



TECNOLÓGICO SUPERIOR
“CORDILLERA”

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO PUBLICITARIO EN EL MEDIO AMBIENTE.

DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PARA LA DIFUSIÓN

DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA

MARINA EN LA ISLA ISABELA

DE LA REGIÓN INSULAR.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título

De Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: **SANTACRUZ Quito Paúl Alexander.**

Tutor: **Ing. Diego Trujillo**

Quito: Octubre 2013

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas, resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Paúl Alexander Santacruz Quito

CC 171462658-5

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Paúl Alexander Santacruz Quito, Alumno de la Escuela de Diseño Gráfico, libre y voluntariamente cedo los derechos de Autor de mi investigación en favor del Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

Paúl Alexander Santacruz Quito

CC 171462658-5

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos los profesores que nos encaminaron hacia nuestra meta y especialmente agradezco a Dios por crear este hermoso paraíso que es Galápagos.

“Las puertas de la sabiduría nunca están cerradas”.

DEDICATORIA

Esta tesis está dedicada para toda mi familia, que habitan en Galápagos, mis padres José, Blanca, mis hermanos Geovanna, Adriana, Jason, mi hijo John y mis sobrinos, es por quienes cumpliré todos mis objetivos.

ÍNDICE GENERAL

• Declaración de aprobación tutor y lector.....	i
• Declaración de autoría del estudiante.....	ii
• Declaración de cesión de derechos a la institución.....	iii
• Agradecimiento.....	iv
• Dedicatoria.....	v
• Índice general.....	vi- viii
• Índice de Tablas.....	ix-x
• Resumen ejecutivo.....	xi
• Abstract.....	xii
• Introducción.....	xiii
Capítulo I:	
Antecedentes.....	1
1.01 Situación del problema	
1.02 Antecedentes.....	1
1.03 Matriz - Causa – Efecto.....	2
1.04 Justificación e Importancia del Proyecto.....	2-3
1.05 Parque Nacional Galápagos.....	3-10
Capítulo II: Análisis de Involucrados.....	11
2.01 Identificación de Involucrados.....	11
2.02 Análisis y Selección con los involucrados.....	12-13

Capítulo III: Problemas y Objetivos.....	14
3.01 Árbol de Problemas.....	14
3.02 Árbol de Objetivos.....	15
Capítulo IV: Análisis de Alternativas.....	16
4.01 Acciones e identificación de Alternativas.....	16
4.02 Tamaño del Proyecto.....	17
4.03 Localización del Proyecto.....	17
4.04 Análisis Ambiental.....	18
4.05 Análisis de Alternativas.....	19
4.06 Diagrama de Estrategias.....	20
4.07 Construcción de Matriz Marco Lógico.....	21-27
a. Revisión de Criterios para los Indicadores.....	21-27
b. Selección de Indicadores.....	28-33
c. Medios de verificación.....	34-39
d. Supuestos.....	40- 45
Matriz Marco Lógico.....	46-48
Capítulo V: La Propuesta.....	49
5.01 Antecedente de la Herramienta.....	49
5.02 Descripción de la Herramienta.....	49-50
5.03 Formulación del Proceso de Aplicación.....	51
Brief.....	51
Información Básica.....	51
Problemas a Solucionar.....	51

Análisis FODA.....	52
Problemas Comunicacionales.....	53
Objetivos Publicitarios.....	53-54
Estrategias Creativas.....	54-55
Reason Why.....	55
Aplicación de Marketing Indirecto.....	55
Plan de Medios.....	56
Presupuesto de Medios.....	56
Presupuesto de Producción.....	56
Flow Chart.....	57
Diseño Piezas Publicitarias.....	58-68
Capítulo VI: Aspectos Administrativos.....	69
6.01 Recursos.....	69
6,02 Presupuesto.....	70
6.03 Cronograma.....	70
Capítulo VII: Conclusiones.....	71-72
Recomendaciones.....	73
Referencias Bibliográficas.....	74
Fuentes.....	75
ANEXOS.....	76

Índice de Tablas

Tabla # 1	Matriz -Causa - Efecto.....	02
Tabla # 2	Análisis y selección con los Involucrados.....	12-13
Tabla # 3	Análisis de Alternativas.....	19
Tabla # 4	Construcción de Matriz Marco Lógico.....	21
Tabla # 5	Propósito.....	22
Tabla # 6	Componentes.....	23
Tabla # 7	Actividades.....	24-27
Tabla # 8	Selección de Indicadores Fines.....	28
Tabla # 8	Selección de Indicadores Propósito.....	29
Tabla # 9	Selección de Indicadores Componentes.....	30
Tabla # 10	Selección de Indicadores Actividades.....	31-33
Tabla # 11	Medios de Verificación Fines.....	34
Tabla # 12	Medios de Verificación Propósito.....	35
Tabla # 13	Medios de Verificación Componentes.....	36
Tabla # 14	Medios de Verificación Actividades.....	37-39
Tabla # 15	Medios de Verificación Supuestos.....	40
Tabla # 16	Medios de Verificación Propósitos.....	41
Tabla # 17	Medios de Verificación Componentes.....	42
Tabla # 18	Medios de Verificación Actividades.....	43-45
Tabla # 19	Matriz Marco lógico Fines.....	46
Tabla # 20	Matriz Marco lógico Propósitos.....	46

Tabla # 21 Matriz Marco lógico Componentes.....	47
Tabla # 22 Matriz Marco lógico Aplicaciones.....	48
Tabla # 23 Análisis Foda.....	52
Tabla # 24 Plan de Medios.....	56
Tabla # 25 Presupuesto de Medios.....	56
Tabla # 26 Presupuesto Producción.....	56
Tabla # 27 Flow Chart.....	57
Tabla # 28 Cronograma.....	70
Figuras	
Figura#1 Análisis de Involucrados.....	11
Figura#2 Árbol de Problemas.....	14
Figura#3 Árbol de Objetivos.....	15
Figura#4 Acciones e Identificación de Alternativas.....	16
Figura#5 Localización del Proyecto.....	17
Figura#6 Diagrama de Estrategias.....	20

Resumen Ejecutivo

El siguiente proyecto de Tesis se lo dedica a la Isla Isabela en Galápagos con la finalidad de concienciar al Grupo Objetivo que son: toda la población, autoridades, turistas nacionales y extranjeros que la visitan diariamente.

Luego de una exhaustiva investigación de campo en el sitio mismo del problema, se ha identificado que existe una desinformación constante por conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla, generando una despreocupación total que ha impactado negativamente en el ciclo de vida de las especies marinas, lo cual conduciría irremediablemente a su extinción.

Se ha pensado en una Campaña Publicitaria de concienciación pues se busca prevenir, eliminar, minimizar y controlar aquellos impactos ambientales generados por el descuido de sus autoridades, habitantes y turistas que visitan diariamente la Isla.

Dicho proyecto también servirá como aporte al cuidado ambiental, generando así que quienes la habitan adquieran y muestren actitudes positivas para cuidar la Fauna Marina y obteniendo la atención de las autoridades, y turistas de la Isla Isabela, dejando un precedente que pueda ser imitado inclusive en el resto de Islas de la Región Insular, las cuales también se han visto afectadas por las mismas causas que aún son solucionables y que evitarán un desequilibrio en el hábitat de la Fauna Marina.

ABSTRACT

The following thesis project is dedicated to Isabela Island which is located in the Galapagos Islands in order to raise awareness in the Target Group which are: the entire population, authorities and national and foreign tourists who visit it daily.

After an extensive on-field investigation, it has been identified that there exists a constant misinformation about preserving and taking care of the Marine Fauna in the island generating a total lack of concern which has made a negative impact on the life cycle of marine species which can lead inevitably to their extinction.

It has been thought in an Awareness Advertising Campaign because it aims to prevent, eliminate, minimize and control those environmental impacts caused by the carelessness of its authorities, residents and tourists who visit the island daily

This project will also serve as a contribution to environmental protection in order to ensure that its residents acquire and show positive attitudes concerning to the protection of Marine Fauna and getting the attention of the authorities and tourists from Isabela Island , leaving a precedent that can be followed by even the rest of the Island Region Islands , which also have been affected by the same causes which still have a solution and could prevent an imbalance in the habitat of Marine Fauna.

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de Tesis se realiza con la finalidad de incentivar a toda la población, autoridades, turistas nacionales y extranjeros que visitan diariamente la Isla Isabela, a conservar y cuidar su Fauna Marina, esto se lo hará mediante una Campaña Publicitaria, la cual servirá como un aporte que conllevará a una concienciación permanente en el grupo objetivo y que pueda servir inclusive como ejemplo a el resto de Islas de la Región Insular, las cuales también se han visto afectadas por los mismos motivos que se mencionarán. Se identificará las causas y efectos en el medio ambiente, la descuidada situación en las que se encuentran las especies marinas, y se planteará una solución para así evitar la extinción de la fauna, lo cual generaría un desequilibrio en el hábitat de dichas especies, poniéndolas en peligro.

Capítulo I

Antecedentes

1.01 Situación Problema

A pesar del cuidado en el mantenimiento de la Isla Isabela Galápagos por parte del Municipio de Isabela, Parque Nacional Galápagos, se ha generado poco interés en cuidar el hábitat de la fauna marina por parte de la población. Todo esto por la falta de énfasis en concienciar su protección, es por eso que se requiere con urgencia, prevenir, eliminar, minimizar y controlar aquellos impactos ambientales.

1.02 Antecedentes

Actualmente en la Isla Isabela Galápagos es inexistente la información acerca del cuidado y conservación de la Fauna Marina.

Lo que se han encontrado son proyectos que actualmente se están realizando en Isabela y el resto de Galápagos, enfocadas a la conservación del medio ambiente, proyectos que están ayudando a la conservación de la biodiversidad de especies exóticas de todo Galápagos, pero que no pertenecen a la Fauna Marina y que están intentando reducir el impacto de especies introducidas a la biodiversidad nativa y endémica, también existe la Reserva Marina que décadas atrás se encuentra protegiendo el ecosistema marino de Galápagos y que inclusive ha establecido una franja marina de 2 millas náuticas alrededor de cada isla.

1.03.-Matriz - Causa – Efecto

CAUSA	EFEECTO
Desinformación para concienciar acerca del cuidado de la Fauna Marina.	Desconocimiento acerca del correcto cuidado y protección de la Fauna Marina
No existen métodos gráficos que ayuden a una concienciación por cuidar la Fauna Marina	No se produce ningún impacto que conlleve a una concienciación.
Desinterés por parte de autoridades de ayudar a cuidar su Fauna Marina.	Hay poco interés Turístico y de la población de cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela.
Desinformación de las consecuencias por el daño ambiental.	Extinción de ciertas especies marinas por descuido al cuidado ambiental.
Inexistencia de campañas publicitarias enfocadas al tema de concienciación y conservación de la Fauna Marina en la Isla Isabela.	Desinterés por concienciar del cuidado de su Fauna Marina.

Tabla N°1

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

1.04 Justificación e Importancia del Proyecto

Es necesario dar a conocer las principales causas del daño ecológico que están sufriendo la Fauna Marina, las cuales podrían inclusive desaparecer de la Isla Isabela lo que conllevaría a un daño irreversible en su habitat.

Por lo que mediante una Campaña Publicitaria se espera llegar a un grupo objetivo que son principalmente la población, autoridades, turistas nacionales y extranjeros que visitan la Isla. Y esto con el fin de brindar una información adecuada con técnicas publicitarias que busquen concienciar a dichos involucrados a la conservación, cuidado y protección de la Fauna Marina en la Isla Isabela en Galápagos.

Éste proyecto será de mucha importancia ya que su difusión generará concienciación, para el cuidado y conservación de la Fauna Marina en la Isla Isabel, a esto a su vez incentivará al turismo nacional y extranjero a visitar la Isla y sus especies marinas generando así una de las principales fuentes de ingresos económicos para la población.

1.05 Parque Nacional Galápagos

Sobre la Reserva Marina de Galápagos

La RMG es la primera Reserva Marina del Ecuador y la segunda más grande del mundo. Son 133.000 km² de Patrimonio Natural de la Humanidad.

La creación de la Reserva Marina de Galápagos se remonta varias décadas atrás. Consciente de la fragilidad de los ecosistemas marinos ante la creciente actividad humana en las islas, el Plan de Manejo del Parque Nacional terrestre de 1974 ya recomendaba la protección de una franja marina de 2 millas náuticas alrededor de cada isla.

La conservación marina toma impulso en 1986 con la declaración de una Reserva de Recursos Marinos con el objetivo de controlar la práctica ilegal de la pesca y la sobreexplotación de los recursos del mar. Este año se suele citar como el de creación de la Reserva Marina, aunque no es del todo cierto.

Con la Ley Orgánica de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de Galápagos (LOREG) de 1998, se amplía el área protegida y se pasa a denominar formalmente la Reserva Marina de Galápagos (RMG).

La Superficie de la Reserva Marina incluye dentro del polígono es de 133.000 kilómetros cuadrados de superficie marina, incorpora las aguas interiores del archipiélago (50.100 Km²) y todas aquellas contenidas en 40 millas náuticas medidas a partir del extremo exterior costero del archipiélago.

En 2001, la RMG fue incluida en la lista de Patrimonios Naturales de la Humanidad, reconociéndose de esta manera su enorme valor ecológico, cultural y económico para la conservación y para el mantenimiento de especies únicas en el mundo.

La importancia de la Reserva Marina

Los ecosistemas de Galápagos no pueden sobrevivir sin la protección del ecosistema marino. Muchas especies nativas y endémicas dependen en su totalidad de los ambientes marinos y de los procesos evolutivos y ecológicos que ocurren en la tierra y que tienen relación directa con el mar.

Pingüinos, cormoranes, lobos marinos, lobos peleteros y albatros, por ejemplo, descansan en tierra, pero se alimentan exclusivamente en el mar.

Al momento se han reportado más de 2.900 especies marinas existentes, de las cuales un 25% de organismos marinos son endémicos. Están presentes varias especies de mamíferos marinos como ballenas, delfines y lobos marinos, en un total de 24, con dos endemismos. Este hecho motivó también la declaratoria de Santuario de Ballenas en 1990.

Para mantener el equilibrio natural entre las diferentes especies y para mantener sus ecosistemas, es vital que se conserven sus bases de alimentación. Al igual que la biodiversidad de los ecosistemas terrestres, la del ambiente marino representa un sistema importante que merece un tratamiento especial.

La designación de la Reserva Marina de Galápagos reconoce los principios de conservación, y crea los fundamentos legales para ese tratamiento especial.

Todo comienza con las corrientes marinas

El archipiélago se encuentra en un punto de encuentro de corrientes oceánicas superficiales y profundas muy distintas. Gracias a ellas encontramos la variedad de especies que habitan las islas.

La corriente de aguas superficiales Sur-Ecuatorial es una de las principales y se mueve en dirección este-oeste.

A esta corriente se le suma desde el sur las aguas frías de la corriente de Perú o Humboldt, y desde el norte por aguas tropicales de la corriente de Panamá.

La sub-corriente Ecuatorial de Cromwell, procedente del oeste, es posiblemente la más importante. Viaja por el fondo del mar y sube a la superficie al toparse con Galápagos, trayendo aguas frías y ricas en nutrientes y creando zonas de afloramientos locales y el enriquecimiento de nutrientes en las capas superficiales del mar. Estos nutrientes forman la cadena alimenticia que acaba manteniendo a depredadores finales como tiburones, lobos marinos y muchas especies migratorias como las ballenas.

Las diferentes corrientes marinas que confluyen en Galápagos dan pie a la biodiversidad y alto grado de endemismo característicos del archipiélago.

