



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



diseño gráfico
Cordillera



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO
LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER
PROVINCIA DE LOS RÍOS.

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

Autor: Carlos Xavier Arias Barragán.

Tutor: Ing. Paola Martínez.

Quito, Octubre 2014



DECLARATORIA.

Declaro que el proyecto de investigación es completamente, propio, legal y legítimo respetando las disposiciones legales en los que protegen los derechos de la autoría, su ejecución, conclusiones, fuentes y resultados a la cual pertenece son de mi total responsabilidad.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



CONTRATO DE CESION SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL.

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante CARLOS XAVIER ARIAS BARRAGAN, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se lo denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su rector EL INGENIERO ERNESTO FLORES CORDOBA, a quien en lo posterior se lo denominara el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

Primera: ANTECEDENTE.- a) El cedente dentro del pensum de estudios en la carrera de diseño gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS”, el cual incluye la creación y desarrollo de piezas publicitarias, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera, se desarrolla la creación de las piezas publicitarias, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- con el antecedente indicado, el Cedente, libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (artes, fotos, vectores, logotipos, etc). El Cesionario podrá explotar las piezas publicitarias por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción las piezas publicitarias por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la publicidad; c) La distribución publica de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler las piezas publicitarias; d) cualquier transformación o modificación las piezas publicitarias; e) la protección y registro en el IEPI las piezas publicitarias a nombre del Cesionario; f) ejercer la protección jurídica de las piezas publicitarias; g) Los de más derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la Cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIAS.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de este, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitara la asistencia de un Mediador Del Centro De Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetara a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito, y las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado con forme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria; se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) para la ejecución de medidas cautelares, el Arbitro estará facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) el procedimiento será confidencial y en derechos; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato por ser echo en seguridad de sus respectivos intereses.

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

f) _____

C.C. N°

CEDENTE

f) _____

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CESIONARIO.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a cada una de las personas que hicieron a su manera lo posible para que este proyecto salga a flote, en especial a mis padres que gracias a sus consejos y paciencia pues me han dado el apoyo para llegar hasta estas instancias finales y me han enseñado a soñar en alto, a alcanzar mis metas a no rendirme a pesar de las adversidades, agradezco también a la empresa Noé-Ba Agua purificada por permitirme demostrar mis conocimientos en cuanto al ámbito de la publicidad, agradezco a mi novia que en los momentos más difíciles me ayudaron, brindándome un espacio en su hogar para la culminación del mismo.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



DEDICATORIA:

Para todas las personas que a pesar de las fallas nunca perdieron la fe en mí, para todas las personas que a pesar de las adversidades me brindaron una palabra de ayuda que me alentó a seguir pero sobre todo para aquella personita que aunque ya no está aquí sus palabras retumban en mi mente “tu amistad es linda, tu amistad es triste, y aunque linda y triste, nuestra amistad existe” va para ti esto mi zamba, que desde el cielo ahora nos proteges a todos.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



INDICE

Caratula	
Declaración de aprobación del tutor y lector.....	i
Declaración de autoría del estudiante.....	ii
Declaración de cesión de derechos de institución.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Dedicatoria.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas.....	vii
Índice de figuras.....	viii
CAPÍTULO I	
1.01 Contexto.....	1
1.02 Justificación.....	1
1,03 análisis de fuerzas T.....	3
CAPÍTULO II.....	4
2.01 Análisis de los Involucrados.....	4
2.02 Matriz de análisis y selección con los Involucrados.....	5
CAPÍTULO III.....	6

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



3.01 Árbol de problemas.....	6
3.02 Árbol de objetivos.....	7
Capítulo IV.....	8
4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.....	8
4.01.01 Tamaño del Proyecto.....	9
4.01.02 Localización del Proyecto.....	9
4.01.03 Análisis Ambiental.....	10
4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos.....	11
4.03 Diagrama de Estrategias.....	12
4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico.....	13
4.04.01 Revisión de Criterios para Indicadores.....	13
4.04.02 Selección de Indicadores.....	16
4.04.03 Medios de Verificación.....	18
4.04.04 Supuestos.....	21
4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML).....	23
CAPITULO V:.....	26
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.....	26
5.02 descripción de la herramienta.....	26

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



5.03 formulación del proceso de aplicación.....	27
5.03.01 brief publicitario.....	27
5.03.01.01 Nombre de la empresa.....	27
5.03.01.02 Misión de la empresa.....	28
5.03.01.03 Visión de la empresa.....	28
5.03.01.04 Valores Corporativos.....	28
5.03.02 Problemas comunicacionales.....	28
5.03.03 Objetivos comunicacionales.....	29
5.03.04 estrategia creativa.....	29
5.03.04.01 beneficios racionales.....	29
5.03.04.02 beneficios emocionales.....	30
5.03.04.03 mensaje básico.....	30
5.03.04.04 tono.....	30
5.03.04.05 estilo.....	30
5.03.04.06 reason why.....	30
5.03.04.07 ejes de campaña.....	30
5.03.04.08 slogans de campaña.....	31
5.03.04.09 diseño de piezas graficas.....	31

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



5.03.04.10 AIDA.....	31
Cuña radial.....	32
Afiche.....	33
Flyers.....	34
Material pop.....	35
STAND.....	36
Redes sociales.....	37
05.03.05 Plan y estrategia de medios.....	38
05.03.05.01 Medios Primarios.....	38
05.03.05.02 Medios Secundario.....	38
05.03.05.03 Medios Auxiliares.....	38
05.03.05.04 Presupuesto de medios.....	39
05.03.05.05 Presupuesto de pauta.....	40
05.03.05.06 Presupuesto de producción.....	40
05.03.05.07 Presupuesto total.....	41
05.03.05.08 Flow Chart.....	41
CAPITULO VI.....	43
06.01 Aspectos administrativos.....	43

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



06.01.01 técnico - tecnológico.....	43
06.01.02 Aspecto Humanos.....	43
06.01.03 Económico.....	43
06.02 presupuestos.....	44
06.02.01 gastos operativos.....	44
06.03 cronograma.....	45
CAPITULO VII.....	47
07.01 Conclusiones.....	47
07.02 Recomendaciones.....	48
Referencias bibliográficas.....	49
Net-grafía.....	49
INDICE DE TABLAS:	
Tabla 1: Matriz T.....	3
Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados.....	5
Tabla 3: Matriz de Impactos.....	11
Tabla 4: indicadores.....	13
Tabla 5: selección de indicadores.....	16
Tabla 6: Medios de verificación.....	18

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Tabla 7: Supuestos.....	21
Tabla 8: Marco Lógico.....	23
Tabla 9: presupuestos de medios.....	39
Tabla 10: Presupuestos de pauta je.....	40
Tabla 11: Presupuestos de producción.....	40
Tabla 12: Presupuestos total.....	41
Tabla 13: Flow Chart.....	41
Tabla 14: Gastos operativos.....	44
Tabla 15: Cronograma.....	45

INDICE DE GRAFICOS:

Grafico 1: Mapeo de involucrados.....	4
Grafico 2: Árbol de problemas.....	6
Grafico 3: Árbol de objetivos.....	7
Grafico 4: matriz de alternativas.....	8
Grafico 5: Estrategias.....	12
Grafico 6: Guion de radio.....	32
Grafico 7: afiche.....	33
Grafico 8: Flyers.....	34

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Grafico 9: material pop.....	35
Grafico 10: foto del STAND.....	36
Grafico 11: redes sociales.....	37

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



RESUMEN EJECUTIVO:

La empresa Noé-Ba agua purificada sale al mercado en el año 2014 con unas pobres estrategias publicitarias, de tal manera que el grupo objetivo para quien iba a ser dirigido el producto, no prestaba mayor atención.

Realizando un estudio detallado de la situación que se presenta en el entorno que conforma el grupo objetivo, su situación social, económica, y de necesidades. Analizar de manera óptima las deficiencias de la competencia para aprovecharlas en las nuevas estrategias publicitarias de la marca.

Con las nuevas estrategias puestas en acción, la dinámica que adopta el grupo objetivo se refleja en la acción de consumo del producto, aumentando de esta manera las ganancias de la empresa.

Posteriormente se recomienda al dueño de la empresa o a la persona encargada del marketing de la empresa, refrescar las publicidades cada cierto tiempo, para no perder la atracción de la gente hacia el producto gracias a la publicidad correctamente establecida.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



ABSTRACT.

The company Noah-Ba purified water hits the market in 2014 with a poor advertising strategies, so that the target who would be leading products group not paying more attention.

Conducting a detailed study of the situation presented in the environment that forms the target group, their social and economic situation, and needs. Optimally analyze the shortcomings of competition to seize on new brand advertising strategies.

