



CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS
ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA “JULIO
MARÍA MATOVELLE” DE LA CIUDAD DE QUITO**

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

Autora: Trujillo Morales Jeanneth Marcela

Tutor: Lic. Pablo Trujillo

Quito, Octubre de 2013

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES
ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA “JULIO MARÍA MATOVELLE” DE LA CIUDAD
DE QUITO

DECLARATORIA

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

Trujillo Morales Jeanneth Marcela

CC. 1726084229

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Jeanneth Marcela Trujillo Morales alumna de la Escuela de Diseño Gráfico, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera"

CC. 1726084229

DEDICATORIA

A mi Dios por darme la fuerza siempre de lucha y que a pesar de cual barrera nunca
dejarme vencer.

Mis padres que han estado en esos momentos más duros de mi vida y que siempre me
han sabido apoyar con una palabra de aliento haciéndome ver que en la vida hay
momentos difíciles pero cuando uno se quiere se puede.

A mi hermana por apoyarme y acompañarme brindándome su sabiduría

A mi tutor Lic. Pablo Trujillo por impartirme el conocimiento y guiarme para la
realización de este proyecto

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la familia que tengo, ya que gracias a ellos he llegado hasta este peldaño, porque ellos han sabido estar junto a mí en el momento y lugar indicado, apoyándome y demostrándome que en la vida hay que luchar para triunfar.

A mis amigos porque me han demostrado una amistad verdadera y me han estado en todo momento a mi lado.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	ii
CESIÓN DE DERECHOS	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPITULO I	1
SITUACIÓN DEL PROBLEMA	1
1.01. Definición del Problema	2
1.02. Antecedentes	2
1.02.01 Bullying	2
1.02.02. Tipos de Maltratos dentro del bullying	4
Bloqueo social	4
Intimidación.....	5
El agresor busca intimidar a su víctima para hacerle tener miedo y poder aprovecharse de esa situación, lo intimida con amenazas, maltrato físico, acosos constantes con burlas a todo tiempo.	5
Amenaza a la integridad.....	5
1.02.03. Prevención	6
1.03. Justificación del Problema	14
1.03.01. El Plan del Buen Vivir.....	15
1.03.02. Matriz Productiva.....	17
1.04. Matriz T	20
CAPITULO II.....	21
2. ANALISIS DE INVOLUCRADOS	21

2.01. Identificación de Involucrado.....	22
2.02 Análisis y Selección con los involucrados.....	22
CAPITULO III	27
3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS	27
3.01 Árbol de Problemas	27
3.02 Árbol de Objetivos.....	28
CAPITULO IV	29
4. ANALISIS DE ALTERNATIVAS.....	29
4.01 Acciones e identificación de alternativas.....	29
4.02. Tamaño del Proyecto Alcance.....	31
4.03. Localización del Proyecto geográfico	32
4.04. Análisis Ambiental	32
4.05. Análisis de Alternativas 1 -5	34
4.06. Diagrama de Estrategias	36
4.07. Construcción de Matriz de Marco Lógico	37
4.07. a. Revisión de Criterios para los Indicadores	37
4.07. b. Selección de Indicadores	41
4.07. c. Medios de Verificación.....	45
4.07. d. Supuestos	50
4.08. Matriz Marco Lógico	55
CAPITULO V	59
5. LA PROPUESTA	59
5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta	59
5.01.01.Diseño	59
5.01.02. Diseño Gráfico	60
5.01.03. Publicidad	61
5.01.04. Tipos de Publicidad	61
5.01.05. Propaganda.....	65
5.01.06. Tipos de Propagandas.....	66

5.01.07. Creatividad.....	68
5.01.08. Mapas Mentales	69
5.01.09. Btl.....	70
5.02. Descripción de la Herramienta.....	71
5.03. Formulación del proceso de aplicación	72
5.03.01. Brief Publicitario.....	72
5.03.02. Problemas Comunicacionales	74
5.03.04. Estrategia Creativa	75
5.03.05. Plan y Estrategia de Medios.....	77
5.03.06. Presupuestos de Producción.....	78
5.03.07. Flow Chart	79
CAPITULO VI	80
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS.....	80
6.01. Recursos.....	80
6.01.01. Tecnológicos:.....	80
6.01.02. Económicos:.....	80
6.01.03. Ambiental:	80
6.02. Presupuesto	80
6.03. Cronograma.....	81
CAPITULO VII.....	82
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
7.01. Conclusiones	82
7.02. Recomendaciones.....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	83
Webgrafía	83
Libros.....	84
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. MATRIZ T.....	20
Tabla 2. IDENTIFICACIÓN DE INVOLUCRADOS.....	21
Tabla 3 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS.....	26
Tabla 4 ÁRBOL DE PROBLEMAS	27
Tabla 5 ÁRBOL DE OBJETIVOS	28
Tabla 6 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	29
Tabla 7 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	29
Tabla 8 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	30
Tabla 9 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	30
Tabla 10. ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	31
Tabla 11 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS.....	35
Tabla 12 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS	36
Tabla 13 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES.....	37
Tabla 14 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES.....	38
Tabla 15 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES.....	39
Tabla 16 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES.....	40
Tabla 17 SELECCIÓN DE INDICADORES	41
Tabla 18 SELECCIÓN DE INDICADORES	42
Tabla 19. SELECCIÓN DE INDICADORES	43
Tabla 20 SELECCIÓN DE INDICADORES	44
Tabla 21 MEDIOS DE VERIFICACIÓN	45
Tabla 22 MEDIOS DE VERIFICACIÓN	46
Tabla 23 MEDIOS DE VERIFICACIÓN	48
Tabla 24 MEDIOS DE VERIFICACIÓN	49
Tabla 25 SUPUESTOS.....	50
Tabla 26 SUPUESTOS.....	51
Tabla 27. SUPUESTOS.....	52
Tabla 28 SUPUESTOS.....	53
Tabla 29 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES	54
Tabla 30 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES	54
Tabla 31 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES	55
Tabla 32 MATRIZ MARCO LÓGICO.....	58
Tabla 33 PRESUPUESTOS.....	78
Tabla 34 PRESUPUESTOS.....	78
Tabla 35 PRESUPUESTOS.....	79
Tabla 36 PRESUPUESTOS.....	79