Diferentes ambientes

La reserva marina muestra diferentes ambientes que albergan varios ecosistemas de alta diversidad con un abundante número de especies, muchas de ellas únicas - uno de los más altos niveles de *endemismo* del mundo.

Los "bajos", montes o volcanes submarinos que se elevan hasta menos de 100 metros en algunos casos, representan importantes zonas de alimentación para aves y mamíferos marinos que habitan las costas de Galápagos. Alrededor de estas estructuras y por encima de ellas, existen condiciones oceanográficas particulares que favorecen la vida marina donde se forman frecuentemente agregaciones alimentarias, compuestas por especies de diversos orígenes: pelágicas y migratorias, como atunes, tiburones y picudos; y de origen marino-costero, como lobos, aves, iguanas marinas y tortugas. Los otros principales hábitats marinos de la Reserva Marina de Galápagos son los fondos rocosos, seguido de las paredes verticales rocosas "los barrancos", las playas arenosas y en forma muy reducida los arrecifes de coral; además de la vegetación costera de playa y arena que tiene un alto grado de endemismo.

Por otro lado las lagunas costeras, humedales, y zonas de intercambio de agua dulce y marina presentan especies únicas.

Las áreas de manglar son zonas de reclutamiento de varias especies de peces, crustáceos y moluscos. Además, son áreas de anidación de diversas aves marinas y terrestres únicas en el mundo, como es el pinzón de manglar.

Zonificación para un manejo adecuado de la Reserva Marina

Un segmento importante de la población local de Galápagos depende económica- mente de la Reserva Marina de Galápagos, pero la sobreexplotación de especies como el pepino de mar y la langosta alteran ecosistemas enteros y ponen en peligro el recurso a largo plazo, afectando no sólo la naturaleza de Galápagos sino también la rentabilidad de las pesquerías.

La división del territorio según sus características y usos permitidos permite, por un lado, evitar o minimizar el efecto negativo de los impactos humanos a que se encuentran sometidos los ecosistemas de Galápagos y, por otro, permitir un uso racional de los bienes y servicios que general estos ecosistemas a la sociedad.

Al contrario del viejo modelo, que consideraba de manera independiente al área protegida y al área no protegida, en el nuevo modelo de zonificación tiene en cuenta que cada zona está inter- relacionada con la otra, reconociendo que los riesgos ambientales (como especies invasoras, contaminación.) vienen de las áreas pobladas y que el desarrollo de la población (a través del turismo, pesca, el autoabastecimiento de alimentos, etc.) depende de la conservación de los ecosistemas.

La zonificación no es rígida; por el contrario, está sujeta a cambios según sean las necesidades y circunstancias que se vayan creando, pudiendo reformularse según convenga para el mejor cumplimiento de la meta y objetivos de la Reserva Marina de Galápagos.

Las zonas de la Reserva Marina de Galápagos son las siguientes:

1. Zona de Uso Múltiple

Incluyen actividades de pesca, turismo, ciencia, conservación, navegación y maniobras (Patrullaje, SAR, etc.). Esta zona consistirá principalmente en las aguas profundas que se encuentran al interior y exterior de la línea base.

2. Zona de Uso Limitado

Usos sujetos a restricciones adicionales, con el propósito de proteger ambientes, recursos o actividades que son importantes y notablemente sensibles a alteraciones.

a) Sub-zona de Comparación y Protección.

Estas zonas sirven como áreas testigo (o áreas control) en la medición de efectos de usos humanos, áreas para estudiar la biodiversidad y ecología en ausencia de impactos humanos. En estas zonas se permite únicamente la ciencia y la educación. No se permite la pesca ni el turismo.

b) Sub-zona de Conservación y Uso No Extractivo.

El principal uso es el turismo acuático, pero también contempla la ciencia, la conservación y educación. En esta sub-zona se pueden permitir todas o algunas de las siguientes actividades: el esnórquel, el buceo, paseos en panga y observaciones de ballenas desde el barco.

c) Sub-zona de Conservación y Uso Extractivo y No Extractivo.

El uso extractivo incluirá la pesca artesanal, navegación, educación, ciencia, turismo, patrullaje, S.A.R: y maniobras militares. Estos controles y regulaciones adicionales variarán según la sensibilidad del lugar, estado del recurso por explotarse, necesidades de otros usuarios, etc.

d) Áreas de Manejo Especial Temporal.

Eventualmente sobre las zonas establecidas podrá determinarse especialmente áreas temporalmente manejadas con fines experimentales o de recuperación, cuya extensión

será definida para cada caso por la Junta de Manejo Participativo ante la propuesta de cualquier sector, que será aprobada por la AIM.

3. Zona Portuaria

Esta zona corresponde a las aguas cerca de los 5 puertos del archipiélago (Puerto Ayora, Baltra, Puerto Baquerizo Moreno, Puerto Velasco Ibarra y Puerto Villamil). Cada zona puede tener sub-zonas para controlar, permitir o restringir ciertas actividades. Estas sub-zonas pueden ser las siguientes:

a) Sub-zona Experimental.

Categoría de sub-zona temporal. Esta es una zona que está bajo un régimen de manejo especial para propósitos de Experimentación.

b) Sub-zona de Recuperación.

Categoría de sub-zona temporal. Es una área que ha sufrido degradación, por cualquiera causa (p.ej. sobre-explotación, contaminación, daño físico por el turismo, daño por una tormenta, El Niño), la JMP puede declarar y delimitar una zona de recuperación, con protección completa y/o reglas especiales para ayudar su recuperación. La designación de Zona de Recuperación se mantendrá hasta que la JMP decida retirarla.

Desde hace siglos, pescadores latinoamericanos notaban unas corrientes de agua caliente que aparecían cada varios años, siempre hacia final de diciembre. Las consecuencias eran devastadoras. Llovía como nunca antes, la temperatura del agua cambiaba y muchos animales marinos se morían de desnutrición. A este evento le llamaron El Niño, por comenzar durante la Navidad.

Hoy sabemos mucho más de sus causas, aunque sus efectos no son menos dramáticos.

El fenómeno se debe a las diferencias entre ambos lados (Este y Oeste) del Pacífico tropical:

El agua del Oeste del Océano Pacífico, cerca de Australia e Indonesia, es 8 grados más caliente que la que se registra al Este, en la costa de Latinoamérica. Por ello, el clima es más húmedo y llueve mucho más en el Oeste que en el Este del Pacífico.

Cada varios años, hay un debilitamiento de los vientos que mantienen el flujo de las grandes corrientes oceánicas, de tal forma que comienzan a fluir grandes masas de agua caliente del Oeste al Este del Pacífico (hacia Galápagos). Las aguas del Oeste se enfrían, y las del Este se calientan. La corriente de Perú o Humboldt, que trae aguas frías del sur, se debilita, facilitando aún más el calentamiento del agua.

Cuando cambia la temperatura del agua, también cambia su salinidad, alterando los ecosistemas marinos, ya que todas las plantas y animales marinos son muy sensibles a la salinidad.

Mientras esto ocurre, el aire también cambia. La presión atmosférica sube en el Este y baja en el Oeste, cambiando los vientos y la lluvia. El Este, Latinoamérica, se produce un incremento inusual de las lluvias, mientras que se dan sequías importantes en Asia y Oceanía. Cuando El Niño pasa, las grandes lluvias dan paso a épocas de gran sequía.¹

¹Fuente: Sobre la Reserva Marina de Galápagos DIRECCIÓN DEL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS 2013
http://www.galapagospark.org/nophprg.php?page=reserva_marina_sobre_la

Capítulo II

Análisis de Involucrados

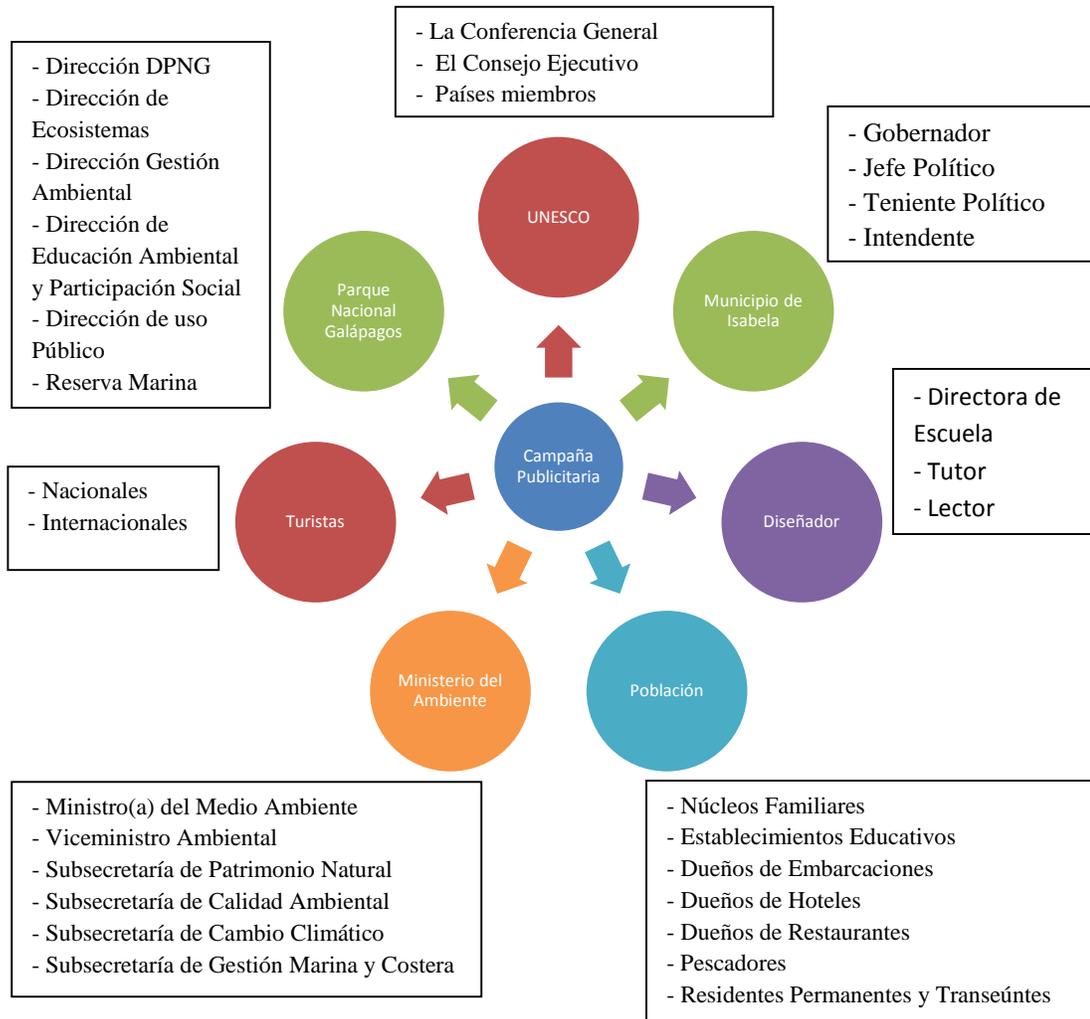


Figura #1

Elaborado por: Paúl Santacruz

2.01 Identificación de Involucrados

En la actualidad la Isla Isabela del Archipiélago de Galápagos se halla habitado por una pequeña cantidad de gente en relación a la Isla que es la más grande en extensión. A continuación se detalla los principales involucrados y llamados a fomentar el cuidado y protección de la Fauna Marina y cuidado ambiental de la misma.

2.02 Análisis y Selección con los involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema central	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
<ul style="list-style-type: none"> - Toda la Población - Núcleos Familiares - Establecimientos Educativos - Dueños de Embarcaciones - Dueños de Hoteles - Dueños de Restaurantes - Pescadores - Residentes de Isabela 	<ul style="list-style-type: none"> - Concienciarse acerca del cuidado que debe existir para cuidar la Fauna Marina y así contribuir positivamente al entorno de todos los habitantes de la Isla Isabela. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa información de concienciación y cuidado de la Fauna Marina en Isabela - Galápagos 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Humanos para crear conciencia en toda la población y así incentivarlos a preservar su Fauna Marina. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivarse a causa del beneficio que aportaría recibir una Campaña Publicitaria para difundir y concienciar acerca del cuidado de la Fauna Marina en Isabela. 	<ul style="list-style-type: none"> - Que exista restricciones por leyes de comunicación que impidan la libertad de expresión.
<ul style="list-style-type: none"> - Turistas Nacionales y Extranjeros 	<ul style="list-style-type: none"> - Comprometerse como visitantes a las Islas y además de admirar su biodiversidad deberían demostrar interés por la preservación de dicho entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Escasa información de concienciación del cuidado de la Fauna Marina en la Isla Isabela. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Sociales y Humanos: 	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir una correcta información de concienciación con lo cual conllevaría a cuidarla Isla Isabela y todo Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Que el mensaje no conlleve a una concienciación del cuidado ambiental
<ul style="list-style-type: none"> - Dirección D.P.N.G. - Dirección de Ecosistemas - Dirección Gestión Ambiental - Dirección de Educación Ambiental y Participación Social - Dirección de uso Público - Reserva Marina 	<ul style="list-style-type: none"> - Proteger la biodiversidad de las Islas Galápagos, con lo que se apoyará al cuidado y conservación de las mismas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Consecuencias graves al medio ambiente por la carencia de información y apoyo a Proyectos para protección de la Isla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Sociales, Humanos y Económicos 	<ul style="list-style-type: none"> - Dar solución a los problemas comunicacionales que existe en la Isla Isabela para generar interés por cuidarla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés de los habitantes, turistas nacionales y extranjeros por recibir el mensaje de conservación de la Fauna Marina.
<ul style="list-style-type: none"> - El Municipio de la Isla Isabela. - Gobernador - Jefe Político - Teniente Político - Intendente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar a sus directivos y trabajadores a involucrarse más y brindando una correcta labor y que Isabela sirva de ejemplo para el resto de Islas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desinterés por el mensaje comunicacional para una concienciación de proteger las especies marinas y su entorno. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos Sociales para recibir el mensaje comunicacional, - Recursos Humanos al mejorar su servicio a la Isla. 	<ul style="list-style-type: none"> - Solucionar con información la cual es escasa en cuanto a la concienciación de cuidar la Isla Isabela a causa del impacto ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> - Que las autoridades no presten interés de acatar las sugerencias de comunicación de concienciación al cuidado de su Fauna Marina.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
<ul style="list-style-type: none"> - Ministro(a) del Medio Ambiente - Viceministro Ambiental - Subsecretaría de Patrimonio Natural - Subsecretaría de Calidad Ambiental - Subsecretaría de Cambio Climático - Subsecretaría de Gestión Marina 	<ul style="list-style-type: none"> - Incentivar para un mejor cuidado del ambiente y que cuente con la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas en este caso de Galápagos y la concienciación del cuidado de la Fauna Marina. 	<ul style="list-style-type: none"> -Escasa información para el cuidado y conservación de las especies marinas en la Isla Isabela Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos Humanos - Recursos Sociales - Leyes Internas 	<ul style="list-style-type: none"> -Brindar un aporte que dará solución a la carencia comunicacional que existe de la concienciación por cuidar el medio ambiente donde se desarrollan las especies marinas de la Isla Isabela. 	<ul style="list-style-type: none"> - Leyes internas que impidan la realización del proyecto publicitario
<ul style="list-style-type: none"> -La UNESCO, como organización mundial, cuyo objetivo es reducir la pérdida de la biodiversidad y tratar sus aspectos ecológicos, sociales y económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Continuar con el nombramiento de Galápagos como Patrimonio de la Humanidad, y así apoyar al proyecto de concienciación para el cuidado y protección de la Fauna Marina en las Islas Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> - El desconocimiento del proyecto y su aporte al cuidado de la Fauna Marina 	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos Sociales, Humanos, Ley de comunicación 	<ul style="list-style-type: none"> -Apoyar con sumo interés los proyectos informativos de conservación y cuidado de la Fauna Marina en Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un posible anuncio por parte de la UNESCO de la salida de lista de Galápagos como Patrimonio Mundial por encontrarla en peligro por su despreocupación de cuidar su Fauna Marina así también su medio ambiente.
<ul style="list-style-type: none"> - Diseñador intelectual de la Campaña Publicitaria de concienciación del cuidado de la Fauna Marina. - Directora de Escuela - Tutor - Lector - Familia 	<ul style="list-style-type: none"> -Impactar con información visual y escrita de concienciación a la conservación de la Fauna Marina de Galápagos, pues evitaría la desaparición de especies marinas que son exclusivas de la Isla Isabela. 	<ul style="list-style-type: none"> -La lejanía que se encuentra ubicada la Isla Isabela con todos los inconvenientes de trasladarse por diferentes medios de transporte pero con el propósito de cumplir con dicho proyecto publicitario. 	<ul style="list-style-type: none"> -Recursos Económicos -Recursos Humanos - Creatividad - Originalidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir mediante una Campaña Publicitaria con información de concienciación y así aportar a la sociedad con el conocimiento aprendido hasta ahora para así ayudar a la conservación de la Fauna Marina de Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Que los involucrados no sean persuadidos con la información de cuidar las especies marinas de la Isla Isabela y el resto de Islas de Galápagos.

