

Capítulo I

Antecedentes

1.01 Contexto

A pesar de varia información que brinda el estado a la comunidad de Quito sobre los Peligros de las redes sociales, se ha generado una variación de estafas, plagios, robos, violaciones y varias amenazas más en las redes sociales todo esto por falta de énfasis al cuidado y la protección de la población. Es por eso que se requiere con urgencia informar a los jóvenes del colegio "Dos Hemisferios" de la parroquia de San Antonio de Pichincha sobre estos riesgos de las redes sociales.

1.02 Justificación

En la actualidad en la ciudad de Quito la escasa información sobre las redes sociales ocasionan peligros para la población ya que encontré varios riesgos dentro de las redes sociales. Por lo cual desarrollare un proyecto en el cual se trata de allegar a los jóvenes del colegio Dos Hemisferios mediante Campaña Informativa sobre los riesgos que encierran las redes sociales. La campaña informativa será lo suficientemente llamativa y

divertida para llamar la Atención de los jóvenes. Así tendremos resultados positivos con la visión de prevenir los posibles riesgos.

Misión:

Informar a los jóvenes mediante una campaña informativa los riesgos que existen en las redes sociales.

Visión:

Prevenir riesgos informando sobre los riesgos que existen en las redes sociales, dar a conocer

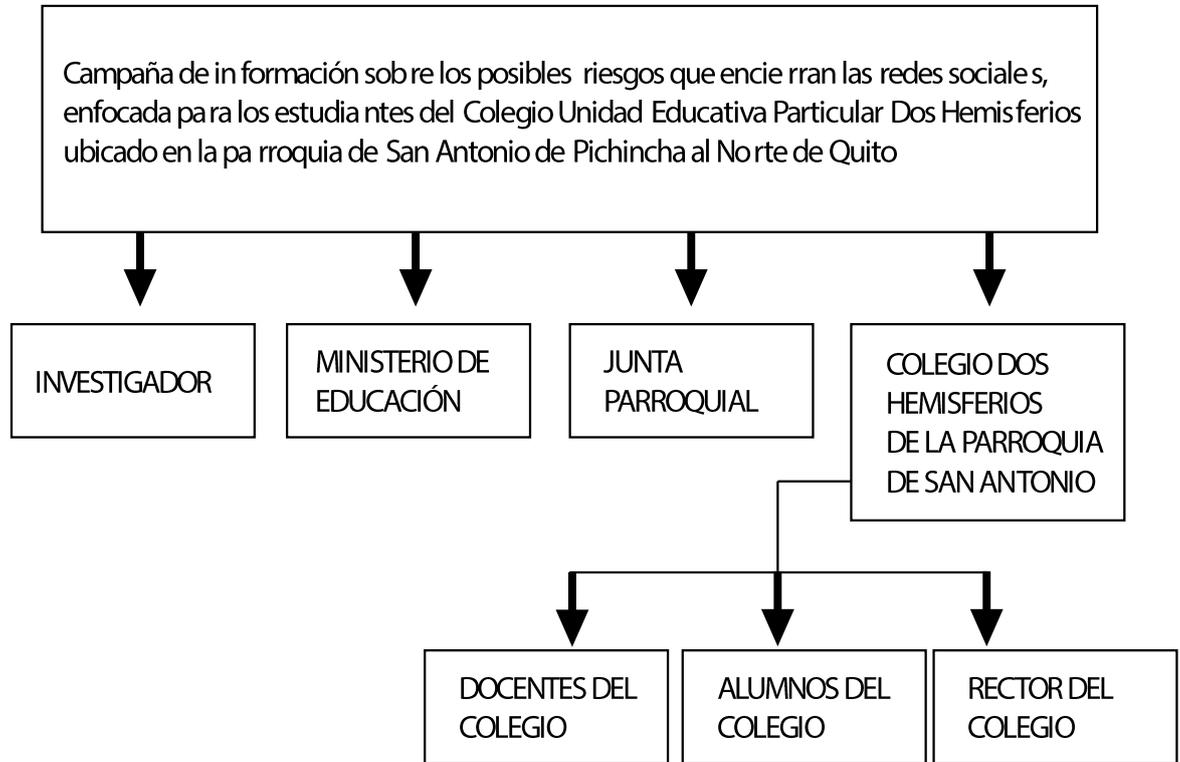
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

Situación Empeorada	Situación Actual				Situación mejorada
Los jóvenes no muestran interés en los riesgos de las redes sociales	Escases de información por lo tanto se presentan robos, violaciones, secuestros, plagio de identidad etc				Seguridad y conocimiento al navegar en las redes sociales
	I	P. C	P. C	I	
Recopilación de toda la información sobre los peligros de las redes sociales.	5	4	2	1	Perdida de interés en el tema
Prevención sobre los peligros de las redes sociales a los jóvenes del colegio.	3	2	2	1	Escaso apoyo de las microempresas
Apoyo en información sobre los riesgos de las redes sociales.	2	2	1	1	Bajo presupuesto financiero para la realización del proyecto
Apoyo de las autoridades de la parroquia.	4	4	2	2	Insuficiente apoyo de autoridades de la parroquia
Apoyo de las microempresas.	4	4	1	1	Insuficiente apreciación de los jóvenes