Tabla 37 PRESUPUESTOS	81
-----------------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Bullying	8
Gráfico 2 Transformación de la Matriz Productiva	18
Gráfico 3 Exportaciones primarias como porcentaje del total de las ventas externas.....	18

RESUMEN EJECUTIVO

El bullying es un fenómeno que viene existiendo de muchos años atrás, en ese tiempo no se lo reconocía como bullying, se lo veía como diferencias entre alumnos, con el paso de los años se fue dando más casos de bullying en diferentes lugares del mundo, por lo cual se han realizado investigaciones para entender porque se genera el bullying y como prevenirlo, ya que se observó que muchos jóvenes y niños que padecían de bullying llegaban a un punto de desesperación que atentaban contra su vida, creyendo que de esta manera iban a terminar sus torturas, en cambio aquellos que hacen bullying tenían muchos sentimientos de resentimiento, el mismo que era provocado por el maltrato que alguno de ellos sufría en su hogar o por la poca atención que le prestaba su familia, ya que son casos de jóvenes y niños que buscan llamar la atención de alguna manera en los demás.

El proyecto se basa en una campaña publicitaria contra el bullying dentro de la Unidad Educativa "Julio María Matovelle", cuyo objetivo principal es eliminar la existencia de más casos de bullying fomentando confianza entre los jóvenes, la misma que debe existir con sus adultos como son: padres de familia, profesores y autoridades, creando en ellos conciencia acerca del respeto entre compañeros y haciéndoles tomar en cuenta que no deben callar este tipo de abuso, ya que de esta manera se puede ayudar a salvar muchas vidas que se sientan sumergidos en el oscuro laberinto del bullying.

ABSTRACT

Bullying is a phenomenon that has been in existence for many years , at that time there was recognized as bullying , was seen as differences between students , over the years it was giving more cases of bullying in different parts of the world , for which research has been conducted to understand because it is generated and how to prevent bullying , as it was noted that many young people and children suffering from bullying reached a point of despair that threatened their life , believing that in this way they would end their tortures , however those who make bullying had many feelings of resentment , the same that was caused by the abuse they suffered any of them in your home or the little attention paid to their family , as are cases of young and children who seek attention in any other way .

The project is based on an advertising campaign against bullying within the Education Unit "Julio María Matovelle " , whose main objective is to eliminate the existence of more cases of bullying fostering confidence among young people, the same should be with adults and are : parents, teachers and administrators , creating awareness in them respect among peers and by making them aware that they should not shut this kind of abuse , because in this way you can help save many lives that they feel immersed in the dark maze of bullying .

INTRODUCCIÓN

El bullying es un fenómeno que se está propagando alrededor del mundo provocando trastornos psicológicos en los jóvenes y niños. De acuerdo con lo investigado el entorno en el que se desarrollan los jóvenes y niños de la actualidad es una sociedad que poco a poco ha ido perdiendo valores, posiblemente algunos factores de este cambio son los siguientes:

- Cambios Económicos bruscos que existen actualmente, lo que ha provocado que muchos padres presten muy poca atención a sus hijos, por tratar de darles una mejor vida, sin tomar en cuenta de la importancia de los valores formativos para su vida.
- La Tecnología toma lugar en este problema, ya que los jóvenes y niños actuales viven con el desarrollo cada vez más grande de la tecnología, por lo que se encuentran muy identificados de cómo manejarla, pero no conocen la manera correcta de usarla convirtiéndola en una arma de doble filo, porque muchos de ellos la utilizan para causar daños a otros, como por ejemplo: fotos fuera del lugar, insultos y burlas en redes sociales, y en otros tipos de páginas que son muy visitadas por los jóvenes, eso cuanto a internet.

Los celulares no se quedan atrás ya que con el avance de la tecnología lo utilizan para grabar o tomar fotos de eventos de bullying, tomándolo como amenaza si intenta delatar el acto sus víctimas.

Se han escuchado una infinidad impresionante de casos de bullying, en los mismos que muchas vidas se han apagado debido a la depresión que sufren las víctimas de bullying, los cuales toman como opción el suicidio, ya que la situación de este fenómeno se vuelve sumamente insoportable para ellos.

Se debe tomar en cuenta que el bullying es un fenómeno que si se le da la atención necesaria podemos llegar a extinguirlo, por eso es muy importante conocer cuales son los factores que provocan la aparición de bullying y buscar maneras de prevención.

El presente proyecto busca concientizar el valor del respeto y confianza en los jóvenes de la Unidad Educativa "Julio María Matovelle" los mismos que ayudarán a que muchos jóvenes que se encuentren padeciendo de este fenómeno no callen más y se den cuenta que tienen el apoyo en sus compañeros, ya que muchas de las veces el miedo es el que les invade haciéndoles permanecer en silencio, sin tomar en cuenta que esto provoca que cada día se consuma más el dolor que llevan por dentro llevándoles a cometer actos muy extremos contra ellos mismo.

Para que el proyecto tenga efectividad se necesitará de la colaboración de padres de familia, profesores y autoridades, ya que ellos son una pieza fundamental para

fomentar de manera más profunda los valores en los jóvenes, se debe tomar en cuenta que los profesores pasan mucho más tiempo con ellos por lo cual la confianza que generen a sus alumnos es muy importante para acabar con este fenómeno letal llamado bullying.