With new strategies put into action, the dynamics takes the target group is reflected in the action of consumption of the product, thus increasing the profits of the company.

Then the owner of the company or the person responsible for marketing the company recommended, advertisements refresh every so often to keep attracting people to the product through advertising set correctly.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



CAPÍTULO I

1.01 Contexto:

La empresa artesanal, “Noé-Ba Agua purificada” se encuentra en el recinto Matilde Esther, perteneciente a la provincia de Los Ríos.

Esta empresa comenzó como un sueño de su propietario Noé Barragán, que con gran esfuerzo y deseo de sobresalir en su vida formó este producto, para beneficio de él y de toda la población ya que por medio de este negocio pudo dar trabajo a una cierta cantidad de personas propias de la zona cumpliendo con lo especificado en la matriz productiva vigente.

Un punto importante que se debe tratar es la razón geográfica de la locación, ya que se encuentra en una zona costera y dado a la excesiva temperatura que actualmente se presenta en la zona y las obligaciones del gobierno local, este recinto no tiene agua potable ni purificada, obligando a que los pobladores se expongan a enfermedades ya que consumen agua de río o del grifo que no ha sido tratada.

1.02 Justificación:

Está comprobado que los productos cuyas marcas constan de publicidad incrementan sus ventas, y es necesario que una marca nueva, comience su impregnación en la mente del consumidor por medio de una buena publicidad que

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



demuestre en ella, el producto, los beneficios y las razones del porque comprar dicho producto.

Para la marca Noé-Ba agua Purificada, resulta de vital importancia ya que es una marca que resulta ser nueva en el mercado puesto que, el tiempo que se encuentra en el mercado es muy corto pero las necesidades de la empresa son altas y necesita incrementar sus ganancias y la mejor forma es informando al consumidor donde encontrar el producto.

Una de las importancias de la creación de la publicidad de la nueva agua Noé-Ba es la preocupación que siente el dueño de la empresa, con los pobladores donde se encuentra la empresa ya que, es una población de donde todavía se consume agua de río que resulta ser insalubre para la gente, y por medio de la publicidad se puede demostrar a la gente que el producto contiene los más altos estándares de calidad y que por tal razón esta agua no causara daño alguno en la gente evitando que consuman agua no tratada, agua contaminada que puede desembocar en enfermedades.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

1.03 Análisis de Fuerzas T.

Tabla 1: Matriz T.

Elaborado por: Carlos Arias.

Análisis de Fuerzas T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación Mejorada
Que la población no reconozca la marca de la nueva agua Noé-Ba	No existe una campaña publicitaria que promocióne la nueva agua Noé-Ba dentro de la población				El reconocimiento total de la imagen de la nueva agua Noé-Ba por parte del grupo objetivo
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	Fuerzas Bloqueadoras
La unión dentro de la comunidad	2	4	1	3	Indiferencia de la comunidad.
Centros de distribución por medio de amigos.	3	4	3	1	La falta de elementos móviles para transportar el producto
Incrementar las ventas del producto	2	4	2	3	Falta de recursos económicos para crear publicidad masiva.
La preferencia de productos propios de la zona.	1	3	3	1	El rediseño de imagen continuo de marcas pregnantas

Este cuadro está señalado en una escala del 1 al 5 de manera que: 1 malo, 2 medio malo, 3 medio, 4 medio bueno, 5 bueno.

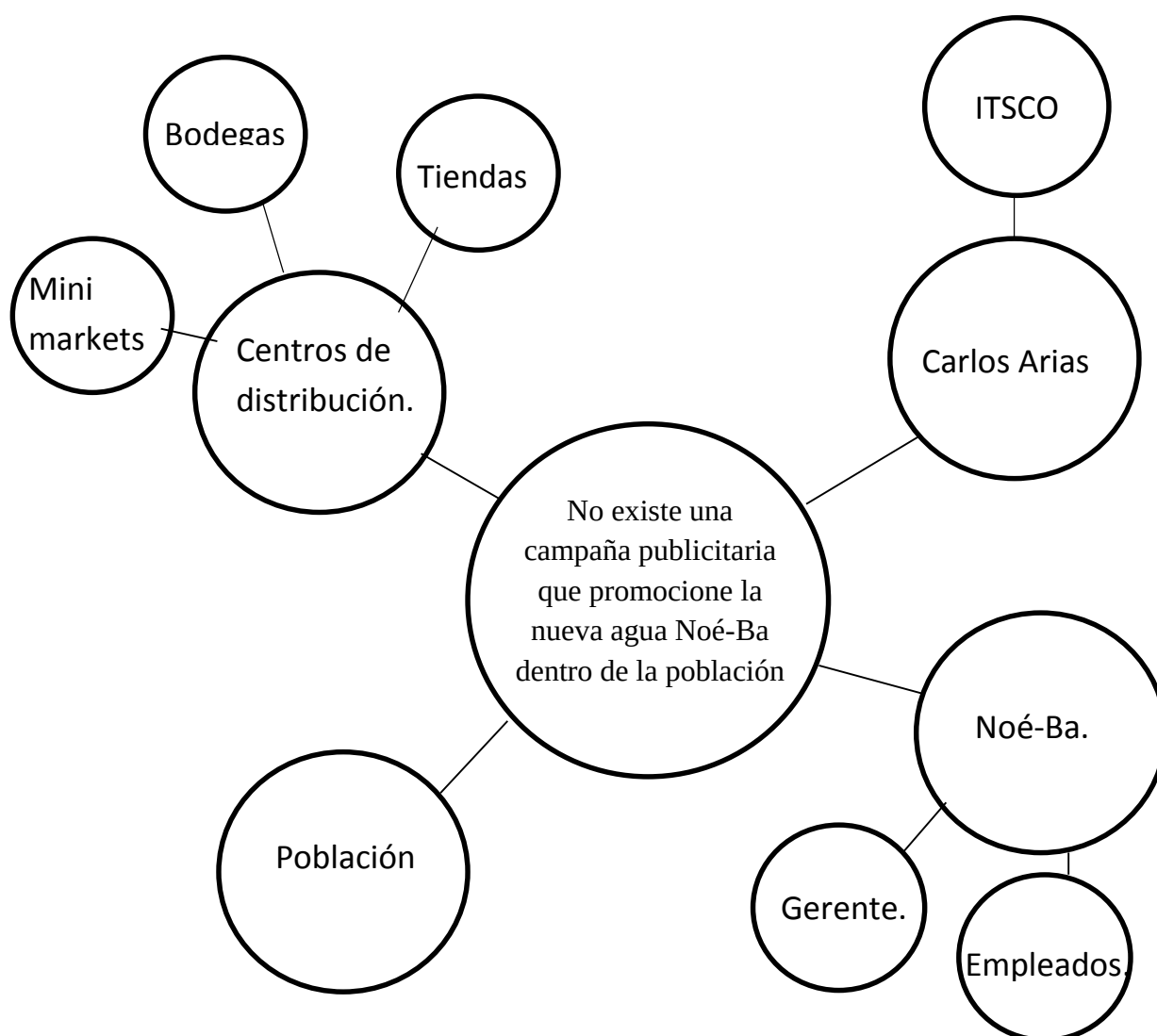
REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

CAPÍTULO II

2.01 Análisis de los Involucrados

Grafico 1: Mapeo de involucrados.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

2.02 Matriz de análisis y selección con los Involucrados

Tabla 2: Matriz de análisis de involucrados.

Elaborado por: Carlos Arias.

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas percibido	Recursos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Investigador	Encontrar La manera de llegar al consumidor. Manejar los ámbitos de la publicidad para beneficio de la marca.	El grupo objetivo desconoce de la marca.	Sociales Creativos Tecnológicos Humanos	Lograr que la marca sea familiar en la mentalidad del consumidor.	El sustento económico para el proyecto.
Noé-Ba	Que las ventas aumenten Que la marca se conozca.	Desconocimiento de técnicas de publicidad.	Humanos Sociales económicos	Que la publicidad llegue efectivamente al consumidor	La competencia desleal por parte de algunas marcas.
Centros de distribución.	Que tengan medios para promocionar el producto	No tener una ubicación para la publicidad	Humanos Sociales	Que la gente acuda más a las tiendas ya que tienen el producto que promociona la publicidad.	Que la publicidad no se refresque a menudo.
Población.	Conocer la marca de la nueva agua Noé-Ba.	Desconocimiento de la calidad del producto.	Humanos sociales	Encontrar otra opción para consumir agua.	El pensamiento a que sea publicidad engañosa.