(Tabla #1) Matriz T

CAPITULO II

2.0 Identificación de involucrados



(Tabla #2) Identificación de involucrados involucrados



2.01 Análisis y Selección con los involucrados

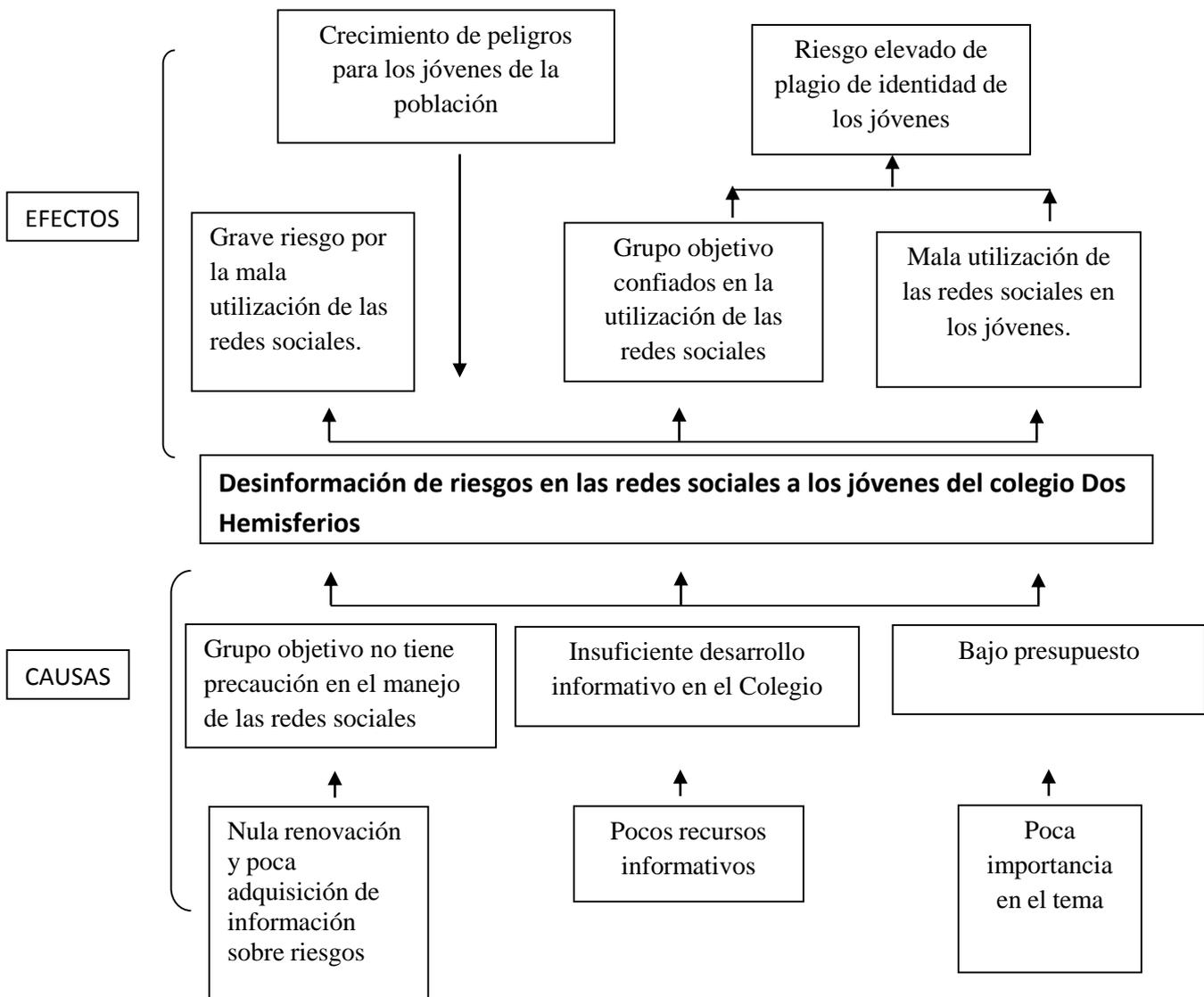
Actores Involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
investigador	Disminuir aspectos de estafa, robo y varios riesgos en las redes sociales	Poca información de parte de las escuelas sobre los riesgos de las redes sociales	los conocimientos obtenidos en lo largo de la carrera de Diseño Gráfico sobretodo en la realización de campañas informativas	Informar a los jóvenes los riesgos que existen aplicando mis conocimientos para obtener un título profesional	Tiempo requerido para la investigación de información, Pocos recursos económico extra.
Alumnos de los colegios	Informas sobre posibles riesgos.	Desinformación de los riesgos.	Prevención de riesgos en las redes sociales	Que los jóvenes estén seguros al usar las redes sociales	el gasto económico, tiempo requerido, la falta de interés.
Colegio dos hemisferios de la parroquia San Antonio de Pichincha	Tener información de los riesgos	Poco interés acerca de los problemas que se podrían solucionar	Las informaciones que usan los Colegios son las informaciones tradicionales.	Darse a conocer el Colegio en el ámbito de educación	Poco interés y de recursos económicos .
Rector del Colegio	dar a conocer la información requerida al grupo objetivo	No allegar con información básica que usan los jóvenes	Potestad para contratar los servicios de una empresa que brinde información por medio de campañas	Aumentar la seguridad que brinda el colegio y renovar pensamientos de jóvenes.	Poca económica para contratar una empresa que realice campañas informativas.
Junta parroquial	Resolver el problema de poca información en el colegio.	Pocos recursos económicos para informar a los jóvenes del colegio.	Todos los establecimientos educativos tiene el apoyo del ministerio de educación.	Ser el primer pueblo con una información valiosa e indispensable para la seguridad del grupo objetivo.	Pocos recursos para información
Docentes del colegio	Informarse también de los riesgos	Desinformación de este tema.	Conocimientos para poder informar a sus alumnos.	Información sencilla para evitar riesgos	el desinterés de informar con temas antiguos.
Ministerio de Educación	Tener un método de información diferente para los riesgos.	La falta de interés sobre esta población.	Recursos económicos y talento humano para realizar prevención de riesgos.	Los jóvenes se informen rápidamente de los riesgos	Falta de interés para esta problemática.

(Tabla #3) Análisis involucrados

CAPITULO III

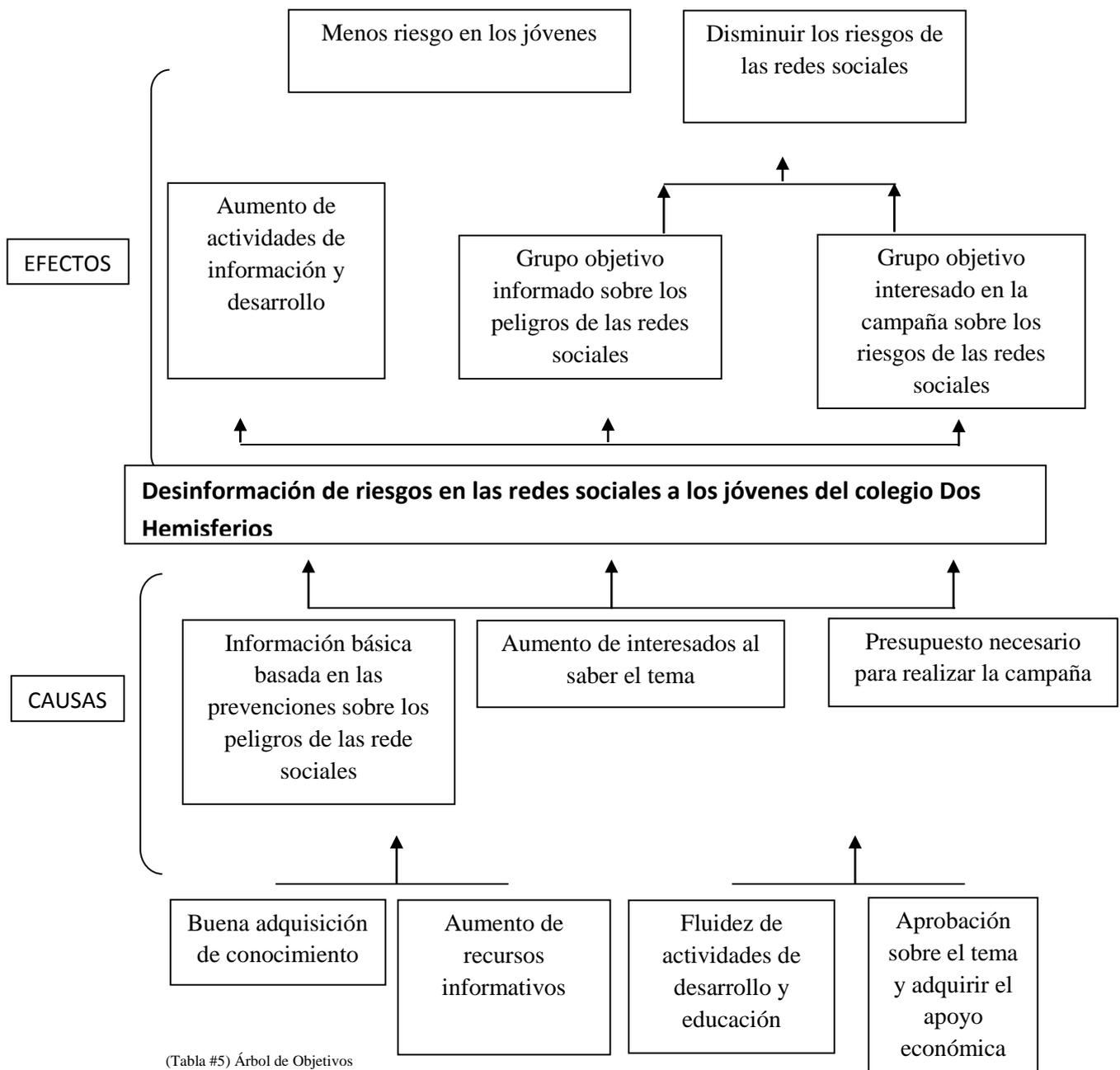
PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.00 Árbol de Problemas