CAPITULO I

SITUACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a la falta de atención en las Instituciones Educativas de este problema social como es el bullying en adolescentes, tanto por los padres como por los profesores, cada vez ha ido aumentando los casos de bullying, ya que en la actualidad los padres ya no tienen tiempo para supervisar a sus hijos, los valores se han perdido, inclusive los mismos profesores no le dan importancia a este problema, bien puede ser porque no hay alguien que les informe lo que esta pasando, o porque no quieren tomar responsabilidad de la situación que se esta dando.

Debido a estas actitudes de indiferencia se a provocado trastornos físicos y psicológicos en los estudiantes, entre estos podemos nombrar tristeza, aislamiento, bajo nivel académico, enfermedades físicas debido a la depresión, inclusive el suicidio, porque tal es el dolor que sienten que prefieren terminar con sus vidas antes de seguir soportando este acoso por los agresores.

Lo peor de esta situación es que estos adolescentes tanto víctimas, agresores, y espectadores, tendrán una gran repercusión en sus vidas como adultos, ya que la víctima pasará a ser una persona muy insegura de si misma, el agresor podrá seguir con la misma actitud lo cual le puede llevar inclusive a la cárcel, y los espectadores creerán que la situación de maltrato a los demás es una situación normal, por lo mismo que no harán nada por evitar esta situación.

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

1.01. Definición del Problema

El bullying en la “Unidad Educativa Julio María Matovelle”

1.02. Antecedentes

1.02.01 Bullying

Según el artículo de Cartoon Network publicado en el sitio web la Juventud Opina en el 2012 *se dice que el bullying es el acoso escolar (también conocido como hostigamiento escolar, matonaje escolar, matoneo escolar o por su término inglés bullying) es cualquier forma de maltrato psicológico, verbal o físico producido entre escolares de forma reiterada a lo largo de un tiempo determinado.*

El bullying actualmente es muy conocido, tal vez otros tiempos no se lo conocía como bullying, hasta inclusive maestros y padres no se daban cuenta que existía este tipo de maltrato.

El bullying se da más en los adolescentes y niños, ya que son etapas en que están en pleno crecimiento y algunos son inseguros de ellos mismos teniendo una baja autoestima, siendo tímidos, lo cual otros niños aprovechan para burlarse de aspectos físicos, costumbres, etc.

Los niños agresores son personas que tal vez no tenga fuerza en cuanto a lo físico pero tienen su manera de intimar a los demás.

En el caso del bullying aparte de los protagonistas que son: el agresor y el víctima también tenemos a los espectadores son aquellos que solo ven lo que hace el agresor con su víctima pero no tiene ninguna reacción, es decir no son capaces de defender a la víctima por miedo al agresor, o porque simplemente no son parte del conflicto.

Se puede enumerar y dar características de cómo es cada uno de los protagonistas que son parte del bullying, aquí tenemos los tres protagonistas:

El Agresor

El agresor es aquel que intimida a su víctima para sentirse poderoso, este suelen ser niños con problemas familiares, como maltrato abandono, lo cual el niño agresor busca sacar esa molestia que siente maltratando a los demás sin importarle los sentimientos de los demás.

El agresor tiene varias formas de agredir como son: insultos constantes, maltrato físico, acoso, etc.

La Víctima

Es aquella que tal vez sus padres lo sobre protegieron, y no tiene una manera de defenderse, tiene demasiada inseguridad, hasta inclusive cree lo que su agresor le dice en cuanto a insultos.

Espectadores

Son aquellos que solo miran el maltrato, y no dicen nada por miedo a que el acosador los maltrate a ellos.

1.02.02. Tipos de Maltratos dentro del bullying

Según el blog tareas para el colegio en el artículo bullying o acoso escolar publicado en el 2013 se dice que existen varios tipos de maltrato dentro del bullying con lo leído puedo describir cada uno de ellos con mis propias palabras

Bloqueo social

En este tipo de maltrato el agresor busca hacer llorar a la víctima y hacerlo ver ante los demás como una persona débil, estúpida, tímido, fácil víctima de insultos, haciéndolo que no pueda relacionarse con los demás porque todos lo ven como alguien inseguro de si mismo.

Hostigamiento

El hostigamiento son los actos de burla, mofes, sobrenombres, ridiculizar a la víctima ante los demás atentando contra su dignidad, sin desaprovechar ningún momento para burlarse de esa persona.

Manipulación social

El agresor busca poner a los demás en contra de su víctima haciendo que todo lo que diga o haga o hasta inclusive inventar cosas que ha hecho su víctima en contra de los demás para que el resto del grupo lo maltrate de igual manera de una forma

involuntaria pero creyendo que se merece 100% el maltrato por todo lo que hace en contra de los demás.

Coacción

Este tipo de maltrato ya es más grave ya que el agresor busca que su víctima haga lo que él le diga haciendo le sentir que si no lo hace sus seres queridos pueden sufrir daños, por lo que la víctima está expuesta al maltrato de terceros, violaciones, entre otros solo por miedo a las amenazas hechas por sus agresores.

Exclusión social

El agresor busca excluir totalmente a su víctima, hacer que éste no exista, no pueda opinar y mucho menos ser parte de algún evento que hagan sus compañeros, hacer que su víctima este totalmente aislado.

Intimidación

El agresor busca intimidar a su víctima para hacerle tener miedo y poder aprovecharse de esa situación, lo intimida con amenazas, maltrato físico, acosos constantes con burlas a todo tiempo.

Amenaza a la integridad

El agresor amenaza a su víctima con maltrato físico o psicológico hacia él o el maltrato hacia su familia, a hacerle sentir que si él dice algo va a padecer un infierno sin limites de maltrato, totalmente extorsionado.

