vamos a salvar
Baja el sonido de la música y es acompañada con la locución 1. 3”	Música de Fondo	LOCUTOR N°. 1 : No los dejes a su suerte
Sigue el sonido de la música en nivel medio, seguido de la locución 1 y 2. 4”	Música de Fondo	LOCUTOR N°. 1 y 2; “Ellos no tienen la culpa, Cuídalos.”

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.08.02 BTL

Figura 6

Animalízate
protectores • voluntarios

*Ellos no tienen la culpa,
Cúdalos...*

Infórmate en:

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.08.03 Publicidad Móvil

Figura 7



Figura 8



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.08.04 Volante

Figura 9



Figura 10



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.08.05 Redes Sociales (facebook-twitter)

Figura 11



Figura 12



Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.08.06 Mensajes de Texto

Figura 13



5.09 AIDA

5.09.01 Atención

Nuestras piezas publicitarias 360 van dirigidas con una frase directa la cual es “Ellos no tienen la culpa, Cuídalos”, con la cual queremos atraer la atención de todo nuestro grupo objetivo y así generar interés sobre estas.

5.09.02 Interés

Generamos interés en nuestras fotografías al mostrar animales, especialmente perros y gatos abandonados en las calles, para que nuestro grupo objetivo se enfoque en las imágenes y le interese el tema de nuestra campaña publicitaria 360.

5.09.03 Deseo

Provocamos un deseo de concientizar acerca del abandono de los animales específicamente perros y gatos, para así poder generar un cambio radical en nuestro grupo objetivo.

5.09.04 Acción

Nuestra acción que generamos es tratar de que nuestro grupo objetivo visite nuestras páginas en facebook y twitter, para que se informe más sobre el tema de nuestra campaña.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



5.10 Plan de Medios

5.10.01 Medios Principales

Jingle publicitario

Radio: América Estéreo

Tabla 10

Pautaje en Radio América Estéreo

D. JINGLE	TARIFA BASE	CUÑA AL DIA	DIAS AL MES	TOTAL
25 seg.	28	10	22	6160

\$ 6160 por 6 meses: \$ 36960

Radio: Canela

Tabla 11

Pautaje en Radio Canela

D. JINGLE	TARIFA BASE	* CUÑA AL DIA	* DIAS AL MES	TOTAL
25 seg.	20	10	22	4400

\$ 4400 por 6 meses: \$ 26400

BTL

Tabla 12

Pautaje Roll Up

Concepto	Valor Individual	Cantidad	Valor Total
Roll Up	35	6	210
Total			210

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

5.10.02 Medios Secundarios

Publicidad móvil: Bus \$ 250 mínimo 8 buses duración por 6 meses: \$ 12000

Volantes: \$ 120 los 1000 por 6 meses: \$ 720

Redes sociales (facebook/twitter): \$ 400 por mes duración 6 meses: \$ 4800

5.10.03 Medios Auxiliares

Mensajes de texto: \$ 3000 mensual por 6 meses: \$ 18000

5.10.04 Flow Chart

Tabla 13

Presupuesto Campaña

Medio	Inversión	Porcentaje	Sobrante
RADIO			
América Estéreo	36960	58,33333333	
Canela	26400	41,66666667	
Total de Inversión	63360	100	0
BTL	210	100	
Total de Inversión	210	100	
MEDIOS EXTERIORES			
Valla Publicitaria Móvil	12000	94,33962264	
Volantes	720	5,660377358	
Total de Inversión	12720	100	0
MEDIOS ALTERNATIVOS			
Redes Sociales	4800	100	
Total Inversión	4800	100	0
MEDIOS AUXILIARES			
Mensajes de Texto	18000	100	
Total Inversión	18000	100	0
Total plan de Medios	99090		

TERCERIZACIÓN 17,65%	17340,75
TOTAL MEDIOS	116430,75

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN TOTAL		Porcentaje
MEDIOS PRINCIPALES	520	28,26087
MEDIOS SECUNDARIOS	320	17,391304
MEDIOS AUXILIARES	1000	54,347826
TOTAL PRODUCCIÓN	1840	100

PRESUPUESTO CAMPAÑA	118270,75
10% DE IMPREVISTOS	11827,075

TOTAL PRESUPUESTO CAMPAÑA	130097,825
----------------------------------	-------------------

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

CAPITULO VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Los recursos que necesitamos para la creación de nuestra campaña publicitaria 360 son los que especificamos a continuación.