(Tabla # 4) Árbol de problemas

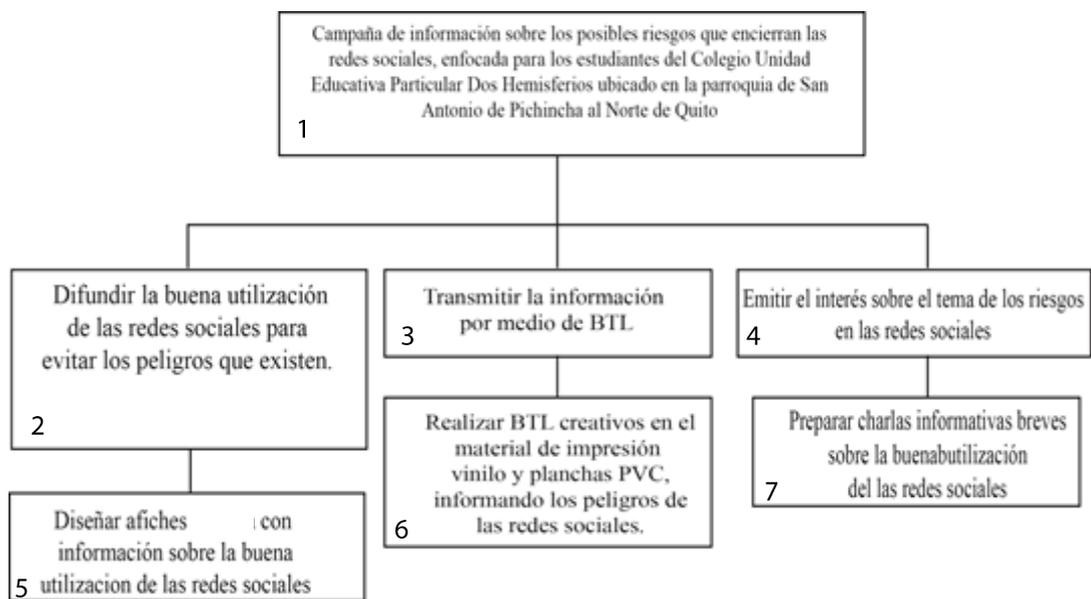
3.01 ÁRBOL DE OBJETIVOS



(Tabla #5) Árbol de Objetivos

CAPITULO IV

4.00 Acciones e identificación de alternativas



(Tabla #6) Identificación de alternativas

4.1 Tamaño del Proyecto

Se desea que el proyecto realizado llegue a expandirse por todo Quito así llegar a informar a todas las personas sobre los riesgos que encierran las redes sociales y poder combatir las amenazas que encierran. Ir a todos los colegios informando lo necesario que es aprender a utilizar las redes sociales, para prevenir varios riesgos que existen en las

mediante charlas, BTL, dípticos, afiches. Informando cada uno de los riesgos, así
disminuiremos la violencia, violaciones, robos, Plagios, y más conflictos graves.

Las redes sociales son los medios de comunicación más utilizados por los jóvenes por
ende tenemos que informar, allegar y analizar todos los puntos peligrosos que existen.

4.02 Localización del Proyecto

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Ciudad: Quito

Población: San Antonio de Pichincha



4.03 Análisis Ambiental

Impacto Positivo:

Con la Información que se brindara se creará un impacto positivo al ambiente ya que todo lo que
utilizaremos será impreso y reciclado en las respectivos tarros.

Impacto negativo:

Vamos a utilizar muchas hojas para imprimir ya que esto nos da un impacto negativo porque
siempre queda rastro de lo utilizado.

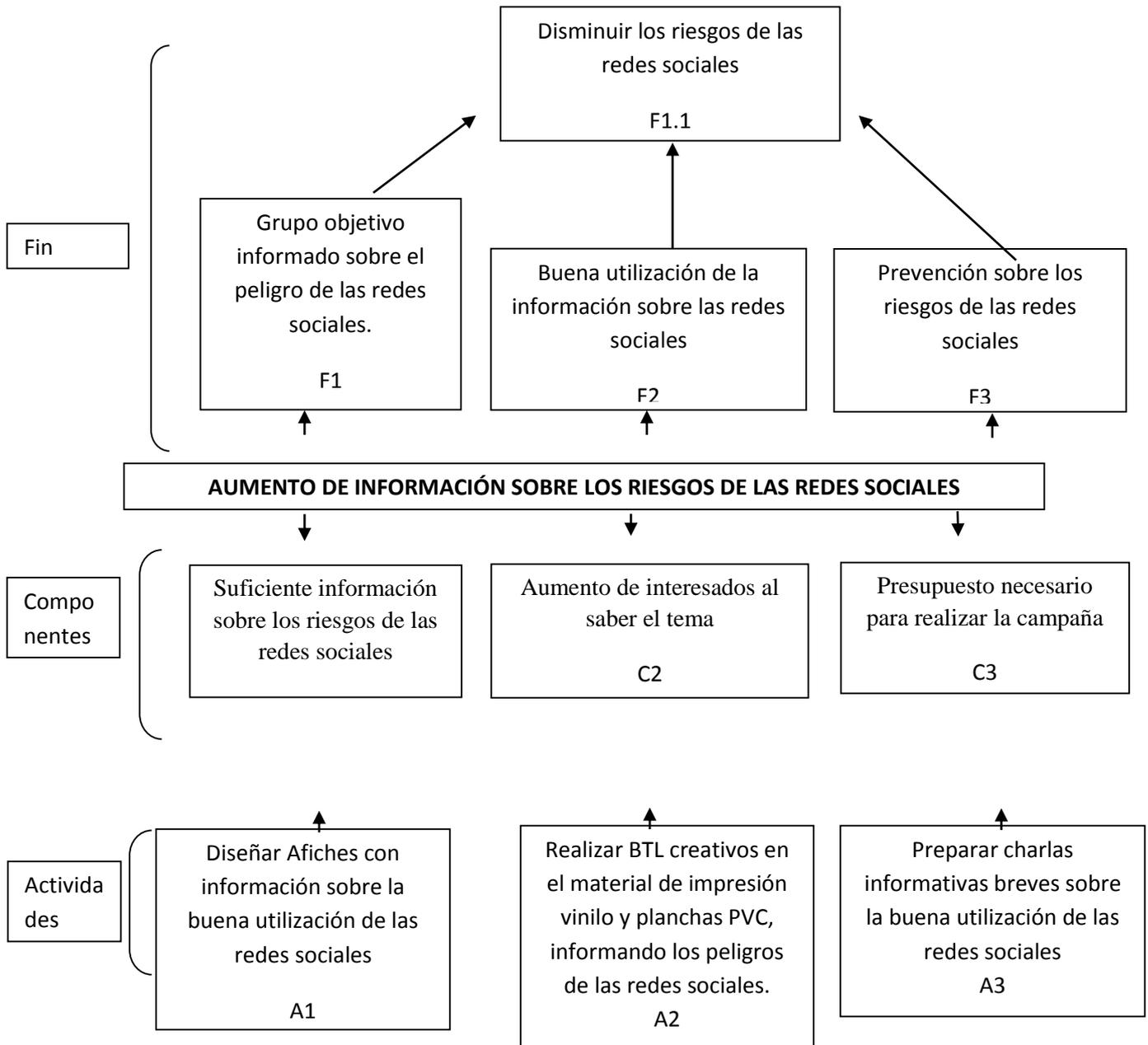


4.04 Análisis de Alternativas

Objetivo	Impacto sobre el Propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Difundir la buena utilización de las redes sociales para evitar los peligros que existen.	5	5	4	5	3	22	Medio
Transmitir la información por medio de BTL	5	5	4	5	5	24	Medio
Emitir el interés sobre el tema en los riesgos de las redes sociales	5	5	4	5	5	25	Medio
Diseñar afiches con información sobre la buena utilización de las redes sociales	5	4	5	5	3	23	Medio
Realizar BTL creativos en vinilo y plancha PVC informando los peligros de las redes sociales	5	4	4	5	4	22	Medio
Preparar charlas informativas breves sobre la buena utilización de las redes sociales	5	5	5	5	4	24	Medio

(Tabla #7) Análisis de alternativas

4.05 Diagrama de estrategia



(Tabla #8) Diagrama de estrategias

4.06 Construcción de Matriz de Marco Lógico

a. Revisión de Criterios para los indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FIN	Grupo objetivo informado sobre el peligro de las redes sociales	30% del grupo objetivo informado	100 personas	optima	3meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
FIN	<i>Buena utilización de la información sobre las redes sociales</i>	<i>El 50% utilizaron las recomendaciones utilizadas</i>	<i>300 personas</i>	<i>optima</i>	<i>6meses</i>	<i>San Antonio de Pichincha</i>	<i>Estudiantes y profesores</i>
FIN	Prevención sobre los riesgos de las redes sociales	El 20% tuvieron un Aprendizaje notorio	200 personas	optima	6meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
FIN	Disminuir los riesgos de las redes sociales	El 20% Disminución de peligro en los jóvenes	100 personas	optima	3meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
FIN	Menos riesgo en los jóvenes	El 20% tuvo un Buen nivel de aprendizaje.	200 personas	optima	6meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
PROPOSITO	Aumento de información sobre los riesgos de las redes sociales	Un 30% tuvo una buena prevención.	200 personas	optima	3meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
COMPONENTES	Suficiente información sobre los riesgos de las redes sociales	30% Entendió la información dada	200 personas	optima	6meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
COMPONENTES	Aumento de interesados al saber el tema	20% De aumento sobre el tema	50 personas	optima	3 mes	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
COMPONENTES	Presupuesto necesario para realizar la campaña	7% Apoyo de autoridades para realizar la campaña	3 autoridades	optima	6 mes	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores
ACTIVIDADES	Diseñar afiches en lona con información sobre la buena utilización de las redes sociales	40% de la población informada.	300 personas	optima	3 meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores

ACTIVIDADES	Realizar BTL creativos en el material de impresión vinilo y planchas PVC, informando los peligros de las redes sociales.	60% del Colegio acogió los BTL de la mejor forma	500 personas	optima	4 meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes, Profesores, Padres de Familia
ACTIVIDADES	Preparar charlas informativas breves sobre la buena utilización de las redes sociales	60% Obtuvo el mensaje claro en charlas	500 personas	optima	4 meses	San Antonio de Pichincha	Estudiantes y profesores

(Tabla #9) Construcción Marco Lógico

b.- Selección de indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICACION DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FIN	Grupo objetivo informado sobre el peligro de las redes sociales.	30% del grupo objetivo informado	X				X	2	Lo pienso
FIN	Buena utilización de la información sobre las redes sociales	El 50% utilizaron las recomendaciones utilizadas		X	X		X	3	Seleccionamos
FIN	Prevención sobre los riesgos de las redes sociales	El 20% tuvieron un Aprendizaje notorio	X			X		2	Lo pienso
FIN	Disminuir los riesgos de las redes sociales	El 20% Disminución de peligro en los jóvenes	X		X		X	3	Seleccionamos



FIN	Menos riesgo en los jóvenes	El 20% tuvo un Buen nivel de aprendizaje.		X		X		2	Lo pienso
PROPOSITO	Aumento de información sobre los riesgos de las redes sociales	Un 30% tuvo una buena prevención.	X			X	X	3	Seleccionamos
COMPONENTES	Suficiente información sobre los riesgos de las redes sociales	30% Entendió la información transmitida	X				X	2	Lo pienso
COMPONENTES	Aumento de interesados al saber el tema	20% De aumento sobre el tema	X	X	X			3	Seleccionamos
COMPONENTES	Presupuesto necesario para realizar la campaña	7% Apoyo de autoridades para realizar la campaña	X		X			2	Lo pienso
ACTIVIDADES	Diseñar afiches en lona con información sobre la buena utilización de las redes sociales	40% de la población informada.	X	X	X		X	4	Seleccionamos
ACTIVIDADES	Realizar BTL creativos en el material de impresión vinilo y planchas PVC, informando los peligros de las redes sociales.	60% del Colegio acogió los BTL de la mejor forma	X	X	X		X	4	Seleccionamos
ACTIVIDADES	Preparar charlas informativas breves sobre la buena utilización de las redes sociales	60% Obtuvo el mensaje claro en charlas	X	X	X		X	4	Seleccionamos

(Tabla #10) Selección de indicadores

c.- Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuente de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FIN	Grupo objetivo informado sobre el peligro de las redes sociales.	30% del grupo objetivo informado	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	3meses	Investigador
FIN	Buena utilización de la información sobre las redes sociales	El 50% utilizaron las recomendaciones utilizadas	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	6meses	Investigador
FIN	Prevención sobre los riesgos de las redes sociales	El 20% tuvieron un Aprendizaje notorio	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	6meses	Investigador
FIN	Disminuir los riesgos de las redes sociales	El 20% Disminución de peligro en los jóvenes	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	3meses	Investigador
FIN	Menos riesgo en los jóvenes	El 20% tuvo un Buen nivel de aprendizaje.	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	6meses	Investigador
COMPONENTES	Suficiente información sobre los riesgos de las redes sociales	30% Entendió la información transmitida	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	3meses	Investigador
COMPONENTES	Aumento de interesados al saber el tema	20% De aumento sobre el tema	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	6meses	Investigador
COMPONENTES	Presupuesto necesario para realizar la campaña	7% Apoyo de autoridades para realizar la campaña	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	3 mes	Investigador



ACTIVIDADES	Diseñar afiches en lona con información sobre la buena utilización de las redes sociales	40% de la población informada.	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	6 mes	Investigador
ACTIVIDADES	Realizar BTL creativos en el material de impresión vinilo y planchas PVC, informando los peligros de las redes sociales.	60% del Colegio acogió los BTL de la mejor forma	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	4 meses	Investigador
ACTIVIDADES	Preparar charlas informativas breves sobre la buena utilización de las redes sociales	60% Obtuvo el mensaje claro en charlas	Actividades Secundarias	Investigación	Cualitativo	4 meses	Investigador

(Tabla #11) Medios de verificación

d. Matriz Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
		Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FINES						
Grupo objetivo informado sobre el peligro de las redes sociales.	30% del grupo objetivo informado El 50% utilizaron las recomendaciones utilizadas	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Buena utilización de la información sobre las redes sociales	El 20% tuvieron un Aprendizaje notorio	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Prevención sobre los riesgos de las redes sociales	El 20% Disminución de peligro en los jóvenes	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Menos riesgo en los jóvenes	El 20% tuvo un Buen nivel de aprendizaje.	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
PROPÓSITO						
Aumento de información sobre los riesgos de las redes sociales	30% Entendió la información dada 20% De aumento sobre el tema	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
COMPONENTES						
Suficiente información sobre los riesgos de las redes sociales	30% Entendió la información transmitida	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador

Aumento de interesados al saber el tema	20% De aumento sobre el tema	7% Apoyo de autoridades para realizar la campaña	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Presupuesto necesario para realizar la campaña	7% Apoyo de autoridades para realizar la campaña	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
ACTIVIDADES						
Diseñar afiches en lona con información sobre la buena utilización de las redes sociales	40% de la población informada.	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Realizar BTL creativos en el material de impresión vinilo y planchas PVC, informando los peligros de las redes sociales.	60% del Colegio acogió los BTL de la mejor forma	Personas del colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador
Preparar charlas informativas breves sobre la buena utilización de las redes sociales	60% Obtuvo el mensaje claro en charlas	Personas que habitan en la Ciudad de Quito	Investigación	Cualitativo	Cada Bimestre	Investigador

(Tabla #12) Marco Lógico

CAPÍTULO V

La propuesta

5.01 Antecedentes de la publicidad

“La publicidad es una cierta forma, una parte inevitable de nuestra vida diaria. No importa donde estemos.”

La publicidad es una parte importante para que un negocio empresa o producto prosiga en su función, la publicidad es importante por el hecho de hacer conocer la empresa producto ante el consumidos final.

Por lo tanto se realizara una campaña publicitaria informativa que dé a conocer los riesgos de las redes sociales.

Se realizara una campaña para los riesgos de las redes sociales por lo cual entrara variada publicidad que de a conocer al grupo objetivo los riesgos y peligros que encierran las redes sociales.

Los medios que se utilizara para la campaña son afiches, E-mails, BTL creativos, charlas, anuncios en Facebook, anuncios en twitter y varios métodos más.

“(RUSELL, Thomas. PUBLICIDAD, Novena Edición. Editorial, Prentice- Hall Hispanoamericana, S.A.)”

http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.asp

¿Por qué existe la publicidad?

“La respuesta más evidente de la publicidad es que es el medio más práctico y eficiente para mantener un sistema de mercado de producción masiva. La publicidad es parte integral de nuestro sistema económico y está relacionada en forma directa con la fabricación, distribución, comercialización y venta de productos y servicios. La publicidad es tan antigua como la misma civilización y el comercio, siempre ha sido necesaria para reunir a compradores y vendedores. Los negocios necesitan de la publicidad y la publicidad es un negocio vital en sí mismo.”

La publicidad existe por el simple hecho que nos da a conocer y nos da una imagen de la empresa o producto que este saliendo al mercado.

La publicidad es antigua ya que la crearon para llamar al consumidor o crear estrategias para que el negocio progrese y compita en el mercado.

La publicidad es una herramienta sumamente poderosa por el simple hecho de competir en el mercado con la competencia.