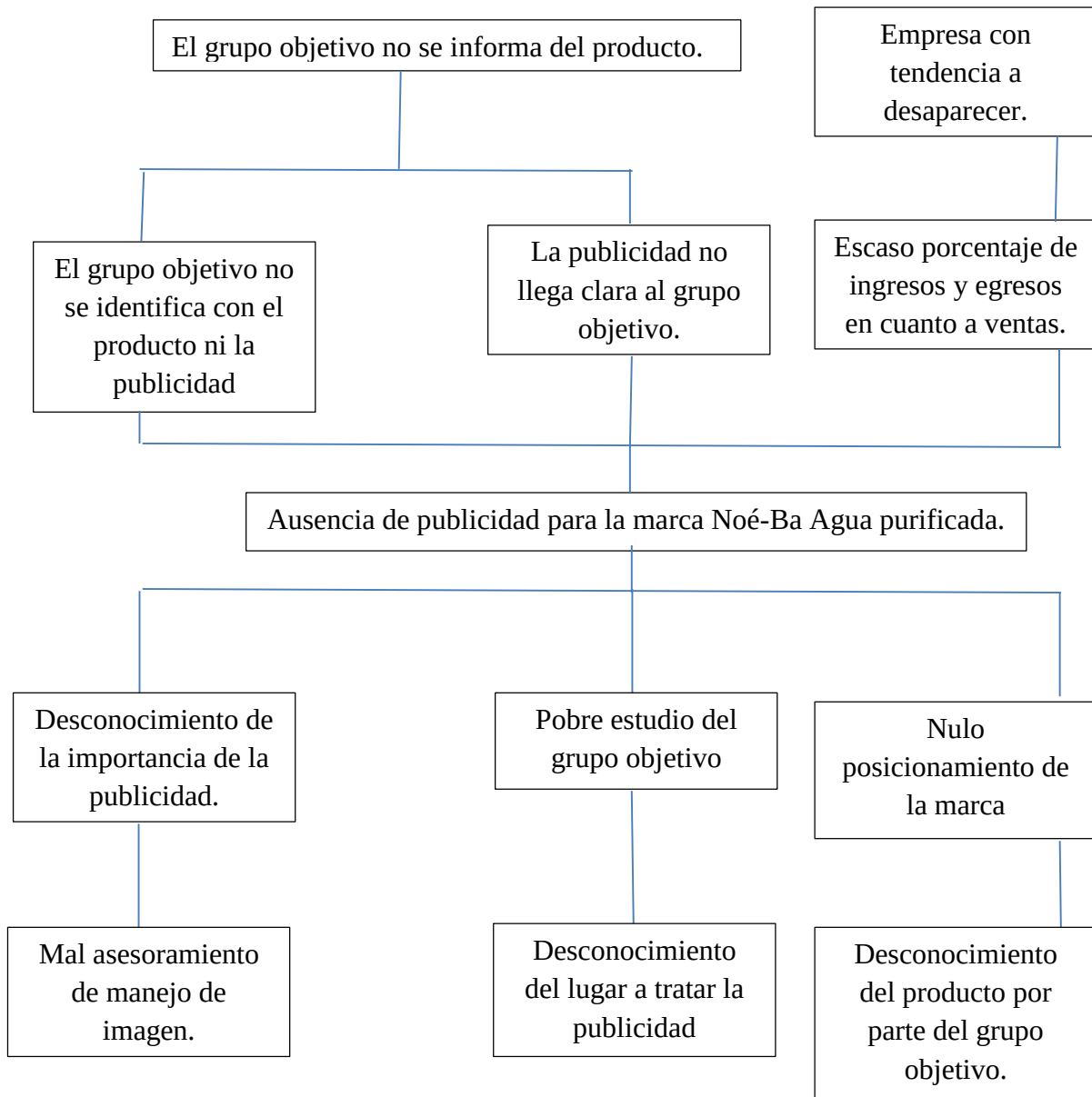
REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

CAPÍTULO III

3.01 Árbol de problemas.

Grafico 2: Árbol de problemas.

Elaborado por: Carlos Arias.

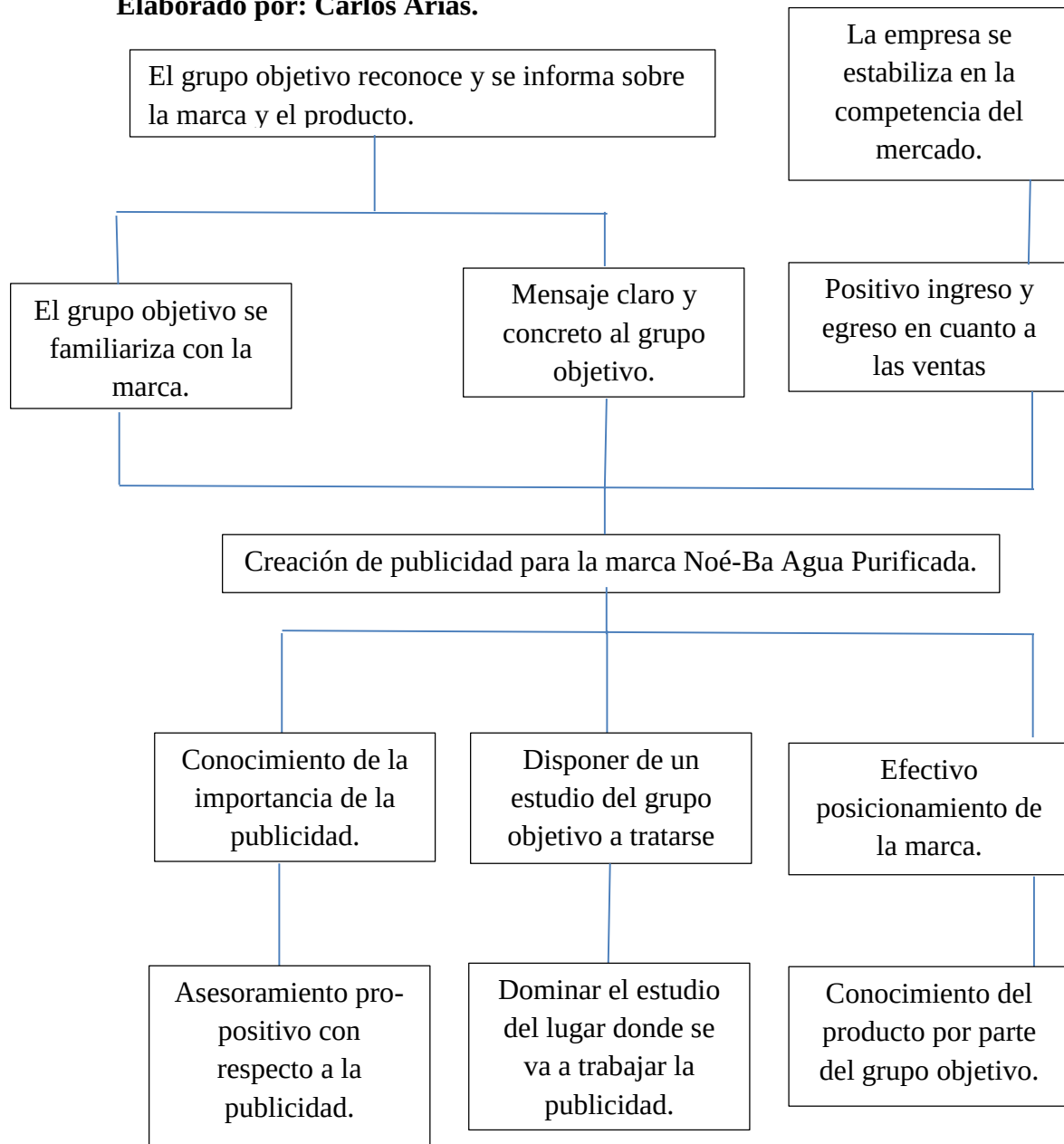


REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

3.02 Árbol de objetivos.