1.02.03. Prevención

Se estima que la intervención simultánea sobre factores individuales, familiares y socioculturales, es la única vía posible de prevención del acoso escolar. La prevención se puede realizar en distintos niveles.

(Prevención del Acoso Escolar, José Mario Horcas Villarreal, Centro Educativo de Cádiz, España, Cuadernos de Educación y Desarrollo volumen 1, No 2, Abril 2009 revista académica semestral)

Existen parámetros de los que se debe tomar en cuenta para prevenir el bullying, en lo que respecta a la prevención primaria los padres tienen gran responsabilidad en esta situación tanto como los del agresor, los del víctima y los de los espectadores, ya que los del agresor le han enseñado a ser una persona maltratadora, que sino no le enseñan a dejar de maltratar a los demás con el tiempo este problema se vuelve cada vez más grave porque aunque parezca exagerado puede llegar a convertirse en un asesino.

En cambio los padres de la víctima puede ser que no están poniéndole la suficiente atención en lo que le pasa a su hijo, tal vez porque no lo conocen muy bien o por simple quemimportismo, deberían a cercarse más a sus hijos y ver la forma de ayudarlos a ser valientes y defenderse no de una forma agresiva sino de una forma inteligente, para que inclusive la persona víctima de este abuso sepa que tiene un respaldo en sus padres, en los mismos que puede confiar lo que le está pasando, ya que a la larga estás víctimas del dolor y desesperación que siente ante este maltrato

pueden llegar inclusive hasta el suicidio, tener muchos problemas de autoestima generando graves daños en sí su carácter en la confianza hacia ellos mismo.

En los padres de los espectadores, también influyen bastante en la actitud que toman sus hijos ya que ellos pudieron haber visto a sus padres en una situación similar y no haber hecho nada entonces ellos siguen ese ejemplo sin darse cuenta que esta mal, por lo que los padres de estos protagonistas deberían enseñar a sus hijos que esta situación está mal y que ellos deben buscar la manera de ayudar a estas personas ya que sino con el tiempo van a hacerse personas insensibles al maltrato y no van hacer nada por impedir que esto suceda.

El siguiente nivel es el secundario en el cual habla que se debe fomentar más el conocimiento acerca del bullying, para lograr que los estudiantes tengan más confianza en sus profesores, ya que la mayoría del tiempo pasan con ellos, por lo que son los que deben fomentar más valores en sus estudiantes evitando el acoso escolar.

El tercer nivel busca encontrar medidas de ayuda a los protagonistas del acoso escolar, ya que bien pueden ser agresores, víctimas o espectadores, todos pueden llegar a tener graves problemas en su desarrollo psicológico haciendo la interacción con los demás muy difícil.

Según el diario el Comercio da a conocer lo siguiente acerca del bullying:

En los países latinoamericanos existe más incidencia de bullying en cuanto al maltrato físico escolar son: Argentina, Ecuador, Republica Dominicana y Costa Rica, según la investigación realizada durante el período 2009-2011 por la *Organización de las Naciones Unidas para la Educación (Unesco)* afirma que el 51,1% de

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

estudiantes de sexto grado (primaria) de los 16 países de América Latina dijeron haber sido maltratados con insultos, amenazas, golpes o robos.

La investigación examinó casos de 91 223 *estudiantes de 6º grado en 2 969 escuelas y 3 903 aulas de 16 países latinoamericanos, incluido Ecuador.*

El robo escolar encabeza Colombia, *la Unesco advierte que las formas más sofisticadas de acoso, humillación y exclusión predominan en las instituciones privadas. Percepciones sobre la discapacidad, la enfermedad, la orientación sexual, la raza y el origen étnico se encuentran entre los pretextos más comunes para excluir a los niños*, como puede ser posible que se permita tanta violencia escolar, con estos antecedentes se debería tomar cartas en el asunto, , como en el artículo mismo lo dice padres tomen en cuenta las actitudes de sus hijos ya que si ellos son víctimas de bullying puede ser que después cometan acciones que les podría costar la vida por la desesperación de no saber que hacer ni con quien desahogarse de el maltrato que esta padeciendo.



Gráfico 1 Bullying

El bullying es una problemática social que aqueja al 8% de los niños y jóvenes en Ecuador, las víctimas sufren severos trastornos, en la mayoría de los casos irreversibles.

(El Bullying en los Colegios, Pamela Titoaña, Blog Bullyingec, 4 de Diciembre del 2012)

Pero el bullying podemos encontrarlo en algunos países fuera de América Latina también lo encontramos en España teniendo las siguientes estadísticas:

- *Casi un 6% de los alumnos españoles han vivido en sus propias carnes el fenómeno conocido como bullying que convierte algunos escolares en víctimas de sus propios compañeros.*
- *El 90% son testigos de una conducta de este tipo en su entorno*
- *El 30% han participado en alguna ocasión ya sea como víctima o como agresor*
- *Entre el 25 y el 30% de los estudiantes de primer ciclo de ESO afirma haber sido víctima alguna vez de agresores*

(Menéndez Benavente Isabel, Clínica de Psicología, Adolescencia y Violencia (Crisis o Patología), Febrero 2006)

- *El 34,6% de los alumnos reconoce que no pediría consejo a su profesor en caso de encontrarse en una situación de violencia*
- *Solo uno de cada tres de los que sufren son capaces de denunciarlo (33%)*
- *El 37% cree que el no devolver los golpes les convierte en cobardes*

DIS

ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

- *El 40% de los pacientes psiquiátricos fue víctima de un manoteo en el colegio*

(Colegio La Salle, Bullying Violencia Escolar, pág. 3)

De acuerdo con estos datos obtenidos se diría que:

1. El maltrato o acoso escolar es un fenómeno que se está expandiendo cada vez más en la actualidad y que afecta demasiado a los niños y adolescentes que lo padecen en sus colegios.
2. Se ha perdido los valores tomando en cuenta que los agresores toman al maltrato de su víctimas como una diversión, pensando que así son poderosos sin darse cuenta que están causando demasiado daño a su víctima.
3. Ya no existe piedad ante el maltrato a otra persona porque de acuerdo con la estadística citada el 90% de alumnos son espectadores, aquellos que no son capaces de defender aquella persona que está siendo víctima de maltrato, puede ser que este caso se de a que en su entorno lo viven diariamente y no tienen nadie que les guíe moralmente con valores para hacerles caer en cuenta que este tipo de acciones no están bien.
4. En la estadística otro punto que debemos tomarle mucha atención es la situación que tienen los alumnos en relación con sus profesores, los alumnos no confían en sus profesores, se puede dar porque hay profesores que no tratan de crear lazos de confianza con sus alumnos, solo dedican sus clases a enseñar, lo cual perjudica a los alumnos por un lado ya que de alguna manera por debido a varias causas puede ser que no confíen en sus padre, o que no

pasen tiempo con ellos, y sus profesores son aquellas únicas personas que pueden confiar.

5. Algunos alumnos piensan que el hecho de no defenderse devolviendo los golpes que les propinan es ser cobardes, pues ese pensamiento no está bien ya que las cosas no se deben solucionarse con la violencia, está solamente generaría problemas no soluciones.
6. Según la estadística *nombrada en el sitio web del Colegio La Salle* solo el 33% de los alumnos que sufren maltrato podrían denunciar a su agresor, lo cual no es una ayuda a un cambio ya que debido a la falta de denuncias solo hace que el maltrato se expanda cada vez más.
7. Hay que tomar muy en cuenta que este tipo de maltrato puede generar muchos daños en una persona los mismos que pueden ser físicos como psicológicos.

Los psicológicos son más complicados de superar ya que esto de alguna manera tiene una gran influencia en su carácter y autoestima.

Teleamazonas publicó en su página web acerca de la campaña contra el bullying realizada por la Reina de Quito Silvana Di Mella la cual tiene como nombre *el bullying un drama que crece en silencio*:

En el país existen muchos casos de bullying con un porcentaje del 63% *sacado de las encuestas de la Unicef*, lo cual la Reina de Quito quiere lograr abolir por completo ya que ella explica *que el bullying es un problema que están*

padeciendo los jóvenes de nuestro país causándoles daños físicos, psicológicos y morales por lo mismo el objetivo de esta campaña es dar a conocer a la sociedad que este fenómeno el cual tenemos que cortarlo por completo.

En la ciudad de Cuenca el estudio realizado por la facultad de psicología de la *Universidad de Cuenca (sur andino)* obtuvo como respuesta en sus estudios que el 45% de acosos ocurren en las escuelas fiscales, 16% en las escuelas fiscomisionales y el 12% en los particulares.

De acuerdo a lo leído en el artículo *Reina de Quito impulsa una campaña contra el bullying* publicado en el sitio web de Teleamazonas el 20 de Mayo del 2013 se puede decir que:

La campaña tiene como objetivo llegar a todos los jóvenes para que aquellos que están padeciendo bullying ya no tengan miedo en denunciar el abuso que están sufriendo, y para aquellos que lo realizan tratar de generarles consciencia en que esa actitud puede generar muchos daños en sus víctimas e inclusive en ellos mismos dentro de la sociedad.

Esta campaña a tenido gran éxito ya que se realizarán visitas a varios establecimientos de la ciudad de Quito, inclusive los de la iniciativa de la misma fue enchufe tv, los mismos que realizaron un video para evitar el bullying, y esto es de gran ayuda ya que los adolescentes se encuentran muy identificados con los videos realizados por enchufe tv, por lo que esto genera más acogida por los jóvenes.

Se han realizado dos spot publicitarios transmitidos en siete canales nacionales, una cuña radial e inclusive la están difundiendo por medios publicitarios

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

exteriores como son vallas y para llegar a más público lo están realizando por redes sociales como facebook y twitter.

Otra de las estrategias que ha tenido la Campaña realizada por la Reina de Quito ha sido transmitir su mensaje de prevención del bullying mediante la serie *La rosa de Guadalupe*, en la cual se han transmitido últimamente episodio acerca de bullying hacia adolescentes y niños, en los mismos que se busca que la sociedad y los jóvenes y niños que se encuentran identificados con estos actos ya no callen más de la situación que están padeciendo, e inclusive en estos episodios se ve que soluciones puede tomar la sociedad que se encuentra involucrada en estos actos como son los padres y maestros, para ya no permitir más el bullying en los centros educativos.

Según el diario La Tarde, el dictamen de Veracruz-México publica en el mes de diciembre del 2011 lo siguiente:

De acuerdo a estudios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), de los últimos reportes México es el país con mayor porcentaje de bullying en secundarias”.

Solo en el pasado mes de abril, se realizó un Congreso Mundial de Violencia, que se realiza cada dos años y fue impresionante ver que más del 40% de los trabajos presentados a nivel mundial eran de México y el tema central era el bullying y el acoso escolar.

De acuerdo con lo explicado en el artículo anterior se debe tomar en cuenta que en la ciudad de México existe muchos casos de bullying, tal vez puede darse esta situación debido a que este país se encuentra grades casos de machismo lo cual si es un factor muy influyente en el bullying ya que la mujer permite el maltrato del hombre debido a la creencia de que el hombre puede hacer con ella lo que él desee, por lo cual en la forma de educar a sus hijos tanto hombres como mujeres les dicen que la violencia está bien que esa es la mejor forma de defenderse de los demás y en una familia en donde hay un padre machista si su madre piensa que la educación que le da el padre a su hijo está mal ella no puede decir nada porque corre el riesgo de ser maltratada, por lo que la violencia genera más violencia.