“RUSELL, Thomas; KLEPPER, Ronald. PUBLICIDAD, 12ª Edición. Editorial, Prentice, México, 1994.”

http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.asp

La publicidad existe por qué:

- Es parte de nuestro sistema de comunicación. Informa a la gente de la disponibilidad de productos y servicios. Proporciona información que ayuda a tomar decisiones fundamentales. Informa a la gente acerca de sus derechos u obligaciones como ciudadano. En sus diversas formas, nos informa, guía, dirige, convence y alerta sobre diferentes aspectos que hemos de considerar en nuestra vida diaria
- Con el fin de poder desempeñar dichas tareas, la publicidad toma muchas formas y establece metas y objetivos diversos. La publicidad representa la principal herramienta de comunicación de diversas compañías

El origen y breve historia de la publicidad

La necesidad de hacer publicidad parece ser parte de la naturaleza humana, y esto se ha evidenciado desde los tiempos antiguos. De los 5 mil años registrados de historia de la publicidad, hasta la época actual de la televisión por satélite, la parte más significativa

comenzó cuando Estados Unidos surgió como una gran nación industrial hace casi 100 años.

No obstante, la historia inicial de la publicidad es fascinante como para ignorarla.

5.02 Descripción de la Herramienta

LA PUBLICIDAD

Son distintos sistemas de comunicación a través de los cuales se dan a conocer productos, se impone una imagen favorable de los mismos, y se estimula su compra y consumo, en la sociedad consumista de la publicidad es el medio por el cual el dueño de los medios de producción da a conocer sus productos. Entre sus principales objetivos se encuentra:

- Notoriedad de producto / marca / empresa
- Dar a conocer las ventajas o beneficios de lo que realizas o del producto
- Desarrollar posicionamiento de la marca.
- Desarrollar motivaciones de compra
- Eliminar / reducir frenos

La publicidad podemos transmitir a través de una amplia gama de canales o medios de difusión. Dentro de esta gama de medios publicitarios clasificados según su especificidad.

Medios publicitarios.

“La publicidad es un proceso de comunicación masivo que busca promover la venta de un artículo, servicio. El objetivo del anunciante es persuadir al receptor.

Los medios publicitarios son los canales que los publicistas utilizan para lograr este proceso.

Los cinco principales medios publicitarios son la prensa, la radio, la televisión, la publicidad en exteriores e Internet.”

El objetivo de los medios publicitarios es allegar al receptor de manera creativa utilizando los siguientes métodos.

- Radio
- Televisión
- Prensa: periódicos, revistas
- Redes informativas, Internet, Redes sociales
- Vallas

- Rótulos
- Guías
- Publicidad por correo
- Publicidad en los envases.

- Banners gigantes

(<http://todopublicidad.wordpress.com/2009/07/06/los-medios-publicitarios/>)

Tipos de Publicidad

- Para el consumidor: Va dirigida para los que compran un producto para uso personal.

Esta publicidad es transmitida en flyers, Dípticos, Trípticos, Prensa, Revista.

- Para las empresas: Va dirigida a los compradores de productos específicos o servicio para emplearlo en la compañía. Esta publicidad es más seria ya que llega a las empresas y se transmite mediante Televisión, Cuñas radiales, Prensa, Publicidad exterior.

- Publicidad comercial: va dirigida para intermediarios mayoristas, minoristas. De igual manera esta publicidad se la puede transmitir en los medios publicitarios anteriores para llegar al mercado mayorista.

Por medio

- **Impreso:** La publicidad impresa es la disseminación de mensajes publicitarios usando ítems visuales impresos. "Este método va dirigido a la publicidad que se realiza por medio de impresión como revistas, flyers, afiches, banners, gigantografías, Etc"

(http://www.ehowenespanol.com/definicion-publicidad-impresa-hechos_481720/)

- **Electrónica:** Televisión= “Es un medio que puede llegar a mucha audiencia, en algunos momentos de programación son millones las personas que se sientan frente al televisor.”

La publicidad en televisor es suma mente importante porque la mayoría de personas miran este medio de comunicación.

Radio= “Es un medio basado en el audio, compuesto por la palabra y los sonidos. Para transmitir el mensaje se recurre a la voz, la música y los efectos especiales.”

La publicidad en Radio se le considera un método bueno de transmitir la publicidad por el hecho que la mayoría de personas escuchan este medio de comunicación.

(<http://www.mailxmail.com/curso-publicidad-instrumento-marketing/medios-publicidad-television-cine-radio>)

- **Exterior.** “La publicidad exterior un medio altamente eficaz, productivo y rentable, con el más bajo costo posible por millar de exteriores colocados. Un medio capaz de alcanzar al consumidor más veces, incluso mientras este se traslada al punto de venta. es un medio dirigido al público en movimiento, usualmente en vías de transportación terrestre, y siempre fuera de casa. Están conformados por los llamados anuncios espectaculares o carteleras, los anuncios denominativos (aquellos que identifican a un negocio en su fachada o sobre el terreno que ocupe el inmueble), por la publicidad adherida en medios de transporte colectivos,

por los anuncios colocados en donde los pasajeros esperan para abordar y por aquellos que son colocados en el interior de los centros comerciales.”

La publicidad exterior es un medio de comunicación masiva y que impacta a las personas que transcurren por la vía a diario por medios de paletas publicitarias, publicidad móvil, vallas publicitarias, ETC.

Esta técnica de publicidad es la más utilizada en el ámbito publicitario ya que la mayoría de rotulistas se dedican día a día a realizar publicidades para las empresas apoderadas de la persona publicitaria en este caso los rotulistas, publicistas y diseñadores gráficos.

(<http://www.monografias.com/trabajos16/publicidad-exterior/publicidad-exterior.shtml>)

- **Publicidad por correo directo:** “La publicidad por correo directo está en todas partes. Simplemente abre tu buzón y probablemente te encontrarás con al menos uno o dos ejemplos de este tipo de anuncios. Se trata de piezas de correo no-solicitado de parte de varios tipos de negocios, llenos de información y cupones. Aunque es verdad que este tipo de publicidad puede ser un medio de promoción de alto rendimiento y bajo costo, los receptores de este tipo de correo pueden apreciar u odiar estos informativos y a menudo económicos anuncios por correo.”

Este tipo de publicidad es eficaz ya que es de bajo costo y se transmite la publicidad de negocios o empresas no conocidos sin embargo las personas reciben variedad de información.

Las empresas reenvían a diario publicidades a sus contribuyentes o consumidores para mantener su marca de mercado y promocionar marketing mediante publicidad por correo electrónico.

(http://www.ehowenespanol.com/publicidad-correo-directo-sobre_407936/)

Por Propósito

- Productos: Para la venta de bienes y servicios
- Comercial: para productos, servicios o ideas con la intención de obtener una utilidad.
- Acción: Entendible más fácilmente para el lector.
- Reconocimiento: Para crear una imagen corporativa de una imagen con su nombre y empaque.

(Zorzini. R Pier (2005) "La publicidad". Venezuela El tigre – Edo. Anzoátegui.

(<http://biblioteca.duoc.cl/bdigital/admin/presupuesto-publicidad.pdf>.)

5.3 Estimulación del proceso de aplicación.

AREA PUBLICITARIA

Brief.

1.- INFORMACION SOBRE LOS PELIGROS DE LAS REDES SOCIALES EN LA PARROQUIA

En Ecuador, Quito se encuentra ubicado un pueblo llamado San Antonio de Pichincha su población es de 20.000 habitantes por lo cual un 70% de la población tiene una red social como medio de comunicación.

El proyecto tiene el objetivo de informar por medio de campaña publicitaria informativa los diferentes riesgos que encierran las redes sociales, para disminuir los riesgos de plagio, robo, estafas, duplica de identidad, etc.

Mi proyecto será realizado en el Colegio Particular Dos Hemisferios ya que asistiré a dar charlas, Btl, flayers, Afiches, Tripticos, Material P.O.P.

Debido a la insuficiente información sobre las redes sociales propongo realizar mi proyecto para informar al grupo objetivo.