6.01.01 Técnicos – Tecnológicos

Nuestros recursos técnicos – tecnológicos que utilizamos, son como computador HP/Windows 7/Intel-corei7, paquete de Adobes CS5, impresoras, teléfono celular, teléfono convencional, entre otros.

6.01.02 Humano

Contamos con la participación del diseñador y con la de las personas que de alguna manera apoyaron para la realización de este proyecto de grado, así como también con los servicios básicos que diariamente se necesita.

Tabla 14

Materiales Utilizados

Laptop	Hewlett-Packard	Windows 7, modelo Intel core i7, sistema operativo de 64 bits.
Cámara Fotográfica	Sony	16 x Optimal Zoom, 720 p HD Movie, modelo DSC-H90
Adobe Illustrator	CS5	Programa que utilizamos para redibujar el logo de la fundación Animalizate
Adobe Photoshop	CS5	Programa utilizado para la edición y retoque de fotografías
Word	2010	Programa que utilizamos para armar nuestro proyecto de grado

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



6.01.03 Económico

En el aspecto económico para nuestro proyecto de grado, va hacer financiado por parte de los padres del alumno que realiza dicho proyecto.

6.02 Presupuesto

6.02.01 Gastos Operativos

Tabla 15

Gastos Operativos

CANTIDAD	DETALLE	V.UNITARIO	V.TOTAL	FINANCIAMIENTO
96	Copias	0,2	19,20	Propio
Durante 6 meses para la realización del proyecto de investigación	Transporte	0,25	37,50	Propio
Varios	Material de oficina	12,00	72,00	Propio
Durante 6 meses para la realización del proyecto de investigación	Internet	32,00	192,00	Propio
1	Tutorías	200,00	200,00	Propio
80 hojas	Impresión del borrador del proyecto	0,2	7,00	Propio
Durante 6 meses para la realización del proyecto de investigación	Servicios Básicos	10,00	60,00	Propio
2	Impresión del proyecto final	30,00	60,00	Propio
Gastos varios	Imprevistos	10,00	60,00	Propio
		TOTAL	566,00	

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

6.02.02 Aplicación del Proyecto

Tabla 16

Aplicación del Proyecto

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Jingle Publicitario	120,00	120,00
1	Diseño eh impresión del BTL	90,00	90,00
1	Maqueta para la demostración de la campaña	150,00	150,00
1	Diseño eh impresión de la Publicidad Móvil	10,00	10,00
1	Diseño eh impresión de Hojas Volantes	3,50	3,50
1	Diseño de Redes Sociales	10,00	10,00
1	Edición de mensaje de texto	10,00	10,00
		TOTAL	393,50

Como anexo presento proformas de impresión y edición de piezas publicitarias

6.03 Cronograma

Tabla 17

Cronograma de Actividades

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

Nº	Actividades	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			Mes	Semana				
				1	2	3		4
1	Aprobación de formulario 001	Dirección de Escuela de Diseño Gráfico	Septiembre				x	Que el formulario sea aprobado y así poder comenzar con nuestro Proyecto de Grado
2	Desarrollo de los Antecedentes del Proyecto de Grado	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Octubre	x	x			Definir el contexto de las circunstancias específicas de nuestro Proyecto
3	Desarrollo de la Justificación y realización del Problema Central	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Octubre			x	x	Cubrir la justificación de nuestro Proyecto y culminar nuestra Matriz T
4	Realización del Análisis de Involucrados	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Noviembre	x	x			Aprobación del Mapeo de Involucrados
5	Realización del Árbol de Problemas y Objetivos de nuestro proyecto	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Noviembre Diciembre	x	x	x	x	Culminar los arboles específicos sin ningún contratiempo
6	Desarrollo del Análisis de Alternativas de nuestro proyecto	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Diciembre Enero	x	x	x	x	Definir y especificar todos los cuadros requeridos para nuestros involucrados en el Proyecto
7	Realización del cuadro de Supuestos en base a los Involucrados Positivos	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Enero Febrero	x			x	Cubrir todos los involucrados con sus supuestos específicos en el Proyecto
8	Desarrollo de la Matriz del Marco Lógico	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Febrero		x	x		Aprobación de la Matriz del Marco Lógico de nuestro Proyecto
9	Realización de la Propuesta de nuestro proyecto	Estudiante de Diseño Gráfico Ricardo Chávez	Febrero Marzo	x	x	x	x	Definir totalmente nuestro Proyecto de Grado y sea aprobado por el tutor designado

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.