Inclusive otra de las razones que se observa es que si hablamos de México un país conocido como machista la violencia está en cualquier entorno lo que muchas veces ven los niños o adolescentes ya que ellos ven a sus madres maltratadas piensan que maltratar a los demás es algo tan normal.

1.03. Justificación del Problema

Este proyecto está basado para prevenir la existencia de bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle", el cual evitará que aumenten más adolescentes víctimas del bullying el mismo que provocado inclusive muertes por causa de suicidio, enfermedades tanto físicas como psicológicas.

Con la realización del proyecto se busca lograr que muchos de los estudiantes adolescentes de la Unidad Educativa "Julio María Matovelle" puedan prevenir el

bullying entre ellos y así podrán tener una convivencia más amigable, este proyecto ayudará a muchos de estos adolescentes a despejar dudas acerca del bullying.

Con el proyecto se brindará conocimientos acerca de cómo prevenir el bullying, lo cual ayudará a que los adolescentes se sientan más seguros, ya que inclusive podrán darse cuenta si son víctimas de bullying.

1.03.01. El Plan del Buen Vivir

El plan de Buen Vivir busca una armonía entre ciudadanos tanto extranjeros como nacionales, tomando en cuenta que debe existir una equidad y respeto entre todos sin menospreciar a nadie por su cultura, religión, nacionalidad, costumbres, etc., somos libres para auto realizarnos teniendo el reconocimiento por iguales.

En el Plan del Buen vivir habla también acerca de que las personas no somos seres aislados, son independientes pero necesitan de la ayuda de los demás de esta manera su interacción con los demás debe ser óptima para poder llegar a los niveles autónomos, por lo mismo su entorno depende bastante para su desarrollo emocional e intelectual.

Los derechos que las personas tienen por ley según la Constitución son: interdependientes y de igual jerarquía como lo dice en el **Artículo 11. Numeral 6:**

Art. 11.- *El ejercicio de los derechos se regirá por los siguientes principios:*

6. *Todos los principios y los derechos son inalienables, irrenunciables, indivisibles, interdependientes y de igual jerarquía.*

Uno de los antecedentes más antiguos de discriminación que existía en la época colonial era en donde las personas no podían estudiar sino eran de familias adineradas, inclusive el racismo que existió y que aún existe pero en ese tiempo las personas de raza negra eran esclavos los mismos que no tenían derecho a nada tan solo ellos debían dedicar todo su tiempo a servir a sus dueños ya que las personas adineradas del tiempo de la colonia los compraban, con el paso de los años se abolió la esclavitud, pero aún existe la discriminación hacia los negros.

Otras de las discriminaciones que aún en la actualidad existe es hacerle de menos a la mujer, en el tiempo colonial a la mujer no se le permitía estudiar, trabajar e inclusive ni votar.

Podemos nombrar un sin número de discriminaciones que existe en el país y fuera de él por lo que el Ecuador según la Constitución en el **Artículo 11. Numeral 2** dice lo siguiente:

Todas las personas son iguales y gozaran de los mismos derechos, deberes y oportunidades.

Nadie podrá ser discriminado por razones de etnia, lugar de nacimiento, edad, sexo, identidad de género, identidad cultural, estado civil, idioma, religión, ideología, filiación política, pasado judicial, condición socio-económica, condición migratoria, orientación sexual, estado de salud, portar VIH, discapacidad, diferencia física; ni por cualquier otra distinción, personal o colectiva, temporal o permanente, que tenga por objeto o resultado menoscabar o anular el

reconocimiento, goce o ejercicio de los derechos. La ley sancionará toda forma de discriminación.

El Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real en favor de los titulares de derechos que se encuentren en situación de desigualdad.

1.03.02. Matriz Productiva

La matriz productiva el producto primo lo estamos desperdiciando ya que envés de nosotros sacar un producto ya terminado lo exportamos al exterior para lo transformen y luego nosotros importarlo de nuevo al país lo cuál nos genera más gasto e inclusive existe una discriminación ante el talento humano del Ecuador haciéndolo de menos, lo que hace que exista problemas económicos en el país.

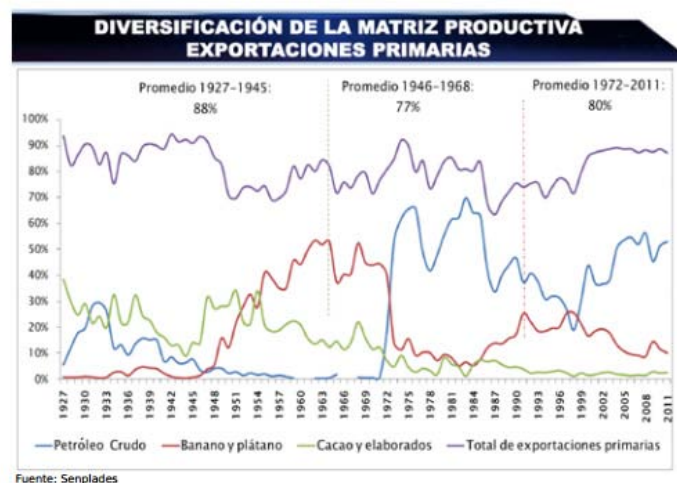
Por lo cual la Revolución ciudadana busca romper este ciclo y dar mayor prioridad al talento humano de los trabajadores propios del país y así tener menos gastos en cuanto a obtener productos de forma internacional, ya que nosotros mismos podemos producirlo porque contamos con el producto primo.

De esta manera obtendremos más productos producidos aquí en el país los mismos que podremos exportarlo a otros países generando ganancias envés de gastos.