2. Información sobre el grupo objetivo

- Jóvenes de la parroquia
-Edad de 10 en adelante
- Jóvenes del colegio Dos Hemisferios
-Edad de 10 en adelante
- Docentes del colegio Dos Hemisferios
-Edad de 28 en adelante
- Niños del colegio Dos Hemisferios
-Edad de 10 en adelante

3. Información sobre comunicación realizada

Antes se han realizado varias acciones como charlas sobre el lado positivo de las redes sociales realizadas con los estudiantes del colegio. Por lo tanto están informados del lado positivo de las redes sociales, se ha planteado realizar una campaña informativa para dar a conocer el lado oscuro de las redes sociales, sus peligros, la variedad de amenazas y varias cosas que no estamos suficiente mente informados. Así llegar al objetivo de la campaña que los jóvenes queden informados sobre “Los Peligros de las Redes Sociales”

4. Problemas comunicacionales

- Las campañas realizadas son frecuentemente repetidas, por lo tanto los jóvenes no están totalmente informados de los riesgos que existen en las redes sociales, por lo cual realizamos una campaña informativa para los jóvenes y docentes del Colegio Particular Dos Hemisferios.
- Comunicación basada en lo positivo de las redes sociales, los jóvenes han sido informados sobre lo positivo de las redes sociales por lo cual no están enterados o informados de los peligros que existen en las redes sociales.
- Campañas aburridas que genera desinterés en los jóvenes, esto causa que no se informen correctamente de lo que sucede en las redes sociales.
- Otro de los problemas comunicacionales es no tener la atención prestada por los estudiantes o desinterés de la campaña publicitaria para los jóvenes.

5. Objetivos comunicacionales

- Realizar una campaña publicitaria entendible y accesible para todo el grupo objetivo
- Difundir una campaña llamativa para los jóvenes
- Informar sobre lo que se debe tener en claro antes de hacer una red social
- Informar lo que se debe de saber cuándo estas en peligro
- Informar sobre los peligros para precautelar la seguridad del grupo objetivo.

Beneficios Racionales

Comodidad= Nuestro objetivo es que los jóvenes del colegio estén cómodos y presten atención a la campaña.

Seguridad= vamos a brindar la mayor seguridad al realizar la campaña informativa a los jóvenes del colegio.

Innovación= Vamos a brindar una información innovada a los jóvenes del colegio para así llenar de información sobre el peligro de las redes sociales.

Beneficios Emocionales

Tranquilidad= Al informarse los jóvenes de los peligros de las redes sociales podremos captar la tranquilidad que transmitirán.

Alegría= Los jóvenes se sentirán alegres de informarse y aprender sobre los riesgos de las redes sociales

Diversión= Esperamos que los jóvenes se diviertan al informarse y aprender sobre este tema ya que ellos habitan todos los días en estas redes sociales.

6. Mensaje Básico

“La tranquilidad de navegar en una red social segura”

Reason Why

El tono de la campaña publicitaria es diferente ya que la campaña va a ser creativa, llamativa y que no sea aburrida para que el grupo objetivo se informe correctamente de los riesgos de las redes sociales, el estilo es juvenil ya que va enfocado al grupo objetivo para jóvenes del colegio Dos Hemisferios, y el mensaje básico que designo ese ya que los jóvenes van a sentir seguridad al informarse sobre los peligros de las redes sociales.

7. Tono, estilo

- **Tono** = Diferente
- **Estilo**= Juvenil

8. Eje de campaña

Dale like a la información segura

9. Slogan

¿Por qué la seguridad está en un like?

10. Plan de medios

Medio Principal

- **Publicidad en redes sociales.**

Transmitiremos por varias redes sociales banners informativos sobre los riesgos, prevenciones e información de las redes sociales

- **E-mailing.**

Por el E-mailing enviaremos varios artes mostrando información sobre los peligros, prevenciones y riesgos que existen en las redes sociales.

- **Publicidad online.**

Realizaremos banners informativos que navegaran por las páginas más importantes de la Internet.

- **Charlas creativas.**

Realizaremos charla informativa para dar a conocer de qué se trata la campaña, los riesgos y varios peligros importantes en las redes sociales.

Medios secundarios

- **Material B.T.L.**

Este medio es para transmitir por medio de BTL ya que es una forma llamativa de informar, transmitir y llegar hacia las personas creativamente.

- **Material P.O.P.**

Realizaremos material P.O.P para allegar a los jóvenes informando los peligros de las redes sociales.

Medios Auxiliares

- **Flyers.**

Tomaremos este medio auxiliar para ya concluir con la campaña para que revisen y se informen sobre los peligros de las redes sociales.

- **Banners**

Es auxiliar por lo que el banner estará colgado en el colegio recordando a los jóvenes las prevenciones y riesgos de las redes sociales.

11. Estrategias

Información

Plantear estrategias de Información con el hecho de expandir adecuadamente la campaña publicitaria de fácil entendimiento para el grupo objetivo así llegar a que los jóvenes estén totalmente informados de los riesgos que existen en las redes sociales, esta estrategia informativa la haremos llegar mediante:

- Publicidad en redes sociales
- E-mailing
- Publicidad online
- Charlas creativas
- Banner en redes sociales

Persuasión

Realizar estrategias con la finalidad de captar la atención del grupo objetivo, realizando estrategias creativas y no repetitivas con la finalidad de que los jóvenes del colegio lleguen a informarse más de los peligros de las redes sociales mediante:

- Material BTL

- Material POP

Posicionamiento

Posesionarnos adecuadamente la campaña publicitaria basada en los riesgos de las redes sociales así allegar a los jóvenes para que queden informados por lo cual nos posicionaremos mediante:

- E-mailing
- Publicidad online
- Charlas creativas

Mantenimiento

Crear una estrategia para que recuerde el grupo objetivo, la nueva campaña publicitaria manejando adecuadamente el mensaje publicitario en su material promocional.

- B.T.L
- Banner en redes sociales
- Afiches

Logo Campaña



Campaña de información sobre los posibles riesgos que encierran las redes sociales, enfocada para los estudiantes del Colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha al Norte de Quito

Bibliografía de Facebook (Afiches)

*PELIGROS DE LAS
"REDES SOCIALES"*



¿Por qué la seguridad está en un like?
*Plagio de identidad - Estafas
Robos - Secuestros - Violaciones*



Síguenos en www.twitter.com



**Estás totalmente
¿Protegido?**

Mantenimiento (Afiches)

*PELIGROS DE LAS
"REDES SOCIALES"*



Infórmate cuando precionas LIKE!!

www.twitter.com
<https://twitter.com/PeligroRS>



www.facebook.com
<https://www.facebook.com/peligro.redessociales>



*Estás totalmente
¿Protegido?*

¿Por qué la seguridad está en un like?

Peligros de las redes sociales (Banner en las redes sociales)



**PELIGROS DE LAS
"REDES SOCIALES"**

CAMPAÑA PUBLICITARIA INFORMATIVA
Marque la seguridad está en un like

Sabías que tu identificación esta en peligro por un LIKE!!

Las redes sociales ofrecen infinitas posibilidades, tales como, entrar en contacto con gente de otros países y culturas, mantener el contacto con personas que viven a larga distancia, intercambiar experiencias y conocimientos e incluso dinamizar movimientos culturales y políticos mediante el contacto con los usuarios.

No obstante, las redes conllevan una serie de riesgos. En general, éstos son los mismos que los del resto de actividades que se llevan a cabo en la red. Si bien, hay algunos matices y características específicas de los peligros que pueden presentarse con el uso de las redes sociales.

Los riesgos se presentan en una doble dirección. Los menores pueden ser víctimas de alguna de las amenazas o también, por desconocimiento, pueden incumplir alguna de las normas referidas a datos o informaciones de otras personas.

**Estás totalmente
¿Protegido?**

Los 5 peligros de las redes sociales (E-mailing)

*PELIGROS DE LAS
"REDES SOCIALES"*



Los 5 peligros de las redes sociales!!