Grafico 3: Árbol de objetivos.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

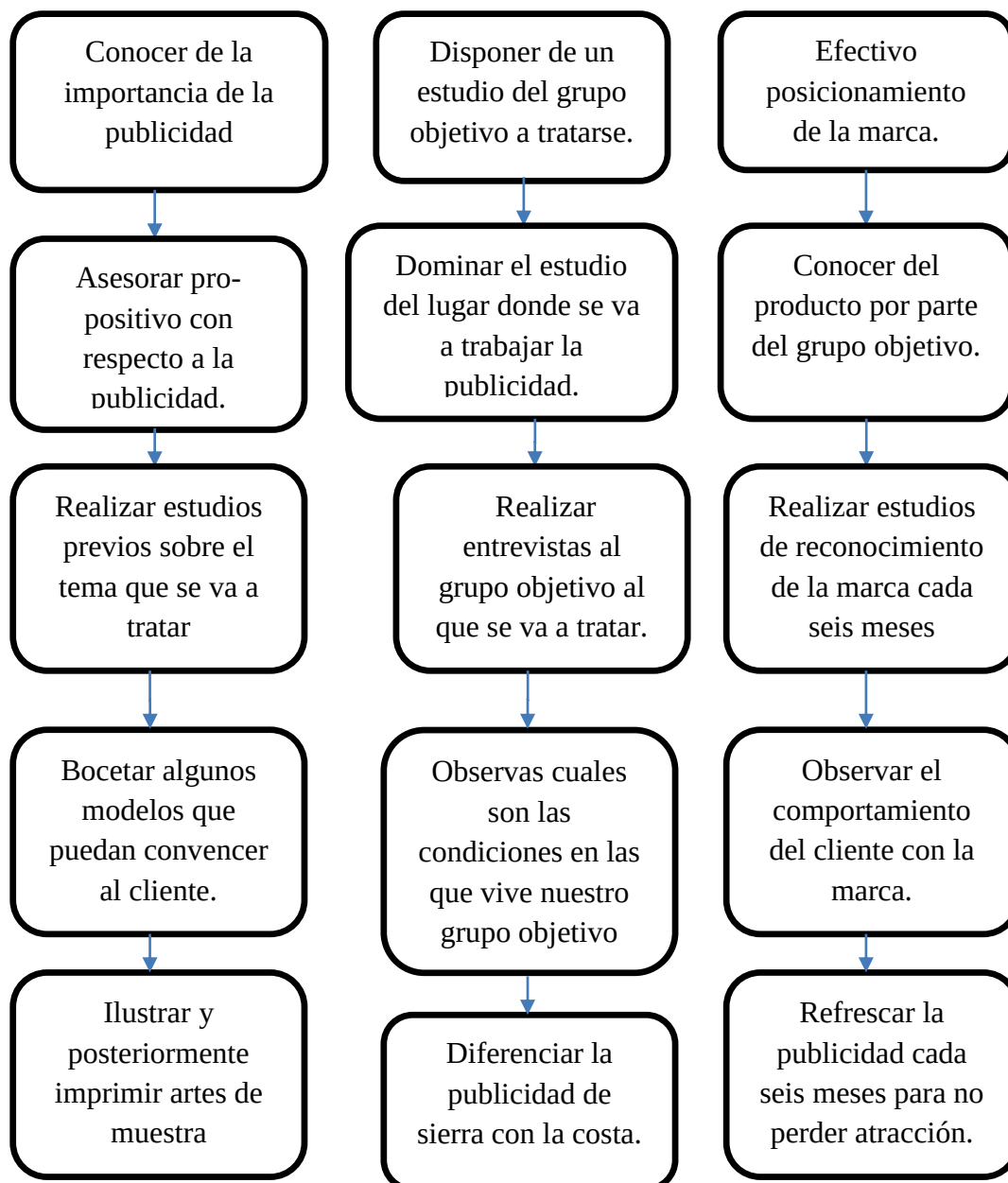
CAPÍTULO IV

Análisis de Alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones.

Grafico 4: matriz de alternativas.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

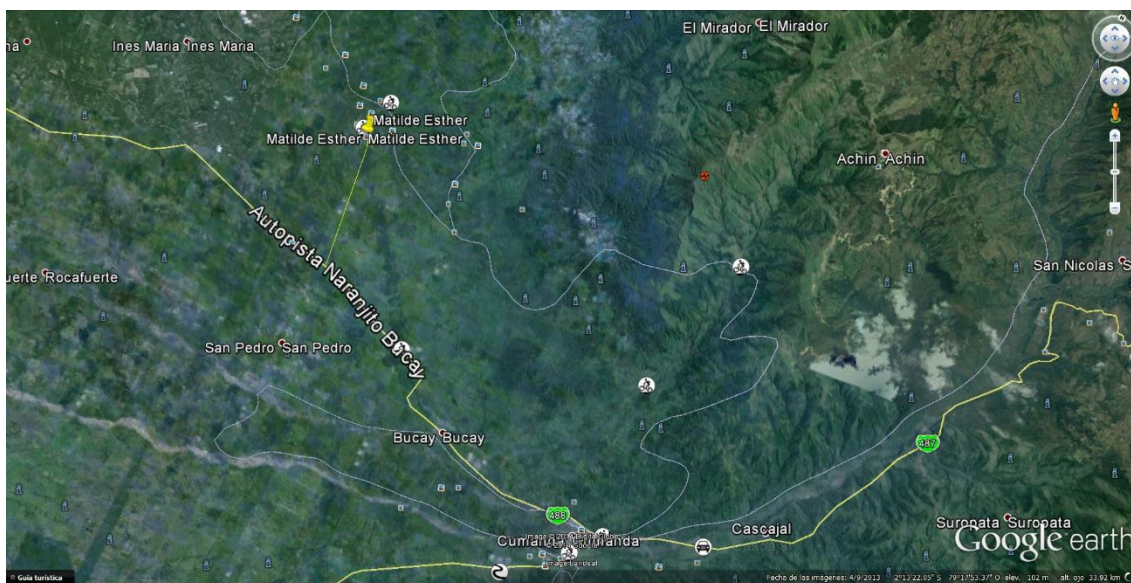
4.01.01 Tamaño del Proyecto

Este proyecto está dirigido para la población del cantón Matilde Esther provincia de Los Ríos, dado que en este lugar es la única planta de agua purificada que se ha implementado en la localidad.

Con la creación de las estrategias publicitarias se intenta dar a conocer la marca del producto mientras se hace énfasis al lugar de donde se produce el producto, solucionando de esta manera los problemas comunicacionales que tiene la empresa Noé-Ba agua purificada

El grupo objetivo al que está dirigida la publicidad, se encuentra en un rango de 17-52 años de clase media-alta, ya que el producto viene con precio.

4.01.02 Localización del Proyecto



Ecuador –Los Ríos – Bucay – Matilde Esther

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



4.01.03 Análisis Ambiental

Aspectos positivos:

Actualmente muchas empresas han optado por la producción de material reciclable en sus productos de esta manera se ayuda al mantenimiento del planeta y a reducir un porcentaje la contaminación del mismo.

Es por esta razón que la empresa Noé-Ba agua purificada ha optado por realizar sus campañas de publicidad en material reciclable o de bajo impacto ambiental.

Aspecto negativo:

En la elaboración de afiches para promocionar la marca del producto podemos llegar directamente al grupo objetivo pero esto podría ser una base para la proliferación de basura.

La publicidad de un producto es uno de los trabajos más contaminantes dado la expulsión masiva de químicos que se encuentran en las tintas, el consumo de la luz y el tiempo en la que se demora en degradarse, produce un impacto importante en el planeta y lamentablemente son situaciones que se puede controlar pero no se podrán eliminar.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL
MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO
MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Tabla 3: Matriz de Impactos.

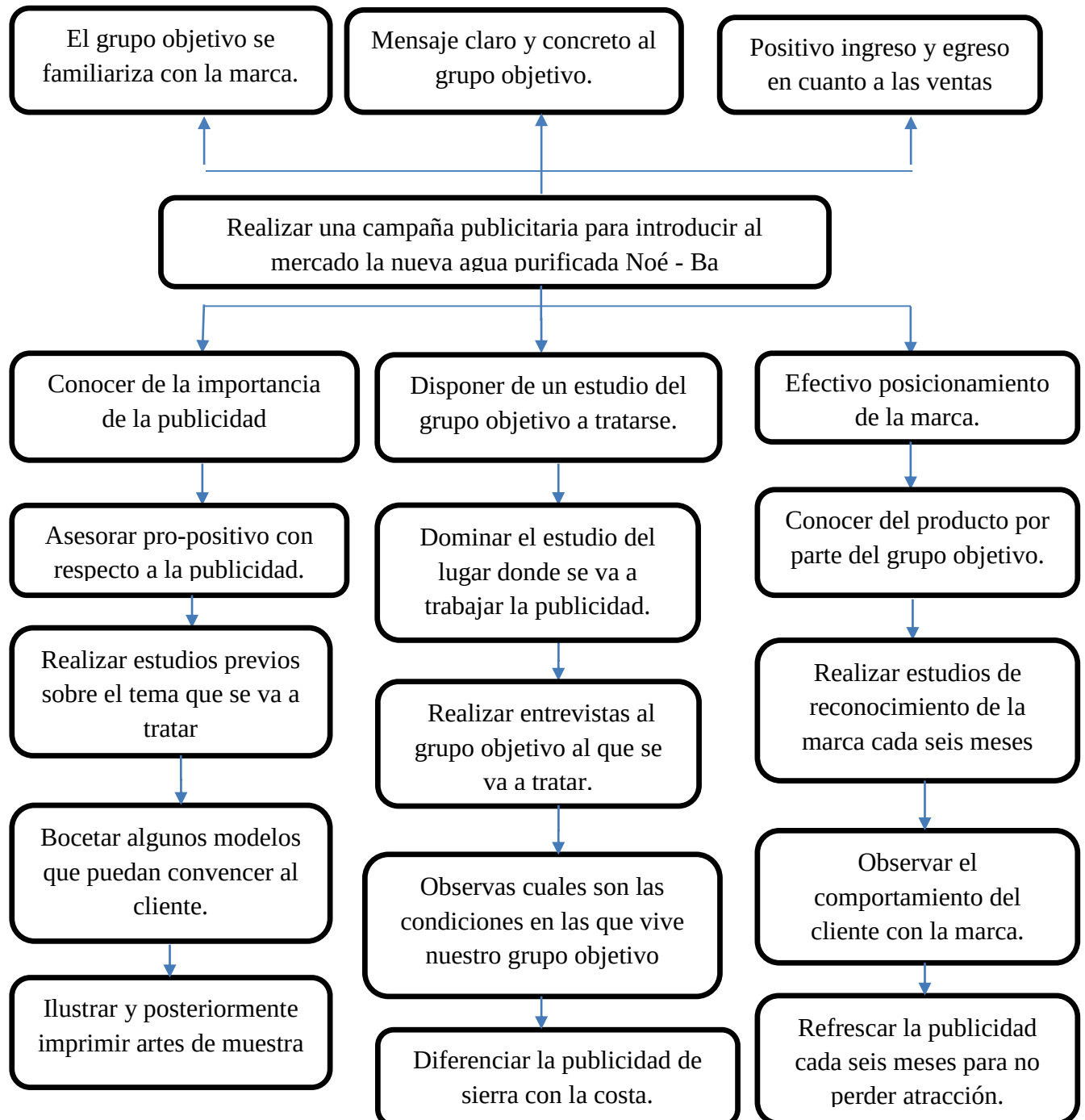
Elaborado por: Carlos Arias.