Tabla N°2.-

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Capítulo III Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas

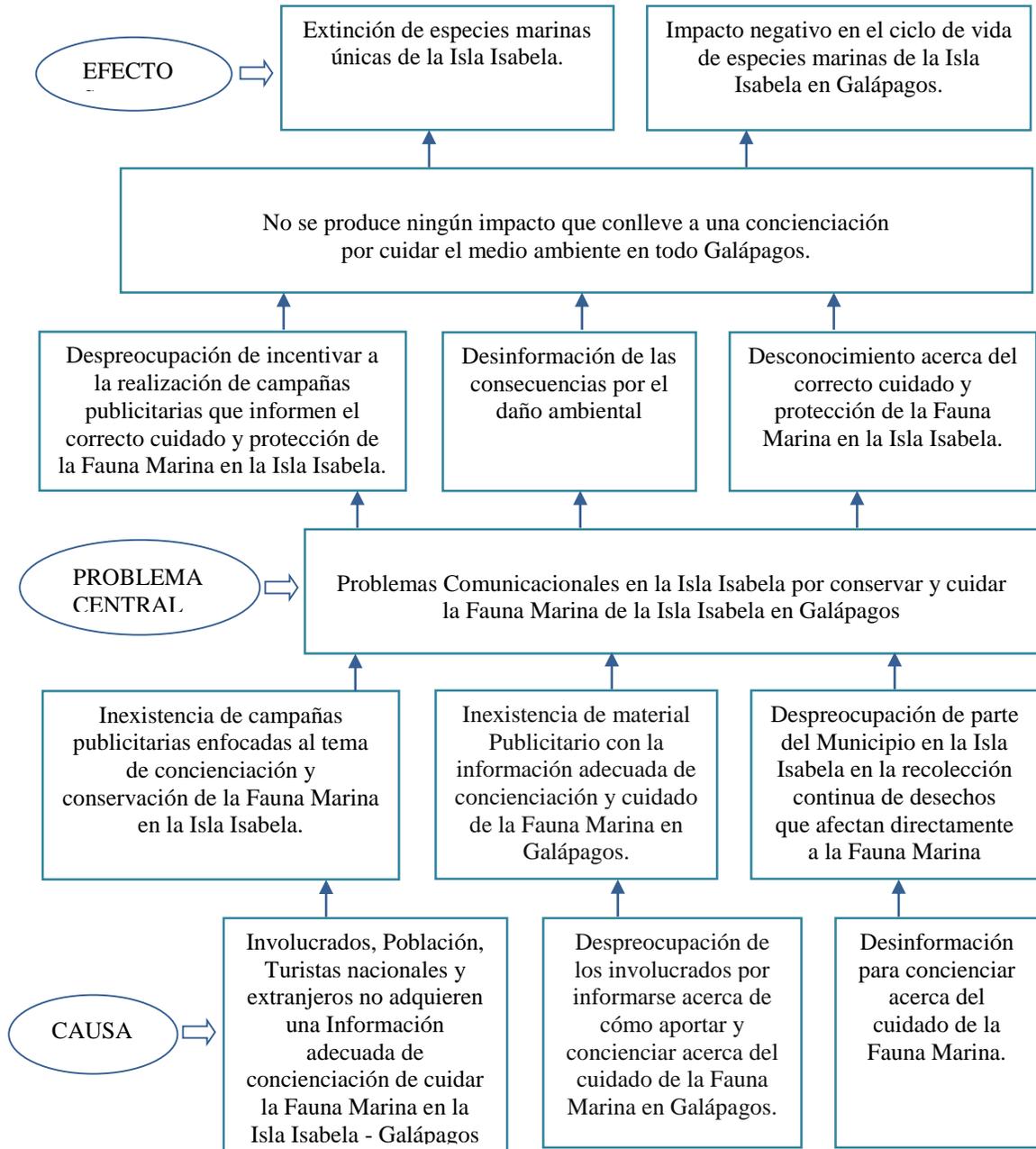


Figura #2

Elaborado por: Paúl Santacruz

3.02 Árbol de Objetivos

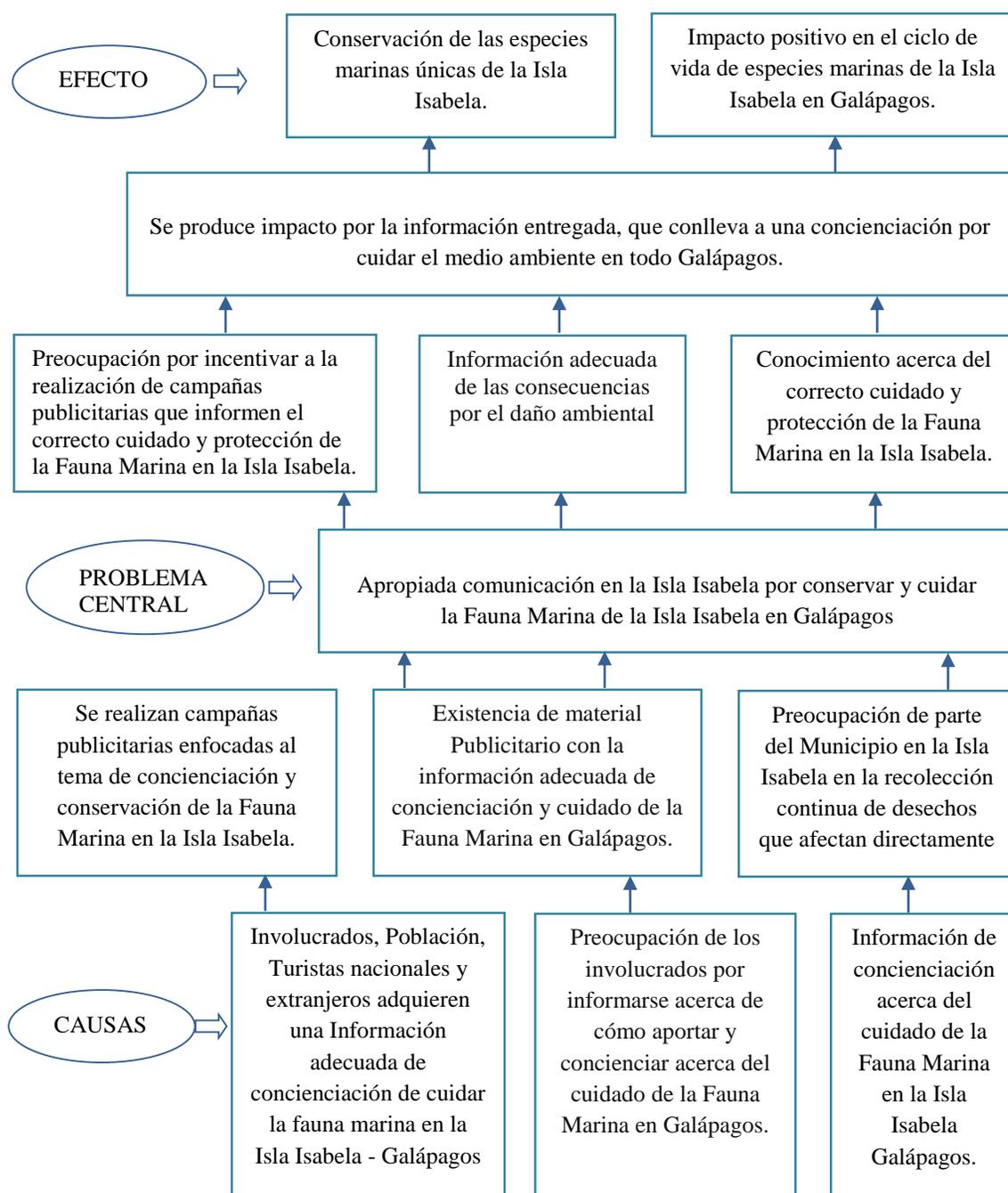


Figura #3

Elaborado por: Paúl Santacruz

Capítulo IV

Análisis de Alternativas

4.1 Acciones e identificación de alternativas

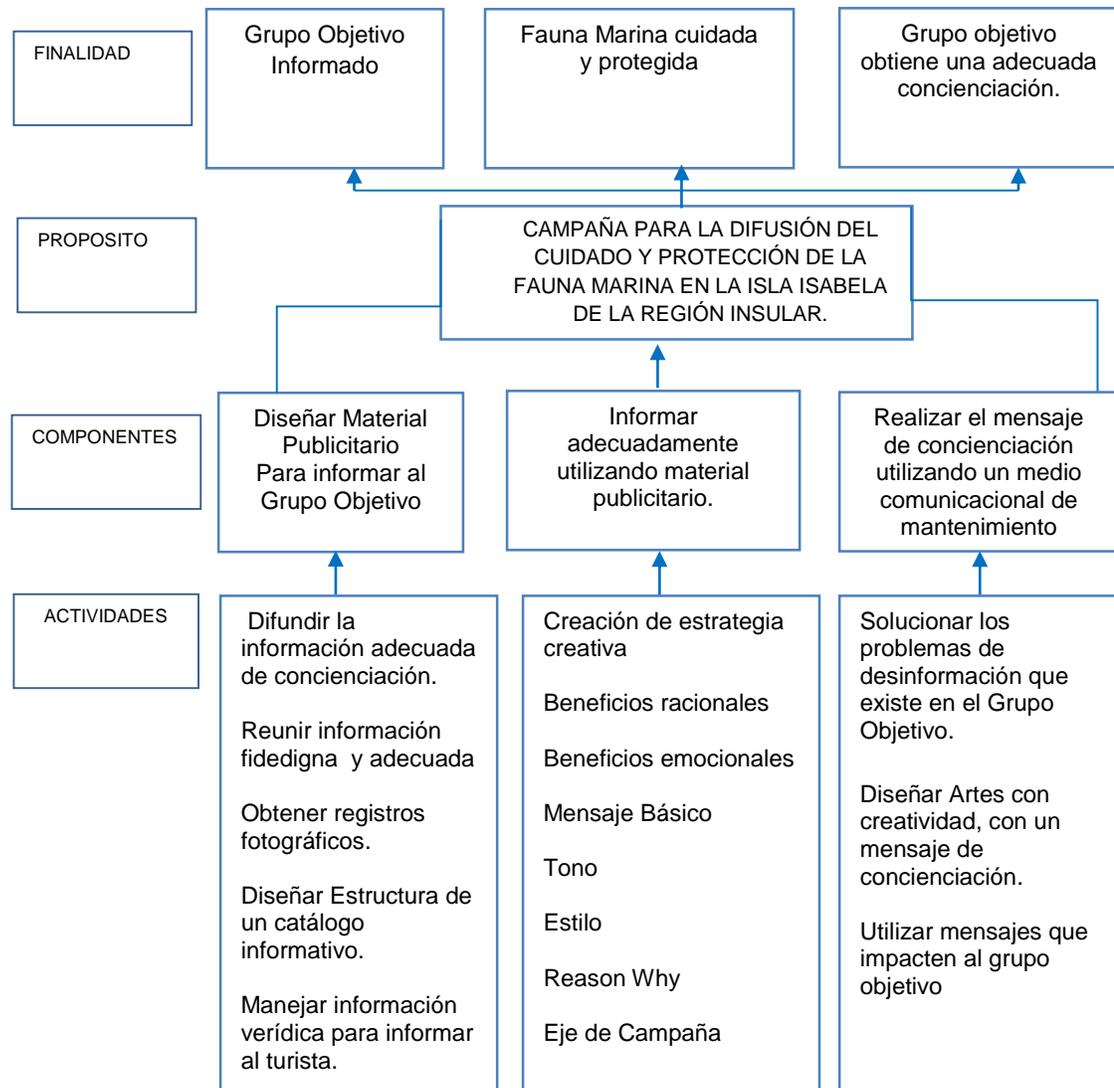


Figura #4

Elaborado por: Paúl Santacruz

4.2.- Tamaño del Proyecto

Isla Isabela es la más grande de todo el Archipiélago ecuatoriano, con 4588 km² de superficie, ocupa el 60% de la superficie, del total de las islas Galápagos.

Dimensiones del Proyecto en cuanto a Impacto del mismo y su alcance

Este proyecto está pensado en afectar positivamente en el comportamiento del grupo objetivo concienciando con una información adecuada del peligro existente que es la extinción de ciertas especies marinas causada por la desinformación existente en las islas y que son las Autoridades, Turistas Nacionales, Extranjeros y Pobladores de la Isla Isabela con alcance a todo Galápagos.

4.3.- Localización del Proyecto

Ubicación Física y Geográfica.



Figura: 5 Elaborado por: Paúl Santacruz

Fuente: <http://maps.google.es/>

4.4.-Análisis Ambiental

En cuanto a la contaminación visual, se tomarán medidas alternativas para evitarla para lo cual se realizará la campaña de concienciación minimizando lo más posible en el impacto ambiental. Se diseñará un catálogo informativo de concienciación al cuidado de la Fauna Marina de las Islas, los cuales serán entregados en agencias de viajes que se repartirán a los turistas nacionales y extranjeros, en cuyo destino está visitar las Islas Galápagos. Con esto se comprometerá a los turistas a proteger dichas especies.