- 1) El acoso en línea**

El cyberbullying o acoso a través de Internet es un fenómeno que alarma a padres y autoridades gubernamentales, ya que va en aumento, con el crecimiento de las redes sociales y el tiempo, cada vez mayor, que dedican los niños y adolescentes en estos espacios. Intimidación, exclusión y maltrato son caras de un mismo problema.
- 2) Insitación al odio**

Prejuicios, mensajes de odio, intolerancia y llamados a la violencia contra una persona o grupos de personas a causa de su raza, religión, nacionalidad o ideas políticas, se multiplican y amplifican también en las redes sociales aprovechando su característica de viralidad.
- 3) El acoso en línea**

He aquí otro de los peligros de las redes sociales. Las oficinas de recursos humanos están cada vez más atentas a las redes sociales y a lo que allí hacen o dicen sus futuros empleados. Mucha gente, sin embargo, no toma en cuenta cómo afectan las redes sociales a su reputación online. Los perfiles pueden ayudar a los reclutadores a conocer mejor a sus aspirantes y restarles puntos.
- 4) El phishing**

Este es uno de los peligros de las redes sociales más conocidos. Se trata de una modalidad de fraude que se caracteriza porque el usuario es llevado al engaño haciéndole revelar todos los datos de acceso de su cuenta mediante la invitación a una página falsa idéntica a la de una red social. Al hacer clic, el usuario creerá por la apariencia tan parecida que se trata de un sitio de confianza e iniciará sesión normalmente.
- 5) El acoso en línea**

Algunas personas no logran controlar el tiempo que pasan revisando sus redes sociales, llegando incluso a interferir con otras actividades como el estudio y el trabajo. Es cierto que a veces puede parecer más fácil escoger pasar un tiempo divertido y relajado que concentrarse en actividades importantes, pero esto genera un problema porque se van postergando.



¿Por qué la seguridad está en un like?

Facebook Aplicado

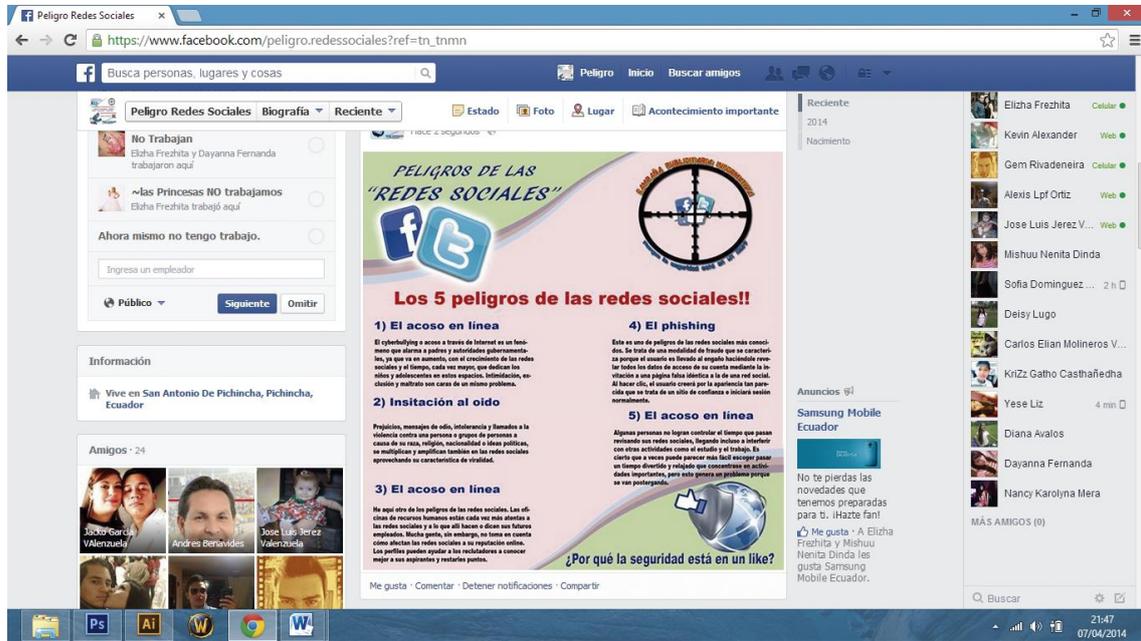


Campaña de información sobre los posibles riesgos que encierran las redes sociales, enfocada para los estudiantes del Colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha al Norte de Quito

Twitter Aplicado



Campaña de información sobre los posibles riesgos que encierran las redes sociales, enfocada para los estudiantes del Colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha al Norte de Quito



Facebook page: Peligro Redes Sociales

URL: https://www.facebook.com/peligro.redessociales?ref=tn_tnmn

Search: Busca personas, lugares y cosas

Navigation: Peligro Inicio Buscar amigos

Post Content:

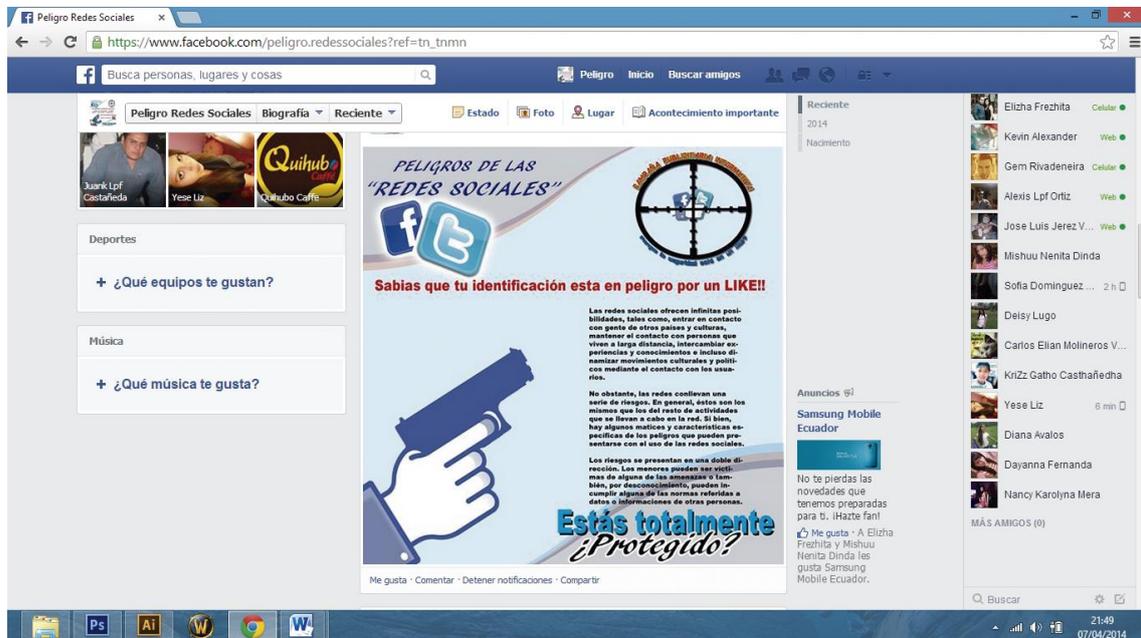
PELIGROS DE LAS "REDES SOCIALES"

Los 5 peligros de las redes sociales!!

- 1) El acoso en línea**
El cyberbullying o acoso a través de Internet es un fenómeno que alarma a padres y autoridades gubernamentales, ya que es un fenómeno, con el crecimiento de las redes sociales y el tiempo, cada vez mayor, que dedica los niños y adolescentes en estos espacios. Intimidación, exclusión y múltiples son casos de un mismo problema.
- 2) Insitación al odio**
Propósitos, mensajes de odio, injerencias y llamados a la violencia contra una persona o grupo de personas a causa de su raza, religión, nacionalidad o ideas políticas, se multiplican y amplifican también en las redes sociales aprovechando su característica de viralidad.
- 3) El acoso en línea**
Me apela otro de los peligros de las redes sociales. Los efectos de acoso humano están cada vez más presentes en las redes sociales y a la que allí hacen o dicen sus futuros empleadores. Mucha gente, sin embargo, los trata como si fueran las redes sociales a su reputación online. Los perfiles pueden ayudar a los reclutadores a conocer mejor a sus aspirantes y reclutarlos pronto.
- 4) El phishing**
Esta es una de los peligros de las redes sociales más conocidos. Se trata de una modalidad de fraude que se caracteriza por el envío de correo electrónico o mensajes de texto que parecen ser de alguien conocido o de una empresa real. El usuario cree por la apariencia que se trata de un sitio de confianza e inicia sesión normalmente.
- 5) El acoso en línea**
Algunas personas no logran controlar el tiempo que pasan revisando sus redes sociales, llegando incluso a interferir con otras actividades como el estudio y el trabajo. Es cierto que a veces puede parecer más fácil escoger pasar un tiempo divertido y relajado que concentrarse en actividades importantes, pero esto genera un problema porque se van perdiendo.

¿Por qué la seguridad está en un like?