Objetivos	Impacto sobre el Propósito.	Factibilidad Técnica.	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social.	Factibilidad Política	Total	Categoría
Conocimiento de la importancia de la publicidad.	5	5	5	5	4	24	Alta
Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse.	4	4	4	5	4	21	Alta
Efectivo posicionamiento de la marca.	5	4	4	4	4	21	Alta

4.03 Diagrama de Estrategias

Grafico 5: Estrategias.

Elaborado por: Carlos Arias.



4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico

4.04.01 Revisión de Criterios para Indicadores

Tabla 4: indicadores.

Elaborado por: Carlos Arias.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
Fin	El grupo objetivo se familiariza con la marca.	Un 60% de la población conoce cuál es el producto	60% personas	media	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	Mensaje claro y concreto al grupo objetivo	Se incrementa en un 90% los ingresos de la empresa	90% personas	optima	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	Positivo ingreso y egreso en cuanto a las ventas	Un 80% de incremento a la demanda del producto	80% personas	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
Propósito	realizar una campaña publicitaria para introducir al mercado la nueva agua purificada Noé - Ba en el recinto Matilde Esther	Un 80% de la población reconoce la marca por medio de la campaña publicitaria	80% personas	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
Componentes	Conocer de la importancia de la publicidad	Un 80% de la empresa está interesada en la creación de piezas publicitarias	80%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse	Un 60% del grupo objetivo fue	60%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

		investigado en cuanto al producto y su conducta con el producto					años
	Efectivo posicionamiento de la marca	El 70% del grupo objetivo se siente atraído por las publicidades	70%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
Actividades	Asesorar pro-positivo con respecto a la publicidad. - Realizar estudios previos sobre el tema que se va a tratar	El 80% del grupo objetivo opta comprar el producto antes que comprar el de la competencia.	80%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	- Bocetar algunos modelos que puedan convencer al cliente.	El 50% de los artes son aprobados para realizar las publicidades	50%	aceptable	2 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	- Ilustrar y posteriormente imprimir artes de muestra	El 80% de los artes aprobados fueron impresos	80%	optimo	2meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	Dominar el estudio del lugar donde se va a trabajar la publicidad. - Realizar entrevistas al grupo objetivo al que se va a tratar.	Reconocimiento del 70% de la demografía en donde se desenvuelve nuestro grupo objetivo	70%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

	- Observas cuales son las condiciones en las que vive nuestro grupo objetivo	Reconocer el 60% de las condiciones del grupo objetivo	60%	aceptable	2 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	- Diferenciar la publicidad de sierra con la costa	Ubicar la publicidad en un 65% regionalista	65%	aceptable	1 mes	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	Conocer del producto por parte del grupo objetivo -Realizar estudios de reconocimiento de la marca cada seis meses	El 75% del grupo objetivo se siente satisfecho con el producto	75%	aceptable	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	- Observar el comportamiento del cliente con la marca	El 75% del grupo objetivo dinamiza con las piezas publicitarias	75%	optima	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años
	- Refrescar la publicidad cada seis meses para no perder atracción.	El 60% del grupo objetivo ya no le atrae la publicidad existente	60%	optima	6 meses	Matilde Esther	Media-alta 17-52 años

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

4.04.02 Selección de Indicadores

Tabla 5: selección de indicadores.

Elaborado por: Carlos Arias.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Calificador de Indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
Fin	El grupo objetivo se familiariza con la marca.	Un 60% de la población conoce cuál es el producto	X	X		X	X	4	Alta
	Mensaje claro y concreto al grupo objetivo	Se incrementa en un 90% los ingresos de la empresa	X	X	X	X	X	5	Alta
	Positivo ingreso y egreso en cuanto a las ventas	Un 80% de incremento a la demanda del producto	X	X		X	X	4	Alta
Propósito	realizar una campaña publicitaria para introducir al mercado la nueva agua purificada Noé - Ba en el recinto Matilde Esther	Un 80% de la población reconoce la marca por medio de la campaña publicitaria	X	X	X	X	X	5	Alta
Componente	Conocer de la importancia de la publicidad	Un 80% de la empresa está interesada en la creación de piezas publicitarias	X	X	X	X	X	5	Alta
	Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse	Un 60% del grupo objetivo fue investigado en cuanto al producto y su conducta con el producto	X	X	X	X	X	5	Alta
	Efectivo posicionamiento de la marca	El 70% del grupo objetivo se siente atraído por las publicidades	X		X	X	X	4	Alta

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Actividad	Asesorar pro-positivo con respecto a la publicidad. - Realizar estudios previos sobre el tema que se va a tratar	El 80% del grupo objetivo opta comprar el producto antes que comprar el de la competencia.	X	X		X	X	5	Alta
	- Bocetar algunos modelos que puedan convencer al cliente	El 50% de los artes son aprobados para realizar las publicidades	X	X	X	X	X	4	Alta
	- Ilustrar y posteriormente imprimir artes de muestra	El 80% de los artes aprobados fueron impresos	X		X	X	X	4	Alta
	Dominar el estudio del lugar donde se va a trabajar la publicidad. - Realizar entrevistas al grupo objetivo al que se va a tratar.	Reconocimiento del 70% de la demografía en donde se desenvuelve nuestro grupo objetivo	X	X	X	X	X	5	Alta
	- Observas cuales son las condiciones en las que vive nuestro grupo objetivo	Reconocer el 60% de las condiciones del grupo objetivo	X	X	X		X	4	Alta
	- Diferenciar la publicidad de sierra con la costa	Ubicar la publicidad en un 65% regionalista	X	X	X	X	X	5	Alta
	Conocer del producto por parte del grupo objetivo -Realizar estudios de reconocimiento de la marca cada seis meses	El 75% del grupo objetivo se siente satisfecho con el producto	X	X	X	X	X	5	Alta
	- Observar el comportamiento del cliente con la marca	El 75% del grupo objetivo dinamiza con las piezas publicitarias	X	X		X	X	4	Alta
	- Refrescar la publicidad cada seis meses para no perder atracción.	El 60% del grupo objetivo ya no le atrae la publicidad existente	X	X	X		X	4	Alta

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

4.04.03 Medios de Verificación

Tabla 6: Medios de verificación.