CAPITULO VII

Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones

Al culminar el proyecto de grado sin ningún contratiempo y con el cronograma establecido, concluyo que nuestra presente campaña publicitaria 360 tiene las siguientes conclusiones:

1. La campaña publicitaria 360 sea de interés de todo nuestro grupo objetivo.
2. Comunicar un mensaje positivo acerca de la vida.
3. Nuestra campaña publicitaria 360 ganara atención sobre el grupo objetivo.
4. Nuestro objetivo principal de esta publicidad 360 fue el de transmitir un mensaje positivo para concientizar a las personas acerca del abandono de los animales, especialmente perros y gatos.
5. Identificar medios factibles para la elaboración de nuestra campaña publicitaria 360.
6. Acercarnos a nuestro grupo objetivo para así conocer un poco más de ellos y poder realizar piezas graficas claras y precisas.
7. Conocer estrategias publicitarias para poder realizar una campaña clara y concisa.
8. Contar con elementos modernos para la elaboración de las piezas gráficas para así poder llegar a nuestro grupo objetivo.
9. Tener medios publicitarios 360 que lleguen a llamar la atención de nuestro grupo objetivo, para así generar atención al tema de la campaña.
10. El desarrollo de la campaña publicitaria 360, me ha permitido aplicar todos los conocimientos impartidos por mis profesores del "Instituto Tecnológico Superior Cordillera" en estos 6 semestres de provecho.

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



7.02 Recomendaciones

De acuerdo a la investigación realizada en este proyecto de grado hemos llegado a tener en cuenta las siguientes recomendaciones:

1. Que diferentes fundaciones se unan a esta campaña publicitaria 360, para así poder llegar a más personas en todo el país.
2. Que nuestras estrategias publicitarias sean manejadas con precisión por la fundación en sí, y a la vez sean aplicadas en un futuro con fines de apoyar a la vida.
3. Que nuestra campaña sea monitoreada por personas expertas en el tema para así poder mejorarla y aplicarla.
4. Que nuestro proyecto sea puesto a prueba para ver los frutos realizados en este.
5. Como estudiante de Diseño Gráfico, recomiendo se considere ampliar la campaña para concientizar a las personas acerca del abandono de los animales, especialmente a perros y gatos.

Referencias Bibliográficas

- Ministerio de Educación de la nación (n.d). *Declaración Universal de los derechos de los animales*. Recuperado el 5 de Febrero del 2014, desde <http://www.me.gov.ar/efeme/diaanimal/derecho.html>
- Pixel Creativo (n.d). *Publicidad 360 / Campañas 360°*. Recuperado el 10 de Marzo del 2014, desde <http://pixel-creativo.blogspot.com/2012/03/publicidad-360.html>
- Ivan Thompson (2008). *¿Qué es Publicidad?*. Recuperado el 10 de Marzo del 2014, desde <http://www.promonegocios.net/publicidad/que-es-publicidad.html>

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



Anexos

A continuación muestro proformas:



**IMPRESA
PLASMA**

Tu imagen con la mejor calidad

Quito, 22 de Enero del 2014

Señor
Diego Benítez
DILO
Presente.-

Tenemos el agrado de cotizar lo siguiente:

ELABORACION DE VINILO PARA PARED DEL FONDO (RECREO)

Tamaño	4.48x0.90cm
Impresión	full color tiro
Material	Vinil Adhesivo sobre fonboard para fácil instalación.
Cantidad	1
Valor Unitario	\$ 220.00
Valor Total	\$ 220.00

ELABORACION DE VINILO PARA VITRINA FRONTAL (QUICENTRO)