4.5 Análisis de Alternativas

Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Diseñar un catálogo con una correcta información de concienciación para cuidar la Isla Isabela y Galápagos de tal manera que sus habitantes y visitantes cambien sus hábitos y actitudes para cuidar la Fauna Marina	5	5	3	4	4	21	Alta
Establecer una correcta difusión que comunique el mensaje de concienciación por cuidar y preservar la Fauna Marina en la Isla Isabela.	5	4	3	4	4	20	Alta
Diseñar artes creativas para estamparlos en camisetas con un mensaje que impacten y generen concienciación del cuidado y conservación de la Fauna Marina en Isabela y todo Galápagos.	5	4	3	4	3	19	Alta

Tabla N°3

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

4.6 Diagrama de estrategias

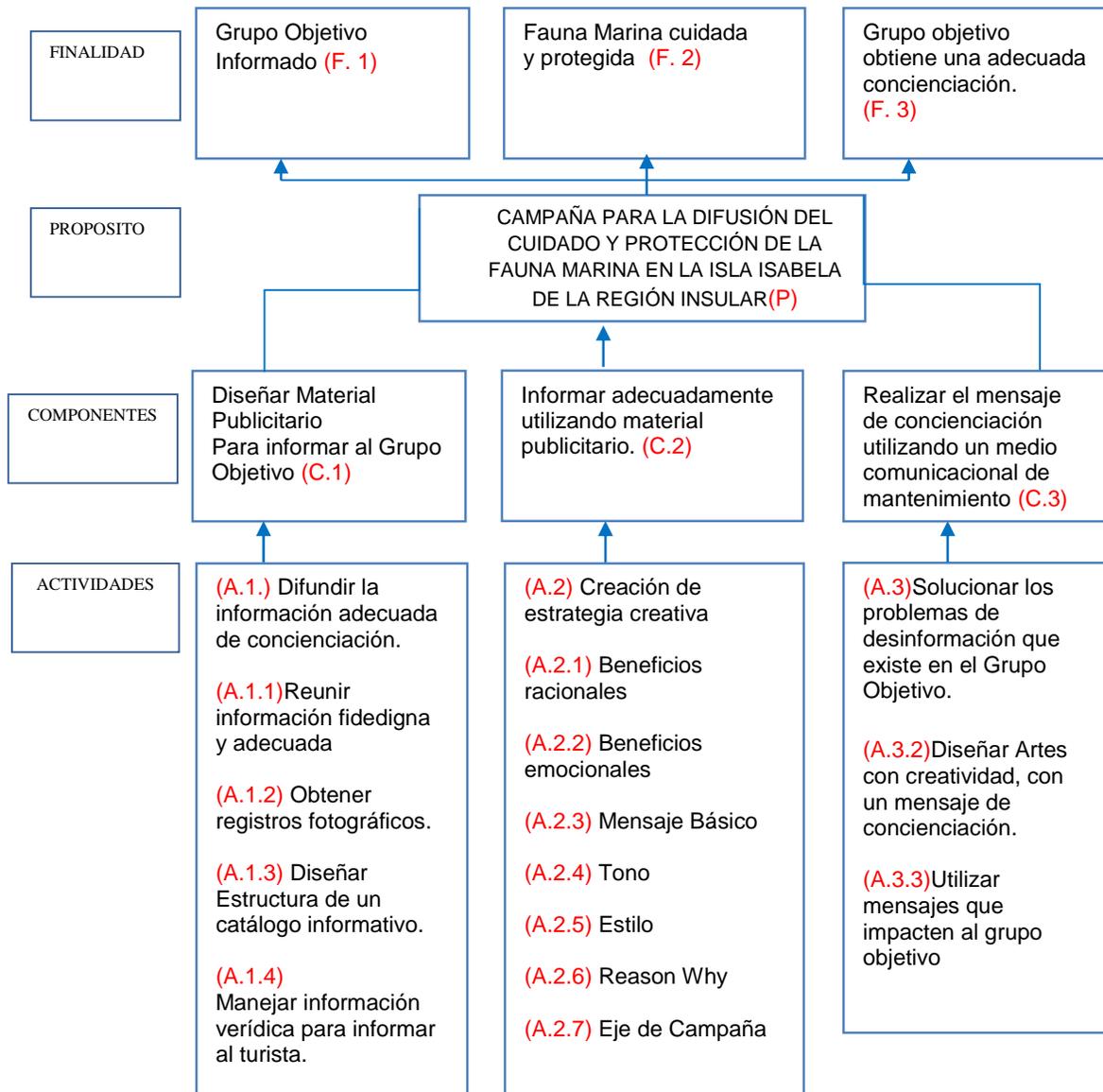


Figura #6

Elaborado por: Paúl Santacruz

4.7 Construcción de Matriz de Marco Lógico

Revisión de Indicadores

Fines

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
F I N	F1 Grupo Objetivo Informado	(F1.1) Al Concluir la campaña de Publicidad el grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(F1.2) Se genera interés del grupo objetivo por cuidar su Fauna Marina.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	
	F2 Fauna Marina cuidada y protegida	(F2.1) Al finalizar la campaña el Grupo Objetivo es concienciado para cuidar su Fauna Marina.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(F2.2) Se genera acciones positivas del grupo objetivo aportando así al cuidado de la Fauna Marina.	Necesarias	Aceptable	6 meses	Isla Isabela Galápagos	
	F3. Grupo objetivo obtiene una adecuada concienciación.	(F3.1) Al Concluir la campaña el Grupo Objetivo recibe la información adecuada de concienciación.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela
		(F3.2) Las Autoridades se incentivan para cuidar al medio ambiente y su Fauna Marina.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Autoridades de la Isla Isabela

Tabla #4

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Propósito

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
P R O P Ó S I T O	P. Campaña para la difusión de la información adecuada de concienciación del cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela.	P.1. Al culminar la campaña de concienciación el grupo objetivo es informado adecuadamente de las consecuencias de no cuidar la Fauna Marina en Isabela	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		P.2. El Grupo Objetivo realiza acciones positivas para cuidar la Fauna Marina.	Necesarias	Aceptable	6 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		P.3. Las Autoridades, pobladores y visitantes de la Isla, se concientian gracias a la información entregada.	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Autoridades de la Isla Isabela
		P.4. La Fauna Marina es protegida por el Grupo Objetivo	Suficientes	Optima	6 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos

Tabla #5

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Componentes

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
C O M P O N E N T E S.	C1 Diseñar Material Publicitario Para informar al Grupo Objetivo	(C1.1) Difusión de la información necesaria mediante material publicitario con el objetivo de concienciar.	Suficientes	Optima	3 meses	-Quito -Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(C1.2) La información es acogida por el grupo objetivo.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	
	C.2. Informar adecuadamente del mensaje de concienciación mediante medios de comunicación	(C2.1) El Grupo Objetivo dispuesto a impartir el mensaje concienciado para cuidar su Fauna Marina.	Necesarias	Aceptable	6 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(C2.2) El mensaje es bien interpretado por el Grupo Objetivo.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	
	C.3 Aplicar el mensaje de concienciación en medios de mantenimiento	(C3.1) El grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(C3.2) Se entrega el mensaje con claridad y calidad	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	
		(C3.2) Se genera la atención esperada por el Grupo Objetivo.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	

Tabla #6

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cant	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
A C T I V I D A D E S	(A.1) Difundir la información adecuada de concienciación.	(A.1.1.1.1) Se crea la información fidedigna y adecuada	Suficientes	Optima	3 meses	Quito	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(A.1.1.1.2) Se crea la información fidedigna y adecuada	Necesarias	Aceptable	3 meses	Quito	
	(A.2) Creación de estrategia creativa	(A.2.2.2.1) Publicidad elaborada con calidad.	Suficientes	Optima	3 meses	Quito	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(A.2.2.2.2) La Publicidad se la ubica en lugares estratégicos de concurrencia turística.	Suficientes	Optima	3 meses	Quito	
	(A.3) Solucionar los problemas de desinformación que existe en el Grupo Objetivo.	(A.3.3.3.1) Se obtiene el resultado esperado satisfactoriamente.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
		(A.3.3.3.2) Crea impacto generando concienciación en el Grupo Objetivo.	Suficientes	Optima	3 meses	-Quito -Isla Isabela Galápagos	

Tabla #7

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Actividades

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Cantidad
ACTIVIDADES	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada de concienciación	(A.1.1.1) Informar adecuadamente al Grupo Objetivo.	Suficientes	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.1.2) Obtener registros fotográficos.	(A.1.2.1) Se Aplican Técnicas fotográficas.	Necesaria	Aceptable	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.1.3) Diseñar Estructura de un catálogo informativo.	(A.1.3.1) Organizar correctamente la información que se va a difundir.	Suficientes	Optima	3 meses	Quito	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.1.4) Manejar información verídica para informar al turista.	(A.1.4.1) Informar al grupo objetivo sin confundirlo.	Necesaria	Aceptable	3 meses	Quito Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.1) Beneficios racionales	(A.2.1.1) Brindar bienestar, cuidado, seguridad	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos

Tabla #7

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Actividades

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Cantidad
A C T I V I D A D E S	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) - Incentivar - Interesar - Persuadir - Concienciar - Comprometer	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.3) Mensaje Básico	(A.2.3.1) "Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina".	Suficiente	Optima	3 meses	Quito Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.4) Tono	(A.2.4.1) Se utiliza un tono indiferente	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.5) Estilo	(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal.	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.6) Reason Why	(A.2.6.1) Se Justifica porque se utilizaron los componentes mencionados anteriormente.	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.7) Eje de Campaña	(A.2.7.1) Se lo crea mediante piezas publicitarias.	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela.

Tabla #7

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Actividades

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
A C T I V I D A D E S	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) - Incentivar - Interesar - Persuadir - Concienciar - Comprometer	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.3) Mensaje Básico	(A.2.3.1) "Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina".	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos
	(A.2.4) Tono	(A.2.4.1) Se utiliza un tono indiferente	Suficiente	Optima	3 meses	Isla Isabela Galápagos	Turistas nacionales y extranjeros, visitantes de la Isla Isabela en Galápagos

Tabla #7

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Fines

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F I N	F1 Grupo Objetivo Informado	(F1.1) Al Concluir la campaña de Publicidad el grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación	X	X	X	X	X	5	Alta
		(F1.2) Se genera interés del grupo objetivo por cuidar su Fauna Marina.	X	X	X	X	X	5	Alta
	F2 Fauna Marina cuidada y protegida	(F2.1) Al finalizar la campaña el Grupo Objetivo es concienciado para cuidar su Fauna Marina.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(F2.2) Se genera acciones positivas del grupo objetivo aportando así al cuidado de la Fauna Marina.	X	X	X		X	4	Alta
	F3. Grupo objetivo obtiene una adecuada concienciación.	(F3.1) Al Concluir la campaña el Grupo Objetivo recibe la información adecuada de concienciación.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(F3.2) Las Autoridades se incentivan para cuidar al medio ambiente y su Fauna Marina.	X	X	X	X		4	Alta

Tabla #8

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Propósito

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
P R O P Ó S I T O	P. Campaña para la difusión de la Información adecuada de concienciación del cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela.	P.1. Al culminar la campaña de concienciación el grupo objetivo es informado adecuadamente de las consecuencias de no cuidar la Fauna Marina en Isabela	X	X	X	X	X	5	Alta
		P.2. El Grupo Objetivo realiza acciones positivas para cuidar la Fauna Marina.	X	X	X		X	4	Alta
		P.3. Las Autoridades, pobladores y visitantes de la Isla, se concientan gracias a la información entregada.	X	X	X	X	X	5	Alta
		P.4. La Fauna Marina es protegida por el Grupo Objetivo	X	X	X	X	X	5	Alta

Tabla #9

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Componentes

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
C O M P O N E N T E S	C1 Diseñar Material Publicitario Para informar al Grupo Objetivo	(C1.1) Difusión de la información necesaria mediante material publicitario con el objetivo de concienciar.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(C1.2) La información es acogida por el grupo objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alta
	C.2. Informar adecuadamente del mensaje de concienciación mediante medios de comunicación	(C2.1) El Grupo Objetivo dispuesto a impartir el mensaje concienciado para cuidar su Fauna Marina.	X	X		X	X	4	Alta
		(C2.2) El mensaje es bien interpretado por el Grupo Objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alta
	C.3 Aplicar el mensaje de concienciación en medios de mantenimiento	(C3.1) El grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(C3.2) Se entrega el mensaje con claridad y calidad	X	X	X	X	X	5	Alta
		(C3.2) Se genera la atención esperada por el Grupo Objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alta

Tabla #10

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
A C T I V I D A D E S	(A.1.) Difundir la información adecuada de concienciación.	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada de concienciación	X	X	X	X	X	5	Alta
		(A.1.1) Obtener registros fotográficos.	X		X	X	X	4	Alta
	(A.2) Creación de estrategia creativa	(A.2.1) Publicidad elaborada con calidad.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(A.2.2) La Publicidad se la ubica en lugares estratégicos de concurrencia turística.	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.3) Solucionar los problemas de desinformación que existe en el Grupo Objetivo.	(A.3.1) Se obtiene el resultado esperado satisfactoriamente.	X	X	X	X	X	5	Alta
		(A.3.2) Crea impacto generando concienciación en el Grupo Objetivo.	X	X	X	X	X	5	Alta

Tabla #11

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTA JE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
A C T I V I D A D E S	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada	(A.1.1.1) Informar adecuadamente al Grupo Objetivo.	X	X	X	X		4	Alta
	(A.1.2) Obtener registros fotográficos.	(A.1.2.1) Se Aplican Técnicas fotográficas.	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.1.3) Diseñar Estructura de un catálogo informativo.	(A.1.3.1) Organizar correctamente la información que se va a difundir.	X	X	X	X		4	Alta
	(A.1.4) Manejar información verídica para informar al turista.	(A.1.4.1) Informar al grupo objetivo sin confundirlo.	X	X	X	X		4	Alta
	(A.2.1) Beneficios racionales	(A.2.1.1) Brindar bienestar, cuidado, seguridad	X	X	X	X		4	Alta

Tabla #11

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Selección de Indicadores

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
A C T I V I D A D E S	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) - Incentivar - Interesar - Persuadir - Concienciar - Comprometer	X	X	X	X		4	Alta
	(A.2.3) Mensaje Básico	(A.2.3.1) "Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina".	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.2.4) Tono	(A.2.4.1) Se utiliza un tono indiferente	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.2.5) Estilo	(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal.	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.2.6) Reason Why	(A.2.6.1) Se Justifica porque se utilizaron los componentes mencionados anteriormente.	X	X		X	X	4	Alta
	(A.2.7) Eje de Campaña	(A.2.7.1) Se lo crea mediante piezas publicitarias.	X	X	X	X	X	5	Alta
	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) - Incentivar - Interesar - Persuadir - Concienciar - Comprometer	X	X	X	X		4	Alta

Tabla #11

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Fines

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
F I N	F1 Grupo Objetivo Informado	(F1.1) Al Concluir la campaña de Publicidad el grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación	Documentos	Observación	Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(F1.2) Se genera interés del grupo objetivo por cuidar su Fauna Marina.	Testimonios	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	F2 Fauna Marina cuidada y protegida	(F2.1) Al finalizar la campaña el Grupo Objetivo es concienciado para cuidar su Fauna Marina.	Documentos	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador
		(F2.2) Se genera acciones positivas del grupo objetivo aportando así al cuidado de la Fauna Marina.	Confirmación	Observación	Cuantitativo	6 meses	Paul Santacruz Diseñador
	F3. Grupo objetivo obtiene una adecuada concienciación.	(F3.1) Al Concluir la campaña el Grupo Objetivo recibe la información adecuada de concienciación.	Documentos	Observación	Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(F3.2) Las Autoridades se incentivan para cuidar al medio ambiente y su Fauna Marina.	Testimonios	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador

Tabla #12

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Propósito

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MÉDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
P R O P Ó S I T O	P. Campaña para la difusión de la Información adecuada de concienciación del cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela.	P.1. Al culminar la campaña de concienciación el grupo objetivo es informado adecuadamente de las consecuencias de no cuidar la Fauna Marina en Isabela	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		P.2. El Grupo Objetivo realiza acciones positivas para cuidar la Fauna Marina.	Confirmación	Observación	Cualitativo	6 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		P.3. Las Autoridades, pobladores y visitantes de la Isla, se concientan gracias a la información entregada.	Documentos	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador
		P.4. La Fauna Marina es protegida por el Grupo Objetivo	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador

Tabla #13

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Componentes

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MÉDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
C O M P O N E N T E S	C1 Diseñar Material Publicitario Para informar al Grupo Objetivo	(C1.1) Difusión de la información necesaria mediante material publicitario con el objetivo de concienciar.	Documentos	Observación	Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(C1.2) La información es acogida por el grupo objetivo.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	
	C.2. Informar adecuadamente del mensaje de concienciación mediante medios de comunicación	(C2.1) El Grupo Objetivo dispuesto a impartir el mensaje concienciado para cuidar su Fauna Marina.	Confirmación	Observación	Cualitativo	6 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(C2.2) El mensaje es bien interpretado por el Grupo Objetivo.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	C.3 Aplicar el mensaje de concienciación en medios de mantenimiento	(C3.1) El grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(C3.2) Se entrega el mensaje con claridad y calidad	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	

Tabla #14

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MÉDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
A C T I V I D A D E S	(A.1) Difundir la información adecuada de concienciación.	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada de concienciación	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(A.1.1) Obtener registros fotográficos.	Documentos	Observación	Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2) Creación de estrategia creativa	(A.2.1) Publicidad elaborada con calidad.	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(A.2.2) La Publicidad se la ubica en lugares estratégicos de concurrencia turística.	Documentos	Observación	Cuantitativo	4 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.3) Solucionar los problemas de desinformación que existe en el Grupo Objetivo.	(A.3.1) Se obtiene el resultado esperado satisfactoriamente.	Testimonios	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	6 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
		(A.3.2) Crea impacto generando concienciación en el Grupo Objetivo.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña

Tabla #15

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
A C T I V I D A D E S	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada	(A.1.1.1) Informar adecuadamente al Grupo Objetivo.	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.1.2) Obtener registros fotográficos.	(A.1.2.1) Se Aplican Técnicas fotográficas.	Documentos	Observación	- Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.1.3) Diseñar Estructura de un catálogo informativo.	(A.1.3.1) Organizar correctamente la información que se va a difundir.	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	4 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.1.4) Manejar información verídica para informar al turista.	(A.1.4.1) Informar al grupo objetivo sin confundirlo.	Documentos	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	4 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.1) Beneficios racionales	(A.2.1.1) Brindar bienestar, cuidado, seguridad	Confirmación	Observación	- Cualitativo - Cuantitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña

Tabla #15

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia	Responsable
A C T I V I D A D E S	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) - Incentivar - Interesar - Persuadir - Concienciar - Comprometer	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.3) Mensaje Básico	(A.2.3.1) "Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina".	Testimonios	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.4) Tono	(A.2.4.1) Se utiliza un tono indiferente	Documentos	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.5) Estilo	(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.6) Reason Why	(A.2.6.1) Se Justifica porque se utilizaron los componentes mencionados anteriormente.	Confirmación	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña
	(A.2.7) Eje de Campaña	(A.2.7.1) Se lo crea mediante piezas publicitarias.	Documentos	Observación	Cualitativo	3 meses	Paul Santacruz Diseñador Campaña

Tabla #15

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Financiero
F I N	F1 Grupo Objetivo Informado	(F1.1) La campaña de Publicidad tiene buen resultado y el grupo objetivo conoce el mensaje de concienciación			X	X	
	F2 Fauna Marina cuidada y protegida	(F2.1) El grupo objetivo aporta con acciones positivas para el cuidado y protección de la Fauna Marina.			X	X	
	F3. Grupo objetivo obtiene una adecuada concienciación.	(F3.1) Se hace conciencia de parte del grupo Objetivo de las consecuencias de no cuidar las especies marinas de parte del Grupo Objetivo			X	X	

Tabla #16

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación Propósitos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
P R O P Ó S I T O	P. Campaña para la difusión de la Información adecuada de concienciación del cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela.	P.1. Al culminar la campaña de concienciación el Grupo Objetivo es persuadido y realiza acciones positivas al medio ambiente y por ende a la Fauna Marina en Isabela			X	X	

Tabla #17

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Componentes

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
C O M P O N E N T E S	C1 Diseñar Material Publicitario Para informar al Grupo Objetivo	(C1.1) La difusión de la información se realiza con normalidad mediante el material publicitario con el objetivo de concienciar.			X	X	
	C.2. Informar adecuadamente del mensaje de concienciación mediante medios de comunicación	(C2.1) El Grupo Objetivo imparte el mensaje de concienciación para cuidar su Fauna Marina.			X	X	
	C.3 Aplicar el mensaje de concienciación en medios de mantenimiento	(C3.1) La persuasión generada es evidente de parte del Grupo Objetivo, dejando buenos resultados como aporte al medio ambiente			X	X	

Tabla #18

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A C T I V I D A D E S	(A.1.) Difundir la información adecuada de concienciación.	(A.1.1) Los resultados son satisfactorios de parte del Grupo Objetivo al obtener la información de concienciación			X	X	
	(A.2) Creación de estrategia creativa	(A.2.1) Las piezas Publicitarias son de mucho interés de parte del Grupo Objetivo			X	X	
	(A.3) Solucionar los problemas de desinformación que existe en el Grupo Objetivo.	(A.3.1) La información es adecuada y cumple satisfactoriamente con su objetivo del mensaje de concienciación en el Grupo Objetivo.			X	X	

Tabla #19

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A C T I V I D A D E S	(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada	(A.1.1.1) Se Informa adecuadamente al Grupo Objetivo creando concienciación.			X	X	
	(A.1.2) Obtener registros fotográficos.	(A.1.2.1) Los registros fotográficos son de calidad y expresan el mensaje de concienciación.				X	
	(A.1.3) Diseñar Estructura de un catálogo informativo.	(A.1.3.1) El catálogo es acogido con mucho interés y es utilizado adecuadamente			X	X	
	(A.1.4) Manejar información verídica para informar al turista.	(A.1.4.1) La Información es muy bien entendida por parte del Grupo Objetivo.			X	X	
	(A.2.1) Beneficios racionales	(A.2.1.1) El cuidado de la Fauna Marina genera bienestar en el Grupo Objetivo			X	X	

Tabla #19

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Medios de Verificación

Actividades

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
A C T I V I D A D E S	(A.2.2) Beneficios emocionales	(A.2.2.1) – El Grupo Objetivo es persuadido e Incentivado por el mensaje de concienciación.			X	X	
	(A.2.3) Mensaje Básico	(A.2.3.1) El Grupo Objetivo se encuentra comprometido a cuidar y proteger la Fauna Marina de Isla Isabela			X	X	
	(A.2.4) Tono	(A.2.4.1) El tono utilizado es indiferente pues se dedica a todo el Grupo Objetivo			X	X	
	(A.2.5) Estilo	(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal pues se maneja veracidad en el mensaje de concienciación.			X	X	
	(A.2.6) Reason Why	(A.2.6.1) La campaña de concienciación es justificada porque genera buenos resultados				X	
	(A.2.7) Eje de Campaña	(A.2.7.1) Es aplicado el mensaje de concienciación basado en el Eje de campaña				X	

Tabla #19

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Matriz Marco Lógico

Fines

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>F.1.- Grupo Objetivo Informado</p> <p>F2 Fauna Marina cuidada y protegida</p> <p>F3. Grupo objetivo obtiene una adecuada concienciación</p>	<p>(F1.1) Al Concluir la campaña de Publicidad el grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación</p> <p>(F1.2) Se genera interés del grupo objetivo por cuidar su Fauna Marina.</p> <p>(F2.1) Al finalizar la campaña el Grupo Objetivo es concienciado para cuidar su Fauna Marina.</p> <p>(F2.2) Se genera acciones positivas del grupo objetivo aportando así al cuidado de la Fauna Marina.</p> <p>(F3.1) Al Concluir la campaña el Grupo Objetivo recibe la información adecuada de concienciación.</p> <p>(F3.2) Las Autoridades se incentivan para cuidar al medio ambiente y su Fauna Marina.</p>	<p>M.V.1 Documentos</p> <p>M.V.2 Confirmación</p> <p>M.V.3 Testimonios</p>	<p>(F1.1) La campaña de Publicidad tiene buen resultado y el grupo objetivo conoce el mensaje de concienciación</p> <p>(F2.1) El grupo objetivo aporta con acciones positivas para el cuidado y protección de la Fauna Marina.</p> <p>(F3.1) Se hace conciencia de parte del grupo Objetivo de las consecuencias de no cuidar las especies marinas de parte del Grupo Objetivo</p>

Tabla #20

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Matriz Marco Lógico

Propósitos

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>P.-CAMPAÑA PARA LA DIFUSIÓN DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA MARINA EN LA ISLA ISABELA DE LA REGIÓN INSULAR.</p>	<p>P.1. Al culminar la campaña de concienciación el grupo objetivo es informado adecuadamente de las consecuencias de no cuidar la Fauna Marina en Isabela</p>	<p>M.V.1 Documentos</p> <p>M.V.2 Confirmación</p>	<p>P.1.- Se difunde correctamente el mensaje de concienciación para el cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela Galápagos, se obtiene resultados favorables.</p>

Tabla #21

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Matriz Marco Lógico Componentes

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>C1 Diseñar Material Publicitario para informar al Grupo Objetivo</p> <p>C.2. Informar adecuadamente del mensaje de concienciación mediante medios de comunicación</p> <p>C.3 Aplicar el mensaje de concienciación en medios de mantenimiento</p>	<p>(C1.1) Difusión de la información necesaria mediante material publicitario con el objetivo de concienciar.</p> <p>(C1.2) La información es acogida por el grupo objetivo.</p> <p>(C2.1) El Grupo Objetivo dispuesto a impartir el mensaje concienciado para cuidar su Fauna Marina.</p> <p>(C2.2) El mensaje es bien interpretado por el Grupo Objetivo.</p> <p>(C3.1) El grupo objetivo es persuadido con el mensaje de concienciación.</p> <p>(C.3.2) Se entrega el mensaje con claridad y calidad</p> <p>(C3.3) Se genera la atención esperada por el Grupo Objetivo.</p>	<p>M.V.1 Documentos</p> <p>M.V.2 Confirmación</p>	<p>(C1.1) La difusión de la información se realiza con normalidad mediante el material publicitario con el objetivo de concienciar.</p> <p>(C2.1) El Grupo Objetivo imparte el mensaje de concienciación para cuidar su Fauna Marina.</p> <p>(C3.1) La persuasión generada es evidente de parte del Grupo Objetivo, dejando buenos resultados como aporte al medio ambiente</p>

Tabla #22

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Matriz Marco Lógico

Aplicaciones

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
<p>(A.1) Difundir la información adecuada de concienciación.</p> <p>(A.1.1) Reunir información fidedigna y adecuada</p> <p>(A.1.2) Obtener registros fotográficos.</p> <p>(A.1.3) Diseñar Estructura de un catálogo informativo.</p> <p>(A.1.4) Manejar información verídica para informar al turista.</p> <p>(A.2) Creación de estrategia creativa</p> <p>(A.2.1) Beneficios racionales</p> <p>(A.2.2) Beneficios emocionales</p> <p>(A.2.3) Mensaje Básico</p> <p>(A.2.4) Tono</p> <p>(A.2.5) Estilo</p> <p>(A.2.6) Reason Why</p> <p>(A.2.7) Eje de Campaña</p> <p>(A.3) Solucionar los problemas de desinformación que existe en el Grupo Objetivo.</p> <p>(A.3.2) Diseñar Artes con creatividad, con un mensaje de concienciación.</p> <p>(A.3.3) Utilizar mensajes que impacten al grupo objetivo</p>	<p>(A.1.1.1) Informar adecuadamente al Grupo Objetivo.</p> <p>(A.1.1.1.1) Se crea la información fidedigna y adecuada</p> <p>(A.1.2.1) Se Aplican Técnicas fotográficas.</p> <p>(A.1.3.1) Organizar correctamente la información que se va a difundir.</p> <p>(A.1.4.1) Informar al grupo objetivo sin confundirlo.</p> <p>(A.2.1.1) Brindar bienestar, cuidado, seguridad</p> <p>(A.2.2.2.1) Publicidad elaborada con calidad.</p> <p>(A.2.2.1) Incentivar- Interesar- Persuadir- Concienciar- Comprometer</p> <p>(A.2.2.2.2) La Publicidad se la ubica en lugares estratégicos de concurrencia turística.</p> <p>(A.2.3.1) "Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina".</p> <p>(A.2.4.1) Se utiliza un tono indiferente</p> <p>(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal.</p> <p>(A.2.6.1) Se Justifica porque se utilizaron los componentes mencionados anteriormente.</p> <p>(A.2.7.1) Se lo crea mediante piezas publicitarias.</p> <p>(A.3.3.3.2) Crea impacto generando concienciación en el Grupo Objetivo.</p> <p>(A.3.3.3.1) Se obtiene el resultado esperado satisfactoriamente.</p>	<p>M.V 1 Documentos</p> <p>M.V 2 Confirmación</p> <p>M.V 3 Testimonio</p>	<p>(A.1.1) Los resultados son satisfactorios de parte del Grupo Objetivo al obtener la información de concienciación</p> <p>(A.2.1) Las piezas Publicitarias son de mucho interés de parte del Grupo Objetivo</p> <p>(A.3.1) La información es adecuada y cumple satisfactoriamente con su objetivo del mensaje de concienciación en el Grupo Objetivo.</p> <p>(A.1.1.1) Se Informa adecuadamente al Grupo Objetivo creando concienciación.</p> <p>(A.1.2.1) Los registros fotográficos son de calidad y expresan el mensaje de concienciación.</p> <p>(A.1.3.1) El catálogo es acogido con mucho interés y es utilizado adecuadamente</p> <p>(A.1.4.1) La Información es muy bien entendida por parte del Grupo Objetivo.</p> <p>(A.2.1.1) El cuidado de la Fauna Marina genera bienestar en el Grupo Objetivo</p> <p>(A.2.2.1) – El Grupo Objetivo es persuadido e Incentivado por el mensaje de concienciación.</p> <p>(A.2.3.1) El Grupo Objetivo se encuentra comprometido a cuidar y proteger la Fauna Marina de Isla Isabela</p> <p>(A.2.4.1) El tono utilizado es indiferente pues se dedica a todo el Grupo Objetivo</p> <p>(A.2.5.1) Se utiliza un estilo formal pues se maneja veracidad en el mensaje de concienciación.</p> <p>(A.2.6.1) La campaña de concienciación es justificada porque genera buenos resultados</p> <p>(A.2.7.1) Es aplicado el mensaje de concienciación basado en el Eje de campaña</p>

Tabla #23

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.01 Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta

Como antecedentes de la realización de campañas publicitarias de concienciación y cuidado y protección de la Fauna Marina con la información adecuada. No se encuentra proyectos que se haya realizado en la Isla Isabela.

5.02 Descripción de la herramienta

Definición de Publicidad:

Es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece.

Diferencia entre Propaganda y Publicidad: La Publicidad tiende a la obtención de beneficios comerciales, en tanto que la Propaganda tiende a la propagación de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas, es decir, comunicación ideológica.

Comunicación:

Emisor: Quien emite un mensaje (Agencia de Publicidad).

Receptor: Quien recibe un mensaje (Publico meta).

Mensaje: La pieza publicitaria.

Canal: Por donde se comunican los mensajes (Los Medios).

Código: La forma de comunicar (Como está hecha la pieza publicitaria).

Feed-back: La respuesta obtenida (feed-back positivo: Compra - feed-back negativo: no compra).

Fuente: Es la generadora del mensaje: Empresa anunciante).

Público: Es un término colectivo utilizado para designar a un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí, por intereses y afinidades que le son comunes, y que comparten un sentimiento de solidaridad.

El público puede ser real o potencial: Real: Este público es el que consume un determinado producto. Se debe lograr que sea fiel al producto, dándole lo que desea obtener, y mejorando características del mismo.