Gráfico 2 Transformación de la Matriz Productiva

Según la Matriz Productiva dice que en la actual ha sido uno de los principales limitantes para que el Ecuador para que alcance una sociedad del Buen Vivir



Fuente: Senplades

Gráfico 3 Exportaciones primarias como porcentaje del total de las ventas externas

La relación que existe entre el proyecto planteado en cuanto al Plan del Buen Vivir es que este busca que los ciudadanos tengan armonía al momento de interactuar entre ellos y exista una equidad y respeto sin importar cultura, costumbre, economía, política, etc., sin discriminar a nadie

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

Teniendo muy en cuenta que la violencia no es una solución, lo único que causa son muchos más problemas, ya que los daños pueden ser muy graves estos pueden ser psicológicos o físicos, entre los cuales podemos nombrar: los golpes, violaciones, depresión, suicidios, inseguridad, desconfianza con los demás, etc.

En la actualidad los valores se han perdido, se puede decir que la economía en los países tercermundistas a influido en este cambio, debido a que los productos necesarios para una familia son más caros a comparación de años atrás ahora, ya no solo trabaja el padre sino inclusive la madre por lo que los hijos pasan sin supervisión durante todo el día, lo mismo que hace que ellos no realicen actividades productivas, y se dediquen a salir a las calles, sin responsabilidades.

Aunque es verdad que la mitad del día pasan en las aulas aún ahí en algunos establecimientos no existe la supervisión a su alumnado, por lo que no les enseñan valores para su vida diaria.

Con la ayuda del plan del Buen vivir, podemos darnos cuenta todos los antecedentes que a tenido el Ecuador con respecto a la discriminación,, así poder lograr disminuir la discriminación en el país

En el plan del Buen Vivir influye mucho la matriz de producción ya que esta nos habla acerca del desperdicio que se ha tenido en todos estos años de producto primo, envés de procesarlo los han exportado generando muchos gastos, y así menospreciando el talento humano ecuatoriano por lo mismo que en la actualidad el Estado busca dar mayor prioridad a nuestro talento humano sin discriminarlo. Esto ayudaría

a que las personas no tengan que entregar la mayoría de su tiempo en sus trabajos, aquellos que son padres podrían pasar más tiempo con sus familias sin mucha preocupación de generar dinero debido a los gastos que deben cubrir.

1.04. Matriz T

PROBLEMA	El bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"
CAUSAS	• Pérdida de valores en la juventud • Padres maltratadores • Padres que tienen largas horas de trabajo
EFFECTO	• Jóvenes sin criterio propio sobre sus decisiones • Jóvenes con trastornos psicológicos • Jóvenes sin confianza en sus padres

Tabla 1. MATRIZ T

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

CAPITULO II

2. ANALISIS DE INVOLUCRADOS

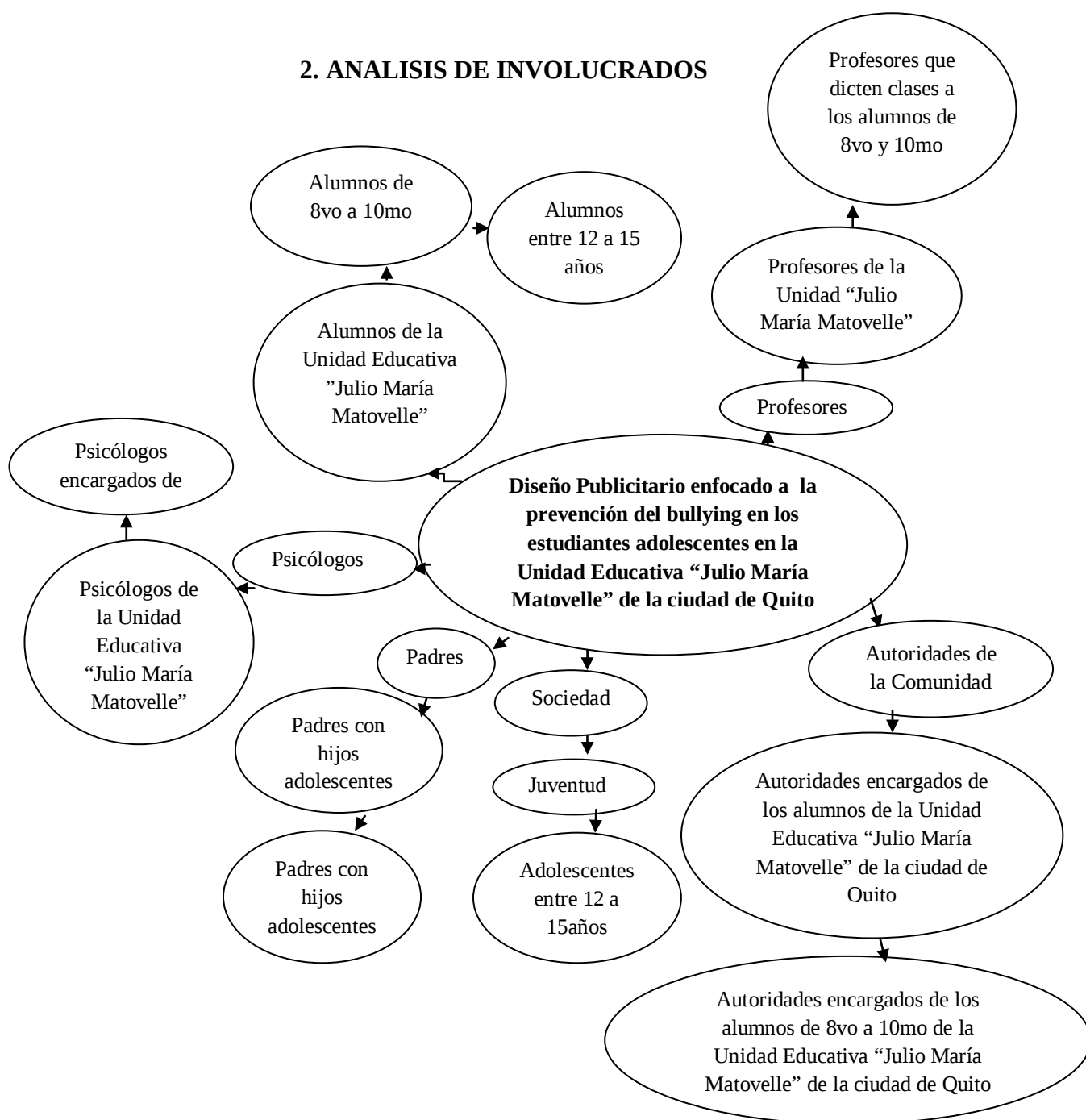


Tabla 2. IDENTIFICACIÓN DE INVOLUCRADOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