Elaborado por: Carlos Arias.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de Verificación				
			Fuentes de Información	Métodos de Recolección	Métodos de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
Fin	El grupo objetivo se familiariza con la marca.	Un 60% de la población conoce cuál es el producto	Primario	Entrevistas	cualitativo	Semestral	Diseñador grafico
	Mensaje claro y concreto al grupo objetivo	Se incrementa en un 90% los ingresos de la empresa	Secundario	Observación	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico
	Positivo ingreso y egreso en cuanto a las ventas	Un 80% de incremento a la demanda del producto	Secundario	Observación	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico
Propósito	realizar una campaña publicitaria para introducir al mercado la nueva agua purificada Noé - Ba en el recinto Matilde Esther	Un 80% de la población reconoce la marca por medio de la campaña publicitaria	Primario	Encuestas	Cuantitativo	Semestral	Diseñador Grafico
Componente	Conocer de la importancia de la publicidad	Un 80% de la empresa está interesada en la creación de piezas publicitarias	Secundario	Entrevistas	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



	Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse	Un 60% del grupo objetivo fue investigado en cuanto al producto y su conducta con el producto	Primario	Observación.		Semestral	Diseñador Grafico
	Efectivo posicionamiento de la marca	El 70% del grupo objetivo se siente atraído por las publicidades	Primario	Entrevistas	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico
Actividad	Asesorar pro-positivo con respecto a la publicidad. - Realizar estudios previos sobre el tema que se va a tratar	El 80% del grupo objetivo opta comprar el producto antes que comprar el de la competencia.	primario	Observación.	cualitativo	Semestral	Diseñador grafico
	- Bocetar algunos modelos que puedan convencer al cliente.	El 50% de los artes son aprobados para realizar las publicidades	Primario	Observación.	cualitativo	bimensual	Diseñador Grafico
	- Ilustrar y posteriormente imprimir artes de muestra	El 80% de los artes aprobados fueron impresos	Primario	Observación.	cualitativo	bimensual	Diseñador Grafico
	Dominar el estudio del lugar donde se va a trabajar la publicidad. - Realizar entrevistas al grupo objetivo al que se va a tratar.	Reconocimiento del 70% de la demografía en donde se desenvuelve	Primario	Observación.	cualitativo	Semestral	Diseñador grafico

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



		nuestro grupo objetivo					
	- Observas cuales son las condiciones en las que vive nuestro grupo objetivo	Reconocer el 60% de las condiciones del grupo objetivo	Primario	Observación.	cualitativo	Bimensual	Diseñador Grafico
	- Diferenciar la publicidad de sierra con la costa	Ubicar la publicidad en un 65% regionalista	Primario	Observación.	cualitativo	Mensual	Diseñador Grafico
	Conocer del producto por parte del grupo objetivo -Realizar estudios de reconocimiento de la marca cada seis meses	El 75% del grupo objetivo se siente satisfecho con el producto	primario	Observación.	cualitativo	Semestral	Diseñador grafico
	- Observar el comportamiento del cliente con la marca	El 75% del grupo objetivo dinamiza con las piezas publicitarias	Primario	Observación.	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico
	- Refrescar la publicidad cada seis meses para no perder atracción.	El 60% del grupo objetivo ya no le atrae la publicidad existente	Secundario	Observación.	cualitativo	Semestral	Diseñador Grafico

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos.

Elaborado por: Carlos Arias.

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
Fin	El grupo objetivo se familiariza con la marca.	Un 40% de la población no se identifica con la imagen.		X	X	X	X
	Mensaje claro y concreto al grupo objetivo	El grupo objetivo no entienda el mensaje		X	X	X	X
	Positivo ingreso y egreso en cuanto a las ventas	Que resulten más egresos que ingresos por un entendimiento pobre de la publicidad	X		X	X	
Propósito	realizar una campaña publicitaria para introducir al mercado la nueva agua purificada Noé - Ba en el recinto Matilde Esther	La campaña publicitaria no surte interés en el grupo objetivo	X	X	X	X	X
Componente	Conocer de la importancia de la publicidad	Desinterés de las personas involucradas		X	X	X	X
	Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse	La gente no le interés apoyar con la investigación	X	X	X		X
	Efectivo posicionamiento de la marca	Que la publicidad pase desapercibida en el grupo objetivo	X	X	X	X	
Actividad	Asesorar pro-positivo con respecto a la publicidad. - Realizar estudios previos sobre el tema que se va a tratar	La distancia impide que se transporte fácilmente al publicista	X	X	X	X	X

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



- Bocetar algunos modelos que puedan convencer al cliente.	No exista el espacio adecuado para realizar los bocetos	X	X			X
- Ilustrar y posteriormente imprimir artes de muestra	Es necesario salir a la ciudad más cercano para realizar las impresiones	X		X	X	X
Dominar el estudio del lugar donde se va a trabajar la publicidad. - Realizar entrevistas al grupo objetivo al que se va a tratar.	Deficiente información sobre el lugar en su estado geográfico, económico y social.	X	X	X	X	X
- Observar cuales son las condiciones en las que vive nuestro grupo objetivo	Las diferentes temporadas a las que se sujeta la población no establece una definida condición de vida del grupo objetivo		X	X	X	X
- Diferenciar la publicidad de sierra con la costa	Que se maneje un diseño estándar	X		X	X	X
Conocer del producto por parte del grupo objetivo -Realizar estudios de reconocimiento de la marca cada seis meses	Que el grupo objetivo reconozca la marca pero que no lo semeje con el producto.	X	X	X	X	X
- Observar el comportamiento del cliente con la marca	El grupo objetivo presenta una desinterés por la marca y su publicidad	X	X	X	X	
- Refrescar la publicidad cada seis meses para no perder atracción.	Refrescar la publicidad y perder el interés ganado por parte del grupo objetivo.	X	X	X	X	X

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Tabla 8: Marco Lógico.

Elaborado por: Carlos Arias.

Resumen Narrativo	Indicadores	Medios de Verificación	Supuestos
El grupo objetivo se familiariza con la marca.	Un 60% de la población conoce cuál es el producto	Entrevistas	Un 40% de la población no se identifica con la imagen.
Mensaje claro y concreto al grupo objetivo	Se incrementa en un 90% los ingresos de la empresa	Observación	El grupo objetivo no entienda el mensaje
Positivo ingreso y egreso en cuanto a las ventas	Un 80% de incremento a la demanda del producto	Observación	Que resulten más egresos que ingresos por un entendimiento pobre de la publicidad
realizar una campaña publicitaria para introducir al mercado la nueva agua purificada Noé - Ba en el recinto Matilde Esther	Un 80% de la población reconoce la marca por medio de la campaña publicitaria	Encuestas	La campaña publicitaria no surte interés en el grupo objetivo
Conocer de la importancia de la publicidad	Un 80% de la empresa está interesada en la creación de piezas publicitarias	Entrevistas	Desinterés de las personas involucradas
Disponer de un estudio del grupo objetivo a tratarse	Un 60% del grupo objetivo fue investigado en cuanto al producto y su conducta con el producto	Observación.	La gente no le interés apoyar con la investigación
Efectivo posicionamiento de la marca	El 70% del grupo objetivo se siente atraído por las publicidades	Entrevistas	Que la publicidad pase desapercibida en el grupo objetivo

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

Asesorar pro-positivo con respecto a la publicidad. - Realizar estudios previos sobre el tema que se va a tratar	El 80% del grupo objetivo opta comprar el producto antes que comprar el de la competencia.	Observación.	La distancia impide que se transporte fácilmente al publicista
- Bocetar algunos modelos que puedan convencer al cliente.	El 50% de los artes son aprobados para realizar las publicidades	Observación.	No exista el espacio adecuado para realizar los bocetos
- Ilustrar y posteriormente imprimir artes de muestra	El 80% de los artes aprobados fueron impresos	Observación.	Es necesario salir a la ciudad más cercano para realizar las impresiones
Dominar el estudio del lugar donde se va a trabajar la publicidad. - Realizar entrevistas al grupo objetivo al que se va a tratar.	Reconocimiento del 70% de la demografía en donde se desenvuelve nuestro grupo objetivo	Observación.	Deficiente información sobre el lugar en su estado geográfico, económico y social.
- Observas cuales son las condiciones en las que vive nuestro grupo objetivo	Reconocer el 60% de las condiciones del grupo objetivo	Observación.	Las diferentes temporadas a las que se sujeta la población no establece una definida condición de vida del grupo objetivo
- Diferenciar la publicidad de sierra con la costa	Ubicar la publicidad en un 65% regionalista	Observación.	Que se maneje un diseño estándar
Conocer del producto por parte del grupo objetivo	El 75% del grupo objetivo se siente satisfecho con el producto	Observación.	Que el grupo objetivo reconozca la marca pero que no lo semeje con el producto.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



-Realizar estudios de reconocimiento de la marca cada seis meses			
- Observar el comportamiento del cliente con la marca	El 75% del grupo objetivo dinamiza con las piezas publicitarias	Observación.	El grupo objetivo presenta una desinterés por la marca y su publicidad
- Refrescar la publicidad cada seis meses para no perder atracción.	El 60% del grupo objetivo ya no le atrae la publicidad existente		

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

CAPÍTULO V:

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta.