Potencial: Es el posible comprador.²

²**Fuente** Teoría de la Publicidad MONOGRAFIAS.COM S.A. 2012

<http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>

5.03 Formulación del proceso de aplicación

BRIEF

Información Básica Isla Isabela

Ubicada el noreste de la Isla Floreana, siendo atravesada por la línea equinoccial. Es la más extensa del Archipiélago con más de 4.588 km² de superficie, que en total corresponde al 60% de la superficie de todas las islas en Galápagos.

Cuenta con 2.200 habitantes y su Cantón es Isabela.

La realización de la campaña de concienciación está pensada en beneficiar positivamente al impacto ambiental pues, se ha generado una desinformación con lo cual no se está previniendo de las consecuencias graves que conllevaría finalmente con la extinción de ciertas especies marinas, generando un desequilibrio en el hábitat o ciclo evolutivo de la Fauna Marina.

PROBLEMA A SOLUCIONAR

Existe una desinformación constante por conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela – Galápagos. Por lo cual hay una despreocupación de parte del Grupo Objetivo que son las Autoridades, la población, los turistas nacionales y extranjeros, los cuales han contribuido negativamente a un Impacto negativo en el ciclo de vida de las especies marinas que conducirá irremediablemente a su extinción, causando un impacto negativo en el ciclo de vida de dichas especies en la Isla Isabela y finalmente en todo Galápagos.

Análisis F.O.D.A:

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> - La Isla Isabela y todo Galápagos es reconocida a nivel mundial por su biodiversidad. - Su biodiversidad de las especies marinas es exclusiva indistintamente en cada Isla del Archipiélago. - Existe una gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros a Galápagos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desconocimiento de un mensaje de concienciación por cuidar las especies marinas de la Isla. - Dificil acceso a la Isla Isabela por su lejanía - La desinformación que existe en la Isla Isabela acerca del correcto cuidado de la Fauna Marina. - Los turistas no muestran interés por informarse del mensaje de concienciación
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> - Libre acceso a Galápagos para la realización de la Campaña de concienciación - Libre acceso a Galápagos para el registro fotográfico que ayudará a la realización de la Campaña de concienciación. - La difusión del mensaje de concienciación llega a todos los habitantes ya que la cantidad de Población es pequeña. - Los habitantes acceden a fortalecer su conciencia ecológica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Que las autoridades no presten interés de acatar las sugerencias de comunicación de concienciación al cuidado de su Fauna Marina. - Leyes de comunicación - Desinterés del Grupo Objetivo por informarse acerca del mensaje de concienciación.

Tabla #23

Elaborado por: Paúl Santacruz

PROBLEMAS COMUNICACIONALES

Información: Carencia de una correcta difusión de un mensaje de concienciación por cuidar y preservar la Fauna Marina en la Isla Isabela.

Persuasión: Inexistencia de estrategias publicitarias de concienciación del cuidado de la Fauna Marina en Isabela.

Posicionamiento: Grupo Objetivo; autoridades, población, turistas nacionales y extranjeros no cuentan con la realización de campañas de concienciación del cuidado y protección de la Fauna Marina en Isabela - Galápagos.

Mantenimiento: Carencia de estrategias publicitarias, que recuerden y mantengan en la mente del Grupo Objetivo un mensaje de concienciación sobre el cuidado y protección de la Fauna Marina en la Isla Isabela – Galápagos.

OBJETIVOS PUBLICITARIOS

Información: Difundir el mensaje de concienciación mediante un catálogo, díptico y un video con carácter informativo los cuales se los difundirá en las agencias de viaje que ofrezcan como destino viajar a Galápagos, comunicando así el mensaje de cuidar y preservar la Fauna Marina en la Isla Isabela, por ende todo Galápagos.

Persuasión: Se crean estrategias publicitarias que persuadan y fomenten a la concienciación, esto se lo realizará mediante un Roll Up ubicado estratégicamente en el Aeropuerto Mariscal Sucre, utilizando un mensaje que conlleve al Grupo Objetivo a cuidar y proteger la Fauna Marina en Isabela.

Posicionamiento: Impactar con un mensaje comunicacional de concienciación al Grupo

Objetivo, para que de esta manera adquieran hábitos y actitudes positivas para cuidar la Fauna Marina en la Isla Isabela y obtener así la atención de las autoridades, población y visitantes de la Isla, determinando así un buen posicionamiento.

Mantenimiento: Se realizan estrategias publicitarias mediante Flyers y un poster, los cuales servirán como material auxiliar que serán colocados y entregados en los hoteles de mayor concurrencia turística con su mensaje de concienciación para el cuidado de la Fauna Marina.

ESTRATEGIAS CREATIVAS

BENEFICIOS EMOCIONALES:

- Incentivar al cuidado ambiental
- Interés por informarse del cuidado ambiental
- Concienciación del cuidado y protección a la Fauna Marina en Isabela
- Compromiso por preservar las especies marinas de Isabela
- Conservación de la Fauna Marina de Galápagos
- Cuidado Ambiental por parte del Grupo Objetivo

El Mensaje Básico Comprometámonos a conservar y cuidar nuestra Fauna Marina.

Tono: Indiferente

Estilo: Semi-formal

El Eje de Campaña: “Comprométete, cuida a la Fauna Marina que es parte de este paraíso único que es Galápagos”. Maneja el mensaje que incentiva a cuidar su Fauna Marina que en ciertos casos es exclusiva de otras Islas.

REASON WHY

Se realizará la campaña para concienciar acerca del cuidado y conservación de la Fauna Marina en la Isla Isabela, para lo cual se utilizará estrategias de comunicación, con una correcta información que impacte a los habitantes y visitantes de Galápagos, evitando las graves consecuencias ambientales en el hábitat de dichas especies lo cual se generaría por el descuido y la desinformación.

Se utilizará un tono indiferente pues es necesario concienciar al Grupo Objetivo del cuidado y protección de la Fauna Marina en la Isla Isabela.

Estilo Semi-formal, porque se busca informar creativamente al Grupo Objetivo del mensaje de concienciación para cuidar y preservar la Fauna Marina en la Isla Isabela Galápagos.

APLICACIÓN DE MARKETING INDIRECTO

Se requiere llegar al Grupo Objetivo de manera efectiva a través de las recomendaciones que ellos puedan transmitir acerca del mensaje entregado a través de la publicidad entregada en lugares de afluencia turística, tanto en Quito, en este caso en agencias de viajes con destino a Galápagos, así también en hoteles que se encuentran en la Isla Isabela.

De esta manera el mensaje de concienciación se lo realizará a través de terceros pues es una forma efectiva de transmitir indirectamente la información, que conlleven a una concienciación para el cuidado de la Fauna Marina en la Isla Isabela Galápagos.

Plan de Medios

Medio Principal	Precio x 1000
Catálogo informativo	\$ 205,00
Díptico	\$ 122,00
Video	\$ 400,00
Medio secundario	Costo \$
Roll Up (4)	\$ 180,00
Valla Interna (1)	\$ 450,00
Medio Auxiliar	Costo \$
Posters	\$ 128,00
Flyers	\$ 120,00
Presupuesto	Costo \$
TOTAL	\$ 1.605,00

Tabla #24

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Presupuesto de Medios

Descripción	V. Unitario	Cantidad	IVA	V. Total	Financiamiento
Catálogo informativo	0,205	1000	24,60	229,60	Propio
Díptico	0,122	1000	14,64	136,64	Propio
Video	400,00	1	48,00	448,00	Propio
ROLL UP	45,00	4	21,60	201,60	Propio
Valla Interna	450,00	1	54,00	504,00	Propio
Posters	0,128	1000	15,36	143,36	Propio
Flyers	0,12	1000	14,40	134,40	Propio
TOTAL				1.797,60	

Tabla #25

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

Presupuesto Producción

Catálogo informativo	80,00
Díptico	60,00
Video	400,00
ROLL UP	25,00
Valla Interna	150,00
Posters	50,00
Flyers	40,00
TOTAL	805,00

Tabla #26

Elaborado por: Paúl Santacruz

FLOW CHART

MEDIO	INVERSIÓN	Porcentaje
PRINCIPAL Catálogo informativo Díptico Video	\$129,60 \$136,64 \$448,00	100 % 100 % 100%
SECUNDARIO BTL (ROLL UP) Valla Interna	\$ 201,60 \$504,00	100 % 100 %
AUXILIAR Posters Flyers	\$ 143,36 \$ 134,40	100 % 100 %
TOTAL	\$ 1.797,60	
TOTAL PAUTAJE	\$805.00	
TOTAL CAMPAÑA	\$2.602,60	

Tabla #27

ELABORADO POR: PAÚL SANTACRUZ

DISEÑO PIEZAS PUBLICITARIAS

Catálogo Informativo Portada y Contraportada



AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización del Catálogo Informativo se utiliza un “Copy” el cual llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.



IGUANA MARINA

Datos de interés
Nombre Científico: *Amblyrhynchus cristatus*
Clase: Reptiles
Suborden: Sauropsida
Tamaño: 1,4 m aprox.
Peso: 5,6 kg

pues necesitan la tierra, generalmente, para obtener la luz.

Alimentación

La diferencia con los diferentes tipos de lagartos y sus hábitos alimenticios es que las iguanas se sienten muy a gusto consumiendo las algas que se encuentran en el agua y en las rocas. Come con un hocico liso, el cual les hace posible acceder a las góndolas y líquiditas de las algas. Sus cuernos crecen refinando la sel, a través de sus glándulas mientras está comiendo.

Reproducción

Los machos defienden mucho su territorio, pues no disfrutan de iguanas intrusas en su área de distribución. Para ellos es una amenaza latente a su supervivencia, por lo que inclusive las hembras son toleradas según la cantidad de comida existente.

Las hembras mientras están en apareamiento emiten un olor fuerte el cual indica a los machos que inicien su avance. Una vez que los machos inicien su apareo, las hembras buscarán diferentes tipos de materiales que serán utilizados para crear un nido seguro para sus crías.

Depredadores

Uno de los problemas encontrados es que existen humanos viviendo cerca de las iguanas marinas con lo que se han desatado inconvenientes, uno de ellos son los gatos y perros quienes matan a las iguanas.

Inclusive hay humanos que las matan por deporte demostrando que es el más peligroso entre sus depredadores.

El hecho de que las iguanas habitan dentro y fuera del agua ha creado un sinnúmero de problemas también, se han encontrado iguanas enredadas con redes de pesca y desechos de plástico que han sido votados en la playa por pescadores y pobladores de la Isla. Igualmente las diferentes embarcaciones que navegan por sus territorios han causado daños enormemente e inclusive la muerte de una gran cantidad de iguanas.

La Iguana marina que habitan en la Isla Isabela y todo Galápagos, es una de las pocas especies de lagartos que se encuentran viviendo en forma el agua y son diseñados como perfectos nadadores. Tienen la capacidad de sumergirse hasta 30 pies en el agua, tienen una velocidad natural para moverse entre las olas.

El color de esta especie de lagarto va desde el gris hasta un tono claro de gris. Se los considera como una especie distinta de lagarto. Los colores más oscuros los ayudan a obtener más luz solar y así regular la temperatura de sus cuernos.

Las iguanas marinas están cubiertas de unas espinas cortas que se encuentran en la cabeza y en la parte posterior. Esto ayuda a disuadir de los depredadores entre ellos otros tipos de lagartos. Los machos son de mayor longitud con respecto de las hembras, llegan a medir alrededor de 1,47 cm, con respecto a las hembras miden 1,10 cm. En el agua son rápidos pero en la tierra sus movimientos son torpes, con lo que gastan gran cantidad de energía al realizarlo.

Cuando la temperatura del cuerpo disminuye se dificulta su capacidad de moverse libremente, haciéndolo fácil presa para los depredadores. Se muestran muy agresivos cuando están fríos por lo que prefieren quedarse por un largo tiempo en las rocas recibiendo el sol.

El lugar más adecuado para el desarrollo de la iguana marina es sin lugar a dudas las Islas Galápagos. Se encuentran cerca de la costa



1



LOBO MARINO

Datos de interés
Nombre Científico: *Arctocephalus galapagoensis*
Clase: mamífero carnívoro
Familia: otariidos
Tamaño: 1,5 m aprox.
Peso: 30 kg

Lobos marinos

Existen siete especies de lobos marinos en el mundo y la parte tiene relaciones entre sí en una sola categoría, todos ellos pertenecen a un grupo de animales que se los conoce como pinnípedos.

Los lobos marinos son animales muy interesantes y llegar a ser muy grandes, los machos mucho más grandes que las hembras, posee una especie de cresta característica en su cabeza y su cuello es grueso y macizo lo cual los ayuda para apretarse pues las hembras prefieren que los machos se agarren para reproducirse.

Estos lobos marinos se encuentran en cuerpos de agua de todo el mundo, a excepción del Océano Atlántico. Muchos investigadores ven esto muy interesante, a pesar de todo, no se ha podido determinar con precisión las razones por lo cual esto sucede.

El lobo marino de Galápagos tiene su origen en el hemisferio norte, lo podemos encontrar principalmente en las playas de arena y costas rocosas suaves, su alimento prefieren son los peces. Esta especie se deriva de los lobos marinos de las costas de California (E.U.U.).

Su población llega a 30 mil animales. Los machos adultos son muy aíslos, pues cuidan su territorio de extraños, no así las crías que son muy juguetonas.

Depredadores

Uno de los depredadores naturales de los lobos marinos es el tiburón, pero el mayor depredador es el hombre. Los lobos marinos no temen a las personas, es esto lo que les hacen vulnerables cuando se acercaban a las embarcaciones, pues sus propietarios se aprovisionaban de ellos. En la actualidad esta leve timidez hacia el hombre se aprovecha para su investigación científica.

Según estudios se menciona que la presencia de perros, gatos y ratas es muy dañina para los lobos marinos. Estas especies introducidas

pueden transmitir enfermedades e incluso agredir a sus crías. También se han hallado lobos con mallas enredadas en torno a sus cuerpos, con anzuelos o con heridas de hélices, golpes y entramados de la piel. Ante estas circunstancias, se sabe que el Parque Nacional Galápagos elaboró un "Plan de manejo para la conservación de los lobos marinos" que implica al sector turístico, al pesquero, a las autoridades, instituciones de conservación, guías... Para evitar conflictos con pescadores, cuyas embarcaciones han sido dañadas en ocasiones por lobos que se suben a ellas, (algunos machos pesan hasta 250 kilos) se han colocado dos plataformas flotantes sobre las que se concentran varias decenas de zafophus y mallas alrededor de barcos para evitar el acceso de los mamíferos.



6



TORTUGA MARINA

Datos de interés
Nombre científico: *Chelonia agassizii*
Clase: Sauropsida
Suborden: Testudines
Tamaño : 2 m aprox.
Peso: 126 kg

En la Isla Isabela y todo Galápagos es muy común encontrar Tortugas de todos los colores, estas son consideradas reptiles por su característica sangre fría, se las relaciona con las serpientes, cocodrilos y lagartos. Todos los reptiles tienen en común un corazón que cuenta con tres cámaras y su piel escamosa.

Las Tortugas marinas prefieren las aguas tropicales al igual que las aguas más frías. Se las encuentra en océanos, lagunas y bahías, cerca de la línea costera. Se las considera grandes buceadoras y se adentran por el mar abierto en busca de alimento. Las tortugas pasan gran cantidad de tiempo dentro del agua y sus cuerpos tienen característica de moverse muy ágilmente en el agua. Las hembras van a la tierra para anidar sus huevos este proceso se lo realiza con gran lentitud, tornándose difícil para ellas. Llegan a la zona de nidación, depositan sus huevos y regresan al agua, este proceso dura de 2 a 3 horas.