Me gusta · Comentar · Detener notificaciones · Compartir



Facebook page: Peligro Redes Sociales

URL: https://www.facebook.com/peligro.redessociales?ref=tn_tnmn

Search: Busca personas, lugares y cosas

Navigation: Peligro Inicio Buscar amigos

Post Content:

PELIGROS DE LAS "REDES SOCIALES"

Sabías que tu identificación esta en peligro por un LIKE!!

Las redes sociales ofrecen infinitas posibilidades. Iste como, entrar en contacto con gente de otros países y culturas, mantener el contacto con personas que viven a larga distancia, intercambiar experiencias y conocimientos e incluso dinamizar movimientos culturales y políticos mediante el contacto con sus usuarios.

No obstante, las redes conllevan una serie de riesgos. En general, estos son los mismos que los del resto de actividades que se llevan a cabo en la red. Si bien, hay algunos matices y características específicas de los peligros que pueden presentarse con el uso de las redes sociales.

Los riesgos se presentan en una doble dirección. Los menores pueden ser víctimas de alguna de las amenazas o también, por desconocimiento, pueden incumplir alguna de las normas referidas a datos o informaciones de otras personas.

Estás totalmente ¿Protegido?

Me gusta · Comentar · Detener notificaciones · Compartir



Bibliografía Facebook y Twitter (Banner)



Campaña de información sobre los posibles riesgos que encierran las redes sociales, enfocada para los estudiantes del Colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha al Norte de Quito

Capítulo VI

Aspectos Administrativos

6.01 Recursos

Humanos:

Para la elaboración de la campaña publicitaria informativa debo acudir a varias autoridades de recursos humanos. Para comenzar a realizar el proyecto necesitaría autorización del rector, recursos humanos del colegio, Docentes de la institución, Junta parroquial de San Antonio de Pichincha para así poder informar a los jóvenes.

Tecnológicos:

Software

- Adobe Photoshop: En este software aplicaremos efectos. Cortes, luminosidad, brillo, contraste a lo que sea relacionado a imágenes, png y varios formatos de imágenes.
- Adobe illustrator: Realizaremos todo tipo de arte, logo y lineales por que se utiliza con mayor facilidad este software

Hardware

Microsoft Windows 8 – Service Pack 1

Procesador: AMD E2-1800 APU with Radeon(tm) HD graphics 1,70 GHz

Memoria RAM: 4.00 GB

Sistema operativo de 64bits

Disco duro de 1000 GB

Económicos:

La campaña publicitaria informativa es un proyecto realizado en este semestre, su costo total es de \$296.00 Recalcaremos que los gastos corrieron por el investigador para desarrollar el proyecto.

6.02 Presupuesto

Gastos Operativos

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FINACIAMIENTO
1	Roll - Up	\$70 .00	\$70.00	Propio
150	Impresiones	\$0,2	\$30.00	Propio
1	Servicios básicos	\$36,00	\$36,00	Propio
3 meses	Internet	\$20.00	\$60.00	Propio
4	Transporte	\$10.00	\$40.00	Propio
	TOTAL		\$236.00	Propio

(Tabla#13) Gastos operativos

Aplicación del proyecto

Campaña de información sobre los posibles riesgos que encierran las redes sociales, enfocada para los estudiantes del Colegio Unidad Educativa Particular Dos Hemisferios ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha al Norte de Quito

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Gastos operativos	\$10.00	\$10.00
1	Offset proformas	\$30.00	\$30.00
0	% 10 imprevistos	\$0.00	\$0.00
1	Distribución	\$20.00	\$20.00
	TOTAL		\$60.00

(Tabla#14) Aplicación del proyecto

6.03 Cronograma de Actividades

N°	Actividad	Responsable	Tiempo					Resultados Esperados
			Mes	Semana				
				1	2	3	4	
1	Aprobación del tema de proyecto	Dirección de Escuela	Septiembre				x	El formulario es aprobado y así poder empezar el proyecto
2	Desarrollar los antecedentes del tema	Santiago García	Octubre		x	x		Tener claros los antecedentes del proyecto
3	Desarrollo de la justificación y del problema central	Santiago García	Octubre			x	x	Analizar el problema y realizar la Matriz T
4	Realización del análisis de involucrados	Santiago García	Noviembre	x	x			Analizar quienes son los involucrados del tema
5	Realización del árbol de problemas y objetivos del proyecto	Santiago García	Noviembre Diciembre	x		x	x	Árbol de problemas y objetivos planteados adecuadamente
6	Analizar las alternativas del proyecto	Santiago García	Diciembre Enero	x	x			Indicadores, medios de verificación y supuestos realizados

7	Realizar la Matriz del Marco Lógico	Santiago García	Febrero			x	x	Debidamente realizada la Matriz del Marco Lógico
8	Desarrollo de la propuesta, diagramación de la guía	Santiago García	Febrero		x		x	Realizar las artes que necesitaremos para la campaña
9	Tomar fotografías	Santiago García	Febrero		x		X	Información sobre los riesgos de las redes sociales
10	Guía turística pop up diagramada	Santiago García	Febrero				X X	Propuesta finalizada de la campaña publicitaria
11	Analizar el presupuesto	Santiago García	Febrero				X x	Obtener el presupuesto del proyecto
12	Conclusiones y recomendaciones	Santiago García	Febrero Marzo	x	x	x	x	Analizar las conclusiones y recomendaciones

(Tabla#15) cronograma de actividades

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- La investigación que se realizó permitió efectuar una propuesta gráfica acorde al grupo objetivo.
- Todos los elementos gráficos han sido realizados bajo los estándares de diseño estético y psicológico que fomentarán la práctica de las normas de comportamiento por parte del grupo objetivo.

- La elaboración de la campaña publicitaria es un aporte a la educación, en el sector social, para una mejor contribución de jóvenes en la educación y prevención.
- Un positivismo al usar las redes sociales como un método de comunicación, previniendo todos los riesgos que existen.
- Motivar hacia un mundo donde ya estamos viviendo con la tecnología y el desarrollo en el sector informando los peligros que existen en las redes sociales.

7.2 Recomendaciones

- Verificar las actitudes de los jóvenes en cuanto van avanzando los meses.
- Realizar un seguimiento a los jóvenes en los que se aplicó la información de la campaña publicitaria días después de acabar con el proyecto.
- La información debe ser repetida cada 6 meses para un eficaz aprendizaje.

7.3 Anexos

Roll- Up

Para exponer mi proyecto utilizare el Roll – Up ya que es una forma sencilla de transmitir ideas a travez de este ingenioso aparato publicitario el costo del Roll – Up es de \$70.00





Flyers

Para mi proyecto utilizare Flyers ya que son formas sencillas de transmitir ideas al grupo objetivo los flyers están valorados en \$40.00 los 500 flyers solo tiro.



LBT

Utilizare BTL en mi proyecto porque es una forma innovadora de transmitir ideas creativas por medio de creaciones asombrosas.

El BTL que utilizare es realizado en PVC y el costo es de \$30.00



7.4 Referencias Bibliográficas

“(RUSELL, Thomas. PUBLICIDAD, Novena Edición. Editorial, Prentice- Hall Hispanoamericana, S.A.)”

[http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.a
sp](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.asp)

“(RUSELL, Thomas; KLEPPER, Ronald. PUBLICIDAD, 12ª Edición. Editorial, Prentice, México, 1994.”

[http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.a
sp](http://www.elprisma.com/apuntes/mercadeo_y_publicidad/antecedentespublicidad/default.asp)

([http://www.mailxmail.com/curso-publicidad-instrumento-marketing/medios-publicidad-
television-cine-radio](http://www.mailxmail.com/curso-publicidad-instrumento-marketing/medios-publicidad-television-cine-radio))

(http://www.ehowenespanol.com/definicion-publicidad-impresa-hechos_481720/)

(<http://www.monografias.com/trabajos16/publicidad-exterior/publicidad-exterior.shtml>)

(http://www.ehowenespanol.com/publicidad-correo-directo-sobre_407936/)

(Zorzini. R Pier (2005) "La publicidad". Venezuela El tigre – Edo. Anzoátegui.

([http://biblioteca.duoc.cl/bdigital/admin/presupuesto-publicidad.pdf.](http://biblioteca.duoc.cl/bdigital/admin/presupuesto-publicidad.pdf))