En el canto Matilde Esther provincia de Los Ríos, se encuentra la primera empresa dedicada a la producción y distribución de agua purificada con los más altos estándares de calidad, la empresa empezó como un sueño familiar y actualmente la empresa se encuentra constituida por tres personas. Lo que intenta realizar la empresa es vender una alternativa útil de consumo de agua dado que en la zona no constan con agua potable y la mayoría de veces se ven obligados a recoger agua del río para posteriormente hervirla.

La empresa actualmente no consta con un plan estratégico de publicidad es por esta razón que lo encuentro de vital importancia para el reconocimiento de la marca por parte del grupo objetivo y el crecimiento de la empresa en cuanto a expansión y ganancias de la misma.

5.02 descripción de la herramienta.

La publicidad de se basa específicamente en llegar de una manera más clara al grupo objetivo por medio de sus sentidos, haciendo que el producto o servicio sea más conocido y se incremente la posibilidad de adquirir y saciar su necesidad.

La función principal de la publicidad es la de generar en un producto o servicio una diferencia entre las demás existentes en el mercado, para llegar a un grupo objetivo en especial por medio de las estrategias publicitarias. A continuación algunos tipos de publicidad.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

1) Publicidad de marca: este se enfoca en el desarrollo y mantenimiento de la marca en el grupo objetivo a largo plazo, mas no explícitamente en el producto. (Melanie – 2011 - <http://es.slideshare.net/melanieromerorivas/publicidad-de-marca>)

2) publicidad detallista o local: este tipo de publicidad se aplica enviando un mensaje a una zona geográfica en específico, estimulando el tránsito por las tiendas con estos dos tipos de publicidad se podrían aplicar para la intención del proyecto sin dejar suelto que las ideas que deben estar plasmadas en la publicidad deben ser creativas y comunicativas. (Kevin Vásquez- 2012 - <http://www.todomktblog.com/2012/08/tiposdepublicidad.html>)

5.03 formulación del proceso de aplicación.

5.03.01 brief publicitario

Se ha demostrado que el cuerpo humano está constituido por más del 60% de agua y que este elemento es necesario para la subsistencia del ser, es por esta razón que Noé-Ba agua purificada quiere entregar una nueva opción de consumo del líquido vital, desarrollada con los más altos estándares de calidad y que ha sido desarrollada y distribuida en el mismo lugar ayudando de esta manera a la salud de los habitantes de la zona. (Dr. Javier Luque Pino- 2008.- <http://www.encyclopediasalud.com/categorias/cuerpo-humano/articulos/distribucion-del-agua-en-el-cuerpo-estadisticas>)

5.03.01.01 Nombre de la empresa.

Noé-Ba Agua purificada

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



5.03.01.02 Misión de la empresa.

La empresa se enfoca en el respeto, honestidad y buen servicio, bajo estos tres parámetros la empresa se ha mantenido trabajando ya estos 6 meses, manteniendo los cuidados necesarios en el tratamiento del agua para que al momento de llegar a la mesa del consumidor no tenga químicos, sino sea 100% pura y con un sabor exquisito.

5.03.01.03 Visión de la empresa.

El mejorar cada día en cuanto al manejo del producto y el tratamiento con el cliente para que se sienta que el producto esta tratado con la misma dedicación y cariño como se lo trata al cliente.

5.03.01.04 Valores Corporativos.

*** Respeto**

*** Honestidad**

*** Responsabilidad**

*** Integridad**

*** Lealtad**

5.03.02 Problemas comunicacionales.

Información: la marca Noé-Ba agua purificada pasa desapercibida por parte del grupo objetivo.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Persuasión: la empresa no ha generado estrategias de persuasión para el reconocimiento de la marca.

Posicionamiento: la empresa no posee publicidad en el mercado dado que no ha utilizado estrategias comunicacionales.

Mantenimiento: la empresa no cuenta con estrategias comunicacionales para mantenerse en la mente del consumidor.

5.03.03 Objetivos comunicacionales.

Informativo: por medio de afiches publicitarios comunicar al grupo objetivo sobre el producto.

Persuasión: mediante material POP que sea útil y atraiga al grupo objetivo.

Posicionamiento: la imagen del producto.

Mantenimiento: por medio de un BTL para mantener la imagen de la marca en la mente del cliente.

5.03.04 estrategia creativa.

5.03.04.01 beneficios racionales

- * Calidad

- * Presencia

- * Competitividad

- * Instinto de apropiación

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



5.03.04.02 beneficios emocionales.

- * Confianza
- * Seguridad
- * Salud
- * Satisfacción

5.03.04.03 mensaje básico

Noé-Ba agua pura y refrescante.

5.03.04.04 tonos

Demostrativo.

5.03.04.05 estilo

Moderno.

5.03.04.06 reason why

todos los beneficios que se presentan con las estrategias comunicacionales que se presentan, obtenemos como resultado la aceptación positiva del cliente, diferenciados de la competencia en su tono indiferente, atrayendo al grupo objetivo a que consuma el producto.

5.03.04.07 ejes de campaña

Oasis que cautiva.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



5.03.04.08 slogans de campaña.

Un oasis de frescura.

5.03.04.09 diseño de piezas gráficas.

Para que se produzca la compra del producto, es necesario que el grupo objetivo sienta curiosidad o deseo de consumir el producto, y este sentimiento no se puede lograr si no se observa con interés al mismo.

Dado que lo que no se ve no se desea y por ende no se compra.

5.03.04.10 AIDA

El AIDA es pasar por los sentimientos que producen las estrategias comunicacionales.

Para lograr que el cliente compre el producto necesita elementalmente pasar por el desear el producto pero esto no se da si el grupo objetivo no siente el interés y para lograr generar este sentimiento la publicidad tiene que llamar la atención del grupo objetivo.

Atención: captar algo que le interese con imágenes que sean creativas y atractivas visualmente.

Interés: causar la curiosidad del producto, dar la seguridad que con el producto el cliente saciara su necesidad.

Acción: ya brindada la seguridad de que el producto sacia su necesidad, el cliente procede a comprar sin dudar en que su acción es correcta o no.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



CUÑA RADIAL.

Grafico 6: Guion radial.

Elaborado por: Carlos Arias.

NOMBRE DEL PRODUCTO/SERVICIO

Cuña Noé-Ba agua purificada

DURACIÓN DEL COMERCIAL

30 Segundos

TIPO DE COMERCIAL:

2 Locutores

MUSICA:

Canción (MUSICA DE BANDA 24 DE MAYO- MOSAICO DE BANDAS 1)

LOCUTORES:

Locutor 1: Xavier Arias

Locutor 2:

Descripción de eventos y sucesos	Canal principal
Entra música 5" y pasa al fondo y se mantiene	(MUSICA DE BANDA 24 DE MAYO- MOSAICO DE BANDAS 1)
Entra locutor Música de fondo	Locutor 1: ya llego, ya está aquí la exquisita, la deliciosa, la única agua Noé-Ba agua pura, agua refrescante, agua con los más altos estándares de calidad
Música de fondo	Locutor2: oiga, oiga vecino donde compro!?Y cuánto vale!?
Música de fondo	Locutor 1: vecina en las tiendas más cercanas y a tan solo uno con cincuenta, corra vecina corra que se acaba, recuerde vecina tiene los más altos estándares de calidad y fue echa aquí nomas donde el zambo.
Música de fondo	Locutor2: ya ya ahorita mismo voy a comprar, la nueva agua Noé-Ba.
Música de fondo a primer plano 5" y desaparece hasta el fin.	

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

AFICHE

Grafico 7: afiche 1.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

FLAYER

Grafico 8: Slayer.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

MATERIAL POP:

Grafico 9: material pop.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

STAND:

Grafico 10: foto del STAND.

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

INTERNET:

Grafico 11: RED SOCIAL (FACEBOOK).

Elaborado por: Carlos Arias.



REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



05.03.05 Plan y estrategia de medios.

05.03.05.01 Medios Primarios.

Medio: Radio

Soporte: Cuña.

Objetivo: (Informar) relatar brevemente sobre el producto lugar de venta y precio del mismo

Radios a transmitir: Canela, centro.

05.03.05.02 Medios Secundario.

Soporte: afiches, Flyers, material pop.

Objetivo: (persuadir) dar a conocer el producto en los pobladores de Matilde Esther.

05.03.05.03 Medios Auxiliares.

Medio: BTL

Soporte: adhesivo de la etiqueta y una publicidad del producto que se ofrece.

Objetivo: (mantener) mostrar con imágenes el producto que se ofrece.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA
NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER
PROVINCIA DE LOS RÍOS.



05.03.05.04 Presupuesto de medios.

Tabla 9: presupuestos de medios.

Elaborado por: Carlos Arias.