Tiempo de vida de las Tortugas Marinas
Por lo general las tortugas marinas suelen vivir de 50 a 80 años en un estado salvaje. En la actualidad existen esfuerzos significativos para su conservación y así asegurarse de que

vivan todo ese tiempo. Se lo ha realizado protegiendo su hábitat natural, tanto el agua como en tierra lo cual es de vital importancia para tener éxito.

Existen muchas tortugas marinas viviendo en cautiverio y son capaces de prosperar. Otras se encuentran solamente el tiempo suficiente mientras se recuperan de sus heridas y entonces se las puede devolver a su medio natural. Peligros a que se enfrentan las Tortugas Marinas Casi todas las especies de tortugas marinas se encuentran en peligro. Esto es debido a la continua destrucción del medio ambiente así como a la contaminación del mar en que viven. Uno de los peligros a los que se enfrentan además es ser cazadas, sus huevos son utilizados como alimento y un sin número de veces son atrapadas en las redes de pesca.

¿Por qué se encuentran las tortugas marinas en peligro de extinción?

En los últimos 100 años las tortugas marinas se han visto diezmadas a causa de la demanda de su carne, los huevos, la piel, los caparazones multicolores, han reducido sus poblaciones. Incluso muchas poblaciones de cría se han extinguido y algunas especies que todavía sobreviven están en peligro de extinción. Según estadísticas solo una de cada 10,000 sobrevivirá a su edad adulta.

Muchos son los obstáculos naturales que enfrentan las tortugas marinas jóvenes y adultos son impresionantes, pero el mayor problema es sin lugar a duda son los seres humanos los que ponen en peligro su supervivencia.



ZAYAPA

Datos de interés
Nombre científico: *Grapsus grapsus*
Subclase: Pleocyemata
Superfamilia: Grapsoidea
Tamaño : 1,5 m aprox.
Subfilio: Crustacea
Especie: G. grapsus

En Galápagos abunda una especie conocida como zayapa de un color rojo vivo, combinado con azules y amarillos. La zayapa es un animal (Reino Animalia). Es un invertebrado (Filo: Arthropoda) que pertenece a la rama de los crustáceos (Subfilio: Crustacea). Es de la clase de los malacostráceos (Clase: Malacostraca), es de concha blanda como la inmensa mayoría de los crustáceos; la excepción son los cangrejos hermitaños que carecen de ella y utilizan conchas prestadas de otros animales. Tienen 10 patas, y por eso decimos que son decapodos (Orden: Decapoda). Y así, vamos llegando al final, donde definimos que su familia como la de los cangrejos con garra (Familia: Grapsidae) para nombrar a las zayapas diciendo que son del género *Grapsus* y de la especie *grapsus*.

Las zayapas, como el resto de crustáceos también tienen varias mudas. Se llama muda a la renovación de los legumentos (recubrimiento del cuerpo). Esto es debido a la coraza que lo recubre no crece pero el cangrejo sí, llega el momento en el que tiene que desechar su viejo caparazón exterior. Es entonces cuando la zayapa

queda sin su principal medio de protección y lo vuelve vulnerable, pues corre mucho peligro. El nuevo caparazón es más grande pero también más blando, al menos durante un tiempo. Los cangrejos tienen así la capacidad de regenerar algún miembro que se hubiera perdido antes, como una pinza o una pata.

Depredadores
Las zayapas constituyen la dieta de muchos depredadores de las costas de Galápagos. Sus enemigos le atacan desde tierra, mar y aire. Y por supuesto el hombre quien la caza para alimentarse siendo este como en muchos casos uno de sus mayores depredadores.





Pingüino de Galápagos

Datos de interés
Nombre científico: *Chelonia agassizii*
Clase: *Sauropsida*
Suborden: *Testudines*
Tamaño: 2 m aprox.
Peso: 126 kg

Pingüino de Galápagos (*Spheniscus mendiculus*)

En la isla Isabela y en otras islas aledañas del archipiélago de Galápagos existen muchos animales sorprendentes, ya sea por su mansedumbre, su belleza o su curiosidad, pero el más sorprendente es el pingüino de Galápagos, es el que más llama la atención. Esta ave mide tan solo 90 cm de alto, siendo uno de los más pequeños del mundo, y vive en los rincones más resguardados de las islas, es sorprendente como se lo encuentra sobre la lava negra, rodeados de manglar o junto a un cactus. Es único pues está adaptado para vivir en la zona ecuatorial y algunos inclusive se encuentran en la pequeña parte de las islas que están ubicadas en el hemisferio norte.

Este pingüino permanece todo el año en las proximidades de este archipiélago; se lo puede encontrar en las islas Fernandina, Isabela, Floreana, Bartolomé y Santiago y otros islotes

menores. Tienen un plumaje muy especializado que los mantiene en calor en lugares muy fríos y su plumaje les ayuda cuando bucean. Sus plumas forman una estructura rígida fuera por dentro. Estas actúan como si fueran escamas cubriendo todo el cuerpo, y en el interior es como si estuvieran cubiertos de un abrigo. Estos pingüinos son capaces de retener la mayor parte de su calor corporal, pudiendo así habitar en las regiones más frías. Poseen una capa de grasa bajo la piel, además un sistema de vasos sanguíneos, especializados en sus aletas y patas, los cuales regulan estas regiones expuestas del cuerpo. A pesar que el pingüino tropical galapagueño no necesita mantenerse en calor, su plumaje no ha cambiado mucho a través de su evolución. (Lo dista más con otras las aves que les tienen que pasar este comportamiento en el Ecuador. Lo más importante es el tamaño reducido de su cuerpo que lo ayuda a perder calor con facilidad. Tiene ciertas áreas de la piel desnuda en el rostro, aletas más largas y patas que actúan como radiadores refrescándoles y manteniéndoles frescos bajo el sol ecuatorial.

De igual manera pasan la mayor parte de su tiempo en el agua fría.

La isla Isabela, la más grande de Galápagos, tiene una población de estas aves no voladoras, e inclusive algunos han sido observados en la parte más al norte de la isla, en las rocas o en agua.

Estos pingüinos son aves solitarias pero aún así no dejan de ser curiosos y mansos con los otros animales de las islas.

Descripción:
 No es un pingüino muy grande. De longitud logra 1,53 cm, con un peso promedio de 2,2 kg. Entre los pingüinos es el segundo más pequeño, solo siendo menor el pingüino.

Reproducción:
 El pingüino de Galápagos anida entre las rocas o en pequeñas cuevas. La anidada consiste de dos huevos, los cuales son incubados por unos 40 días. La temporada de cría dura todo el año, pero

posible que una pareja anide dos veces en el año.

Depredadores:
 Algunos de los más comunes son los lobos marinos, los tiburones, las ballenas asesinas. Pero quizá el más grande de sus depredadores es el hombre, en este caso los pescadores que los atrapan mediante grandes redes de pesca. Sobre todo la causa es el daño al medio ambiente, cuando se permite la destrucción de su hábitat natural, estamos haciéndoles más difícil la supervivencia a estas magníficas aves, esto incluye la contaminación de las aguas donde los pingüinos nadan y cazan por comida, desechos arrojados al mar, esta basura se encuentra en sus aguas, los pingüinos a menudo mueren debido a esto.

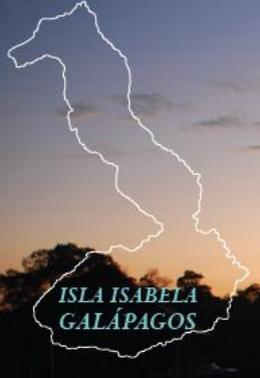
Díptico Informativo Tiro



AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización del Díptico Informativo se utiliza un “Copy” el cual llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.

Díptico Informativo Retiro





ISLA ISABELA
GALÁPAGOS

La Isla Isabela del Archipiélago de Galápagos está ubicada al noreste de la Isla Floreana. Es la más extensa del Archipiélago con más de 4.588 km², que en total corresponde al 60% de la superficie de todas las islas en Galápagos.

Lleva su nombre en honor de la Reina Isabel I de Castilla que patrocinó el viaje de Colón. La forma de la isla se debe a la fusión de seis grandes volcanes en una sola masa: Cerro Azul, Sierra Negra, Alcedo, Darwin y Wolf. En Isabela se puede disfrutar de increíbles paisajes, una maravillosa fauna y flora que son una de las más reconocidas a nivel mundial.

En esta isla se pueden observar pingüinos, tortugas e iguanas marinas, así como abundantes sayapas, o cangrejos rojos, fibrones tintoreras.

Isabela es la isla más extensa del archipiélago de Galápagos.









Las tortugas marinas se encuentran en peligro de extinción?

En los últimos 100 años las tortugas marinas se han visto diezmadas a causa de la demanda de su carne, los huevos, la piel, las caparzones multicolores. Han reducido sus poblaciones. Inclusive muchas poblaciones de cría se han extinguido y algunas especies que todavía sobreviven están en peligro de extinción. Según estadísticas solo una de cada 10.000 sobrevivirá a su edad adulta.

Muchos son los obstáculos naturales que enfrentan las tortugas marinas jóvenes y adultos son impresionantes, pero el mayor problema es sin lugar a duda son los seres humanos los que ponen en peligro su supervivencia.

El lobo marino de Galápagos y sus depredadoras

Uno de los depredadores naturales de los lobos marinos es el aburón, pero el mayor depredador es el hombre. Los lobos marinos no temen a las personas, es esto lo que los hacen vulnerables cuando se acercaban a las embarcaciones, pues sus propietarios se aprovisionaban de ellos. En la actualidad esta leve timidez hacia el hombre se aprovecha para su investigación científica. Según estudios se menciona que la presencia de perros, gatos y ratas es muy dañina para los lobos marinos. Estas especies introducidas pueden transmitir enfermedades e incluso agredir a sus crías. También se han hallado lobos con mallas enredadas en torno a sus cuerpos, con anzuelos o con heridas de hélices, golpes y enfermedades de la piel. Ante estas circunstancias, se sabe que el

Parque Nacional Galápagos elaboró un Plan de manejo para la conservación de los lobos marinos que implica al sector turístico, al pesquero y a las autoridades, instituciones de conservación, guías. Para evitar conflictos con pescadores, cuyas embarcaciones han sido dañadas en ocasiones por lobos que se subían a ellas, algunos machos pesan hasta 250 kilos, se han colocado dos plataformas flotantes sobre las que se concentran varias docenas de alcapites y mallas alrededor de ellas para evitar el acceso de los mamíferos.

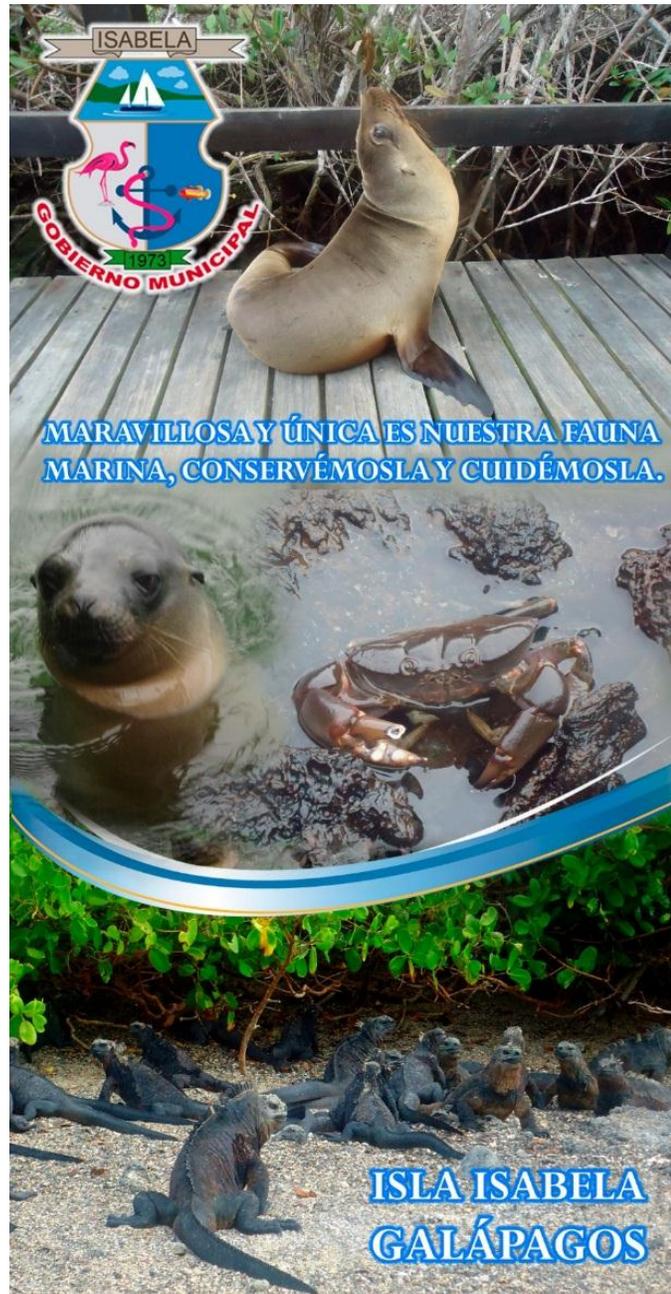
Depredadores del Archipiélago de Galápagos. Algunos de los más comunes con los lobos marinos, los fibrones, los bellanes excavados. Para evitar el riesgo grande de ser depredados por el hombre, en este caso los pescadores que los atrapan mediante grandes redes de pecos. Sobre todo la causa es el daño al medio ambiente, cuando se permite la destrucción de su hábitat natural, estamos haciéndoles más difícil la supervivencia a estas magníficas aves, esto incluye la contaminación de las aguas donde los pingüinos nadan y cazan por comida, desechos arrojados al mar, esta basura se encuentra en sus aguas, los pingüinos a menudo mueren debido a esto.

El Cuidado y Conservación de la Fauna Marina de Isabela, Galápagos es nuestra responsabilidad

Galápagos es reconocido mundialmente como Patrimonio natural de la Humanidad. Con este galardón todos los ecuatorianos, en especial los galapagueños, turistas que la visitan y el gobierno del Ecuador debemos comprometernos a conservar la riqueza de esta región marina, asegurándonos que el uso de los recursos naturales sea sostenible.

No podrás dejar las islas sin haberte enamorado de estas simpáticas criaturas marinas. Conociémoslas y evitemos arrojar basura donde no es correcto, así estaremos aportando al cuidado de esta hermosa isla que es Isabela.

Roll Up



AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización del Roll Up se utiliza el mismo "Copy" el cual llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.

DISEÑO PUBLICITARIO EN EL MEDIO AMBIENTE, DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PARA LA DIFUSIÓN DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA MARINA EN LA ISLA ISABELA DE LA REGIÓN INSULAR.

Valla Interna



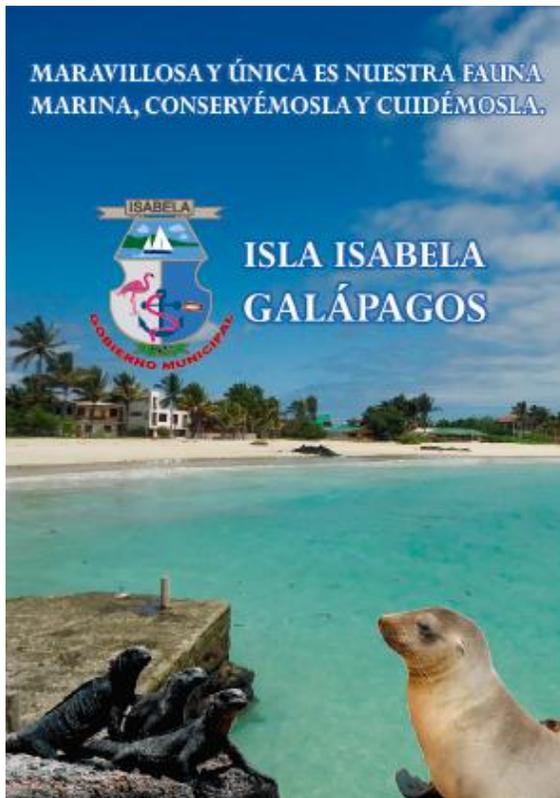
AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización de la Valla Interna, la cual se colocará en el aeropuerto de Tababela, se utiliza el “Copy” de la campaña, el cual llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.