Tamaño	1.20x0.90
Impresión	full color tiro
Material	Vinil Adhesivo sobre vidrio
Cantidad	2
Valor Unitario	\$ 120.00
Valor Total	\$ 120.00

Dirección: Juan Salinas N14-81 y José Riofrío 2do. Piso Oficina 202
*Teléfono: 2551505 * Celular: 0998857397 * e-mail: impresita_plasma@hotmail.com*
Quito - Ecuador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



Tu imagen con la mejor calidad

LABORACION DE COLGANTES

Tamaño	45x30cm
Impresión	full color tiro y retiro
Material	Adhesivo vinil sobre fomboard
Cantidad	10
Valor Unitario	\$ 25.00
Valor Total	\$ 250.00

Estos precios no Incluyen	I.V.A.
Tiempo de entrega	A convenir
Forma de Pago	50% a la orden y 50% a la entrega
Validez de la oferta	5 días laborables

Gustosos de atenderle esperamos su respuesta:

Atentamente
GLADYS QUINCHUELA
IMPRESA PLASMA
COMERCIALIZACION

Dirección: Juan Salinas N14-81 y José Riofrío 2do. Piso Oficina 202
*Teléfono: 2551505 * Celular: 0998857397 * e-mail: impresita_plasma@hotmail.com*
Quito - Ecuador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.



Tu imagen con la mejor calidad

Quito, 14 de Febrero del 2014

Señorita
Elena Coello
CREACIONAL
Presente.-

Tenemos el agrado de cotizar lo siguiente:

ELABORACION DE MANUALES

Tamaño	24x21cm
Impresión	Impresión láser Full color tiro portada, contraportada e interiores
Material	Portada y contraportada couche de 300grs interiores Coche de 300grs.
Terminados	Anillado metálico, plastificado mate en todo el manual con bolsillo interior para cd, mas UV selectivo en la portada.
Cantidad	20
Valor Unitario	\$ 60.00
Valor Total	\$ 1200.00

ELABORACION DE MANUALES

Tamaño	24x21cm
Impresión	Ofsset Full color tiro portada, contraportada e interiores
Material	Portada y contraportada couche de 350grs interiores Coche de 350grs.
Terminados	Anillado metálico, plastificado mate en todo el manual con bolsillo interior para cd, mas UV selectivo en la portada.
Cantidad	20
Valor Unitario	\$ 95.00
Valor Total	\$ 1900.00

Estos precios no Incluyen	I.V.A.
Tiempo de entrega	A convenir
Forma de Pago	50% a la orden y 50% a la entrega
Validez de la oferta	5 días laborables

Gustosos de atenderle esperamos su respuesta:

Atentamente
GLADYS QUINCHUELA
IMPRESA PLASMA
COMERCIALIZACION

Dirección: Juan Salinas N14-81 y José Riofrío 2do. Piso Oficina 202
*Teléfono: 2551505 * Celular: 0998857397 * e-mail: impresita_plasma@hotmail.com*
Quito - Ecuador



Tu imagen con la mejor calidad

Quito, 30 de Enero del 2014

Señorita
Elena Coello
CREACIONAL
Presente.-

Tenemos el agrado de cotizar lo siguiente:

ELABORACION DE AFICHES

Tamaño	A3
Impresión	full color
Material	Coche de 150grs.
Cantidad	35
Valor Unitario	\$ 2.80
Valor Total	\$ 98.00

Estos precios no Incluyen

Tiempo de entrega

Forma de Pago

Validez de la oferta

I.V.A.

A convenir

50% a la orden y 50% a la entrega

5 días laborables

Gustosos de atenderle esperamos su respuesta:

Atentamente
GLADYS QUINCHUELA
IMPRESA PLASMA
COMERCIALIZACION

Dirección: Juan Salinas N14-81 y José Riofrío 2do. Piso Oficina 202
*Teléfono: 2551505 * Celular: 0998857397 * e-mail: imprensa_plasma@hotmail.com*
Quito - Ecuador

Realizar una campaña publicitaria para crear conciencia en la gente acerca del abandono de los animales en el Sector Norte de Quito en la Parroquia Rural Calderón.