MEDIOS PRIMARIOS.		
RADIO.		
CANELA	30"	\$3080,00
CENTRO	30"	\$2200,00
REDES SOCIALES (FACEBOOK)		\$1000,00
MEDIOS SECUNDARIOS.		
IMPRESOS.		
AFICHES	1000	\$4975,00
FLAYER	1000	
MATERIAL POP	1000	
MEDIOS AUXILIAR.		
STAND		
STAND		\$500,00

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



05.03.05.05 Presupuesto de pautaaje.

Tabla 10: Presupuestos de pautaaje.

Elaborado por: Carlos Arias.

MEDIOS PRINCIPALES.		
Radio		\$6300,00
Redes sociales		
MEDIOS SECUNDARIOS.		
Impresos		\$4975,00
MEDIOS AUXILIARES.		
STAND		\$500,00
TOTAL.		\$11775,00
Tercerización (17.65%)		\$2078,29
TOTAL PAUTAJE		\$13853,29

05.03.05.06 Presupuesto de producción.

Tabla 11: Presupuestos de producción.

Elaborado por: Carlos Arias.

radio	25"	\$500,00
Publicidad exterior	Flyers	\$50,00
	Afiches	\$75,00
	Material POP	\$4850,00
internet	Redes sociales	\$1000,00
TOTAL		\$6475,00

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



05.03.05.07 Presupuesto total.

Tabla 12: Presupuestos total.

Elaborado por: Carlos Arias.

Presupuesto pautaaje	\$13853,29
Presupuesto de producción	\$6475,00
Total	\$20328,29
Imprevistos (10%)	\$2032,83
TOTAL CAMPAÑA.	23695,65

05.03.05.08 Flow Chart.

Tabla 13: Flow Chart.

Elaborado por: Carlos Arias.

MEDIOS PRIMARIOS.		
RADIO.		
CANELA	30"	\$3080,00
MAS CANDELA	30"	\$2200,00
REDES SOCIALES (FACEBOOK)		\$1000,00
MEDIOS SECUNDARIOS.		
IMPRESOS.		
AFICHES	1000	\$4975,00
FLAYER	1000	
MATERIAL POP	1000	
MEDIOS AUXILIAR.		

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



STAND		
STAND		\$500,00
MEDIOS PRINCIPALES.		
Radio		\$6300,00
Redes sociales		
MEDIOS SECUNDARIOS.		
Impresos		\$4975,00
MEDIOS AUXILIARES.		
STAND		\$500,00
TOTAL.		\$11775,00
Tercerización (17.65%)		\$2078,29
TOTAL PAUTAJE		\$13853,29
radio	25"	\$500,00
Publicidad exterior	Flyers	\$50,00
	Afiches	\$75,00
	Material POP	\$4850,00
internet	Redes sociales	\$1000,00
TOTAL		\$6475,00
Presupuesto pautaaje		\$13853,29
Presupuesto de producción		\$6475,00
Total		\$20328,29
Imprevistos (10%)		\$2032,83
TOTAL CAMPAÑA.		23695,65

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

CAPÍTULO VI

06.01 Aspectos administrativos.

06.01.01 técnico - tecnológico.

Aplicación de software tales como:

Adobe illustrator CS5.

Adobe Photoshop CS5.

Computadora de mesa marca Toshiba.

Utilización de cámara de fotos marca canon.

06.01.02 Aspecto Humanos.

Todo el personal que forma parte de la empresa Noé-Ba Agua purificada, y todas aquellas personas que aportaron con información para el desarrollo del proyecto.

06.01.03 Económico.

Se utilizara un presupuesto de aproximadamente 1600,00 que se los puede reutilizar por la misma empresa en caso de ofrecer una propuesta de proyecto adecuada y que satisfaga al dueño de la misma.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



06.02 presupuestos:

06.02.01 gastos operativos

Tabla 14: Gastos operativos.

Elaborado por: Carlos Arias.

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor Total	Financiamiento
1	Alimentación	2,50	10,00	Propio.
2	Impresiones	0,60	12,00	Propio.
3	Copias	0,02	7,00	Propio.
4	Pasajes de transporte	8,00	32,00	Propio.
5	Servicios de internet	23,00	23,00	Propio.
6	Luz	20,00	20,00	Propio.
TOTAL			104,00	

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.

06.03 cronograma:

Tabla 15: Cronograma.

Elaborado por: Carlos Arias.

Nº	actividad	responsable	tiempo				Resultados esperados	
			MES	SEMANA				
				1	2	3		4
1	Aprobación del Tema.	Dirección de la escuela	Abril				X	- Aprobación para el inicio del proyecto.
2	Antecedentes	Carlos Arias	Mayo			x	x	- Definición de manera contextual el problema - Justificar el proyecto y problema - Diseño de matriz T y definir el problema central
3	Análisis de involucrados	Carlos Arias	Junio	x	x			- identificar los involucrados directos e indirectos del proyecto - realizar el mapeo de involucrados
4	Problemas y Objetivos	Carlos Arias	Julio			x		- identificar el problema - identificar el propósito o metas
5	Análisis de alternativas	Carlos Arias	Julio				x	- analizar las acciones a realizar, las formas, medios y componentes. - analizar el tamaño del proyecto - identificar el lugar donde se realizara el proyecto - impacto ambiental del proyecto

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



								- análisis del impacto del proyecto en el grupo objetivo - estrategias - marco lógico
6	La Propuesta	Carlos Arias	agosto			x	x	- antecedentes de la herramienta de la propuesta - descripción de la herramienta - Proceso de aplicación
7	Aspectos Administrativos	Carlos Arias	Septiembre		x			- análisis de los recursos de la propuesta - presupuestos del proyecto y cronograma
8	Conclusiones y Recomendaciones	Carlos Arias	Septiembre			x		- Planteamiento de conclusiones y recomendaciones del proyecto.
9	Referencias Bibliográficas	Carlos Arias	Septiembre			x		- bibliografía

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



CAPÍTULO VII

07.01 Conclusiones.

- Identificar de una manera oportuna el grupo con que se va a trabajar cada una de las piezas graficas pertenecientes a la campaña publicitaria.
- La insuficiente información sobre la empresa Noé-Ba Agua purificada, tanto en imagen como en productos que brindan a la población de Matilde Esther provincia de Los Ríos.
- La oportuna creación de piezas publicitarias claras y precisas sobre el producto que brinda la empresa que resulte de interés para el grupo objetivo.
- Reconocer que el buen marketing y la buena aplicación de la publicidad es encontrar las necesidades del grupo objetivo e identificar a los consumidores reales y los posibles compradores

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



07.02 Recomendaciones.

- Conocer el grupo objetivo y el lugar donde se desenvuelve para que la publicidad sea directa y objetiva.
- La creación de un manual corporativo nos da la pauta para un manejo adecuado del logo tipo y sus colores para que no se vean alterados al momento de hacer las piezas publicitarias.
- El grupo objetivo puede adquirir mayor interés por comprar el producto si le queda claro los diferentes productos que se encuentran a la venta.
- Una buena estrategia de marketing ayuda a difundir de una manera oportuna y correcta el mensaje.

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.



Referencias bibliográficas.

- Publicidad de guerrilla de Dorrian, Michael editorial Gustavo gili, s.l. 2006
- Diccionario de publicidad de vv.aa. editorial complutense 2005
- el diseño en la publicidad: crear mensajes gráficos con gran impacto visual de landa, robín Anaya multimedia-Anaya interactiva 2004
- Los 10 pecados capitales del marketing: Signos y soluciones (Philip Kotler)
- Lovemarks: El futuro más allá de las marcas (Kevin Roberts)
- El universo publicitario: Una historia global de la publicidad (Mark Tungate)
- El pensamiento lateral. Manual de creatividad (Edward de Bono)
- Usted puede ser lo bueno que quiera ser (Paul Arden)
- El arte de cautivar: Guía para sobresalir, influir y triunfar (Guy Kawasaki)
- El libro rojo de la publicidad (Luis Bassat)

Net-grafía:

- <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/20-libros-que-no-deben-faltar-en-la-biblioteca-de-todo-marketero-yo-publicitario/>
- <http://www.todomktblog.com/2012/08/tiposdepublicidad.html>
- <http://larueding.com/2013/06/24/7-tipos-de-publicidad/>
- <http://www.merca20.com/definicion-de-publicidad/>
- <http://www.todomktblog.com/2012/08/tiposdepublicidad.html>
- <http://www.encyclopediasalud.com/categorias/cuerpo-humano/articulos/distribucion-del-agua-en-el-cuerpo-estadisticas>

REALIZAR UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA INTRODUCIR AL MERCADO LA NUEVA AGUA PURIFICADA NOÉ - BA EN EL RECINTO MATILDE ESTHER PROVINCIA DE LOS RÍOS.