Poster



AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización del poster se utiliza un “Copy” de la campaña, el cual llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.

Flyer Tiro

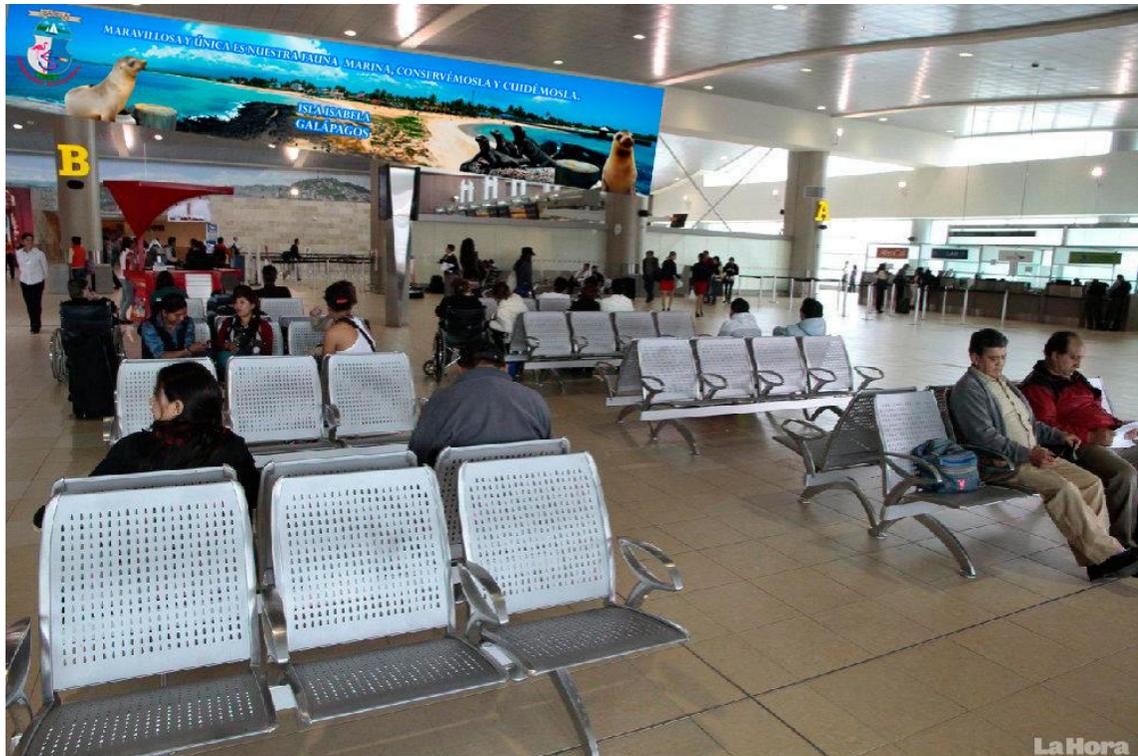


Retiro



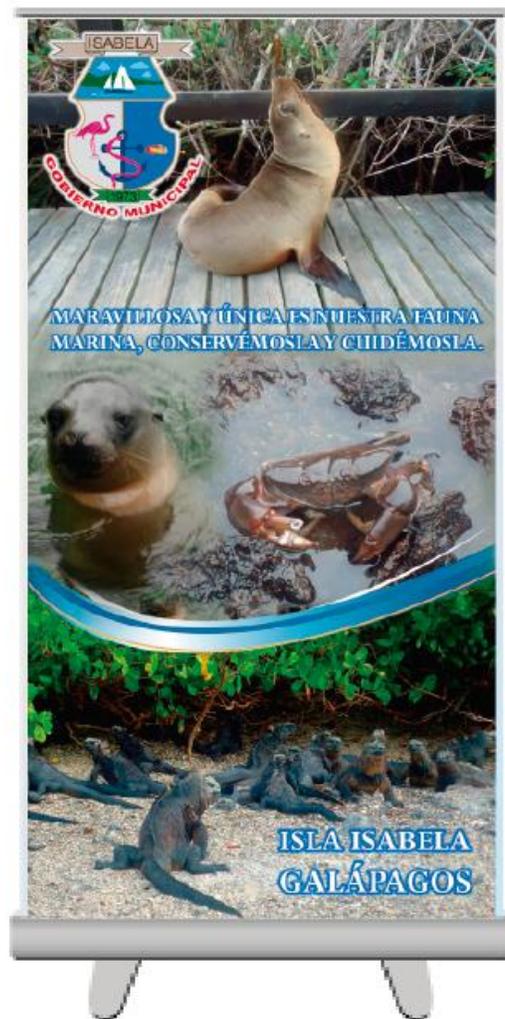
AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción): Para la realización del Flyer se utiliza el “Copy” de la campaña, en Tiro y otro “COPY” en el retiro para reiterar el mensaje y un cierre que llama la atención al Grupo Objetivo, causando interés y el deseo de conservar y cuidar la Fauna Marina de la Isla Isabela Galápagos, iniciando acciones positivas como es el cuidado ambiental para la misma.

Montaje de Valla Interna en Aeropuerto de Tababela



DISEÑO PUBLICITARIO EN EL MEDIO AMBIENTE, DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PARA LA DIFUSIÓN DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA MARINA EN LA ISLA ISABELA DE LA REGIÓN INSULAR.

Montaje de Roll Up Agencias de Viajes con destino a Isla Isabela



DISEÑO PUBLICITARIO EN EL MEDIO AMBIENTE, DISEÑO DE UNA CAMPAÑA PARA LA DIFUSIÓN DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA MARINA EN LA ISLA ISABELA DE LA REGIÓN INSULAR.

Capítulo VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Social: El propósito fundamental del proyecto es de crear concienciación para el cuidado de la Fauna Marina en la Isla Isabela – Galápagos y así lograr que la población se una con un mismo objetivo que es comprender la naturaleza compleja del medio ambiente.

Ambiental: Uno de los objetivos es difundir la información adecuada permitiendo así que adquieran conocimientos, los valores necesarios para participar responsable y eficazmente en la prevención, conservación y solución de los problemas ambientales surgidos por la desinformación existente.

Económico: Las autoridades están llamadas a impulsar la adquisición de la conciencia, los valores y las conductas que ayudarán a la participación positiva de los habitantes y turistas nacionales y extranjeros que visitan la Isla Isabela diariamente aportando y beneficiando económicamente a los ingresos que son importantes para la Isla.

6.02 Presupuestos

Pasajes Aéreos Marítimos.....	280\$
Estadía en Galápagos.....	200\$
Alimentación.....	50\$
Impresiones.....	10\$
Luz Eléctrica.....	10\$
Pasajes de Buz.....	15\$
Café Net.....	3\$
Servicio de Internet.....	30\$
Total Gastos.....	598\$

6.03 CRONOGRAMA

Capítulo	Abril			Mayo			Junio			Julio				Agosto				Septiembre				
1			x																			
2						x																
3									x													
4										x	x	x	x									
5														x	x	x	x	x	x	x	x	x
6																					x	x
7																						x
1 al 7																						x

Tabla N°.- 28

Elaborado por: Paúl Santacruz

Capítulo VII

7.01 Conclusiones

1. Para la identificación del Grupo Objetivo se determinó que son todos los involucrados, las autoridades, la población, turistas nacionales y extranjeros, Parque Nacional Galápagos, es decir todos quienes transitan diariamente por la Isla Isabela.
2. Para la realización de las piezas publicitarias, en este caso informativas como son, el catálogo y el díptico se recurrió para su correcta realización, a fuentes confiables de internet, así mismo a libros de los cuales se obtuvo datos y la información importante utilizada en dichas piezas.
3. Se crearon estrategias publicitarias que ayudarán a impartir concienciación en las personas que visitarán la Isla Isabela, esto se lo realizó diseñando una valla interna con el mensaje de concienciación y su respectiva composición de imágenes que logren llamar la atención de los turistas nacionales y extranjeros que acudirán a Galápagos.
4. Se obtuvo una base teórica fundamental para la ejecución del proyecto, la investigación realizada a través de la visita en el mismo punto del problema.
5. Para la realización de la campaña publicitaria de concienciación, se busca igualmente testimonios de la misma población y así se evidenció las consecuencias graves que están afectando directamente a la Fauna Marina de la Isla Isabela.
6. Sobre todo debe acatarse las normas y comprender el derecho que tienen de subsistir y ser cuidadas la Fauna Marina en la Isla Isabela y todo Galápagos.

7. El Cuidado ambiental es una disciplina que regula la conducta de los humanos en su relación con todo lo que le rodea, por lo tanto es importante la concienciación para el cuidado y protección de la Fauna Marina de Isabela.

8. Para Transmitir impacto visual en las piezas publicitarias se ha utilizado la tipografía adecuada, manejando un efecto y colores que generen interés en el Grupo Objetivo.

9. Para la realización de las piezas publicitarias se utilizaron fotografías propias, capturadas en diferentes lugares, inclusive alejados de los lugares poblados de la Isla Isabela, para así corroborar el descuido al que está inmersa.

Luego han sido editadas mínimamente, de manera que se realice una composición adecuada que llame la atención al Grupo Objetivo.

10. Al concluir el proyecto se logró cumplir con los parámetros establecidos en los objetivos con respecto al inicio del proceso, ha sido una ardua tarea pero que se realizó a satisfacción el proyecto propuesto.

7.02 Recomendaciones

1. Es necesario que las instituciones relacionadas con la elaboración de Leyes y Reglamentos, así como de su aplicación: Asamblea Nacional, Municipalidad de Galápagos, Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales; tomen conciencia del descuido y carencia de información de los daños ambientales que el Grupo Objetivo ha generado.
2. Se pide que se tomen las medidas legales pertinentes en el caso de ser cometido infracciones, dejando un precedente, para que así se evite la extinción de nuestra maravillosa y única Fauna Marina de la Isla Isabela y todo Galápagos.
3. Que el Ministerio de Ambiente y Recursos Naturales, conjuntamente con el Ministerio de Educación, Parque Nacional Galápagos, la Municipalidad de Isabela, impulsen campañas de educación y concienciación ambiental para que el Grupo Objetivo, conozca los daños que pueden ocasionar la contaminación ambiental y sus consecuencias graves en la frágil y vulnerable Fauna Marina de la Isla Isabela.
4. Se sugiere la necesidad de realizar con urgencia la campaña publicitaria de concienciación y así lograr prevenir las consecuencias graves que afectarían directamente a la Fauna Marina de la Isla Isabela.
5. Debe existir armonía entre las actividades del Grupo Objetivo y el medio ambiente, todo esto como una de las más altas aspiraciones que se deben realizar de forma inmediata.

Referencias Bibliográficas

Libro

TAPIA W., OSPINA P., QUIROGA D., GONZÁLEZ J.A., MONTES C., (editores)
Ciencia para la sostenibilidad en Galápagos: el papel de la investigación científica y tecnológica en el pasado, presente y futuro del archipiélago.2009. (P.20-30)

Libro

ING. OSCAR AGUIRRE VII "Del régimen especial: Galápagos"2002. Ecuador (P.10)

Libro

GTZ/GESORENDED-WCS- NCI-UNESCO "Reservas de Biosfera del Ecuador: Lugares Excepcionales Ministerio del Ambiente del Ecuador". 2010. Reservas de Biosfera del Ecuador: lugares excepcionales. /Quito. Ecuador. (Pag.32)

Libro

FUERZA NAVAL. INSTITUTO OCEANOGRÁFICO "La Patria empieza en el mar". Capítulo 6 Isla Isabela 2011, Ecuador (pag.31)

Libro

JORDI SERRALLONGA "Ciencia y Aventura. Expedición Naturalista". Tras los pasos de Charles R. Darwin 2011, Ecuador (Pag.8)

Libro

SALAZAR, S. (2002) "Lobo marino y lobo peletero. In: Danulat, E. & Edgar, G.J". (eds.): Reserva marina de Galápagos. Línea base de la biodiversidad. Fundación Charles Darwin/Servicio Parque Nacional Galápagos, Santa Cruz, Galápagos, Ecuador, (p. 267-285).

Libro

DANULAT E & GJ EDGAR (eds.) 2002. "Reserva Marina de Galápagos. Línea Base de la Biodiversidad. Fundación Charles Darwin/Servicio Parque Nacional Galápagos, Santa Cruz, Galápagos", Ecuador. 484 pp.

Libro

ANTÓN ÁLVAREZ RUIZ. (2011) "La Publicidad en el Tercer Sector, Tendencias y perspectivas de la comunicación Solidaria" (P.3)

Libro

ECOLAP y MAE. 2007. Guía del Patrimonio de Áreas Naturales Protegidas del Ecuador. "Región Insular" ECOFUND, FAN, DarwinNet, IGM. Quito, Ecuador. (P. 291)

Libro

DPNG, CGREG, FCD y GC. 2013. Informe Galápagos 2011-2012. Puerto Ayora, Galápagos, Ecuador. (Pag. 131)

Fuentes

¹Fuente: Sobre la Reserva Marina de Galápagos DIRECCIÓN DEL PARQUE NACIONAL GALÁPAGOS 2013
http://www.galapagospark.org/nophprg.php?page=reserva_marina_sobre_la

²Fuente Teoría de la Publicidad MONOGRAFIAS.COM S.A. 2012
<http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>

3. FuenteIguana marina de galápagos LAGARTOPEDIA 2012
<http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>

4. Fuente
Tortugas marinas TORTUGAMARINAPEDIA 2012
<http://www.tortugamarinapedia.com/>

5. Fuente
Leones marinos LEONMARINOPEDIA 2012
<http://www.leonmarinopedia.com/>

6. Fuente
Pinguino de los Galápagos PINGÜINOS AVES EL ZOOLOGICO ELECTRÓNICO EN DAMISELA.COM 2012
<http://www.damisela.com/zoo/ave/otros/esfenisc/mendiculus/>

8. Fuente
La marcha atrás de los cangrejos PENSANDO EN LAS GALÁPAGOS 2012
<http://pensandoenlasgalapagos.blogspot.com/2011/07/la-marcha-atras-de-los-cangrejos.htm>

Anexos

Anexo 1



PROFORMA

Quito. 1 de Octubre del 2013

Datos

1000 Volantes A5 / Couche 115 gramos / full color	\$120.00
500 Volantes A5 / Couche 115 gramos / full color	\$110.00
1000 Afiches A3 Couche de 250 gramos / full color	\$128.00
500 Afiches A3 Couche de 250 gramos / full color	\$120.00
1000 Dpticos A4 couche 115 gramos / full color	\$122.00
500 Dpticos A4 couche 115 gramos / full color	\$111.00
1000 folletos A5 de 6 paginas en couche de 115 grs. / full color	\$205.00
500 folletos A5 de 6 paginas en couche de 115 grs. / full color	\$185.00

Registro Civil / Turubamba Bajo Oe23-12 / E-mail: juankcm72@hotmail.com / Cel.: 0995861962

DISEÑO PUBLICITARIO EN EL MEDIO AMBIENTE, DISEÑO DE UNA CAMPAÑA
PARA LA DIFUSIÓN DEL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LA FAUNA MARINA EN
LA ISLA ISABELA DE LA REGIÓN INSULAR.