2.01. Identificación de Involucrado

2.02 Análisis y Selección con los involucrados

Actores involucrados	Interés sobre el problema	Problemas Percibidos	Recursos mandatos y capacidades	Interés sobre el proyecto	Conflictos potenciales
Adolescentes entre 12 a 15 años	Desconocen acerca del bullying	Maltrato entre los adolescentes en los colegios	Recursos: Tecnológicos (internet tanto en las computadoras como en sus celulares, televisión, radio) Capacidades: Intelectuales (Creativos, Analizan, Sintetizan) Mandatos: Según la Constitución del Ecuador en el Artículo 11. Numeral 2 dice lo siguiente: Todas las personas tienen los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por ningún motivo social sea género, edad, sexo, etnia, entre otras. La ley sancionará toda forma de discriminación	Conocer acerca de cómo prevenir el bullying	Poca atención, Poco impacto del mensaje en ellos
Padres con hijos adolescentes entre los 12 a 15 años	Desconocen las formas de prevención del bullying	Padres maltratadores	Recursos: Económicos (Ingresos económicos debido a su trabajo) Tecnológicos (internet tanto en las computadoras como en sus celulares, televisión, radio) Capacidades: Intelectuales (Analizan, Sintetizan, Comparan, Intuyen)	Conocer que es el bullying y las maneras de prevención	Poco interés, Tabús sobre el tema, Miedo a reconocer el problema

			Mandatos: Según la Constitución del Ecuador en el Artículo 45. dice lo siguiente: <i>Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción. Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a la salud integral y nutrición; a la educación y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten; a educarse de manera prioritaria en su idioma y en los contextos culturales propios de sus pueblos y nacionalidades; y a recibir información acerca de sus progenitores o familiares ausentes, salvo que fuera perjudicial para su bienestar. El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación, el funcionamiento libre de</i>		
--	--	--	--	--	--

			<i>los consejos estudiantiles y demás formas asociativas.</i> Art. 46. Numeral 4 dice lo siguiente: <i>El Estado adoptará, entre otras, las siguientes medidas que aseguren a las niñas, niños y adolescentes:</i> 4. <i>Protección y atención contra todo tipo de violencia, maltrato, explotación sexual o de cualquier otra índole, o contra la negligencia que provoque tales situaciones.</i>		
Autoridades encargados de los alumnos de 8vo a 10mo de la Unidad Educativa "Julio María Matovelle" de la ciudad de Quito	Desconocen las formas de prevención del bullying	Falta de sociabilidad entre los alumnos	Recursos: Económicos (Ingresos económicos obtenidos de la pensión mensual de los alumnos) Tecnológicos: (Internet en las computadoras de los laboratorios del colegio, infocus en los laboratorios, televisiones, radios) Capacidades: Intelectuales (Analizan, Sintetizan, Comparan)	Conocer que es el bullying y las maneras de prevención para lograr un buen entorno para sus alumnos	Poco interés en el tema, No lo pongan en práctica al proyecto realizado, Tabús acerca del tema

Alumnos en las edades entre 12 a 15 años	Desconocen acerca del bullying	Peleas e insultos entre los alumnos	Recursos: Tecnológicos (Internet en las computadoras de los laboratorios del colegio y en sus celulares, infocus en los laboratorios, televisiones, radios) Capacidades: Intelectuales (Creativos, Analizan, Sintetizan) Mandatos: Según la Constitución del Ecuador en el Artículo 11. Numeral 2 dice lo siguiente: Todas las personas tienen los mismos derechos, deberes y oportunidades. Nadie podrá ser discriminado por ningún motivo social sea género, edad, sexo, etnia, entre otras. La ley sancionará toda forma de discriminación	Conocer acerca de cómo prevenir el bullying	Poco impacto del mensaje en ellos, Poco interés en el proyecto, Miedo a reconocer que existe el problema
Profesores que dicten clases a los alumnos de 8vo y 10mo	Desconocen las formas de prevención del bullying	Falta de sociabilidad entre los alumnos	Recursos: Tecnológicos (Internet en las computadoras de los laboratorios del colegio y en sus celulares, infocus en los laboratorios, televisiones, radios) Capacidades: Intelectuales (Creativos, Analizan, Sintetizan, Comparan, Dialogan)	Conocer acerca de cómo prevenir el bullying para de esta manera ayudar a sus alumnos	Poco interés, poca ayuda en la difusión del mensaje del proyecto, Tabús acerca del tema

Psicólogos encargados de los cursos 8vo a 10mo	Desconocimiento de técnicas para dar a conocer a sus alumnos acerca del bullying	Falta de comunicación de los estudiantes con sus padres	Recursos: Tecnológicos (Internet en las computadoras de los laboratorios del colegio y en sus celulares, infocus en los laboratorios, televisiones, radios) Capacidades: Intelectuales (Creativos, Analizan, Sintetizan, Comparan, Dialogan, Investigan, Intuyen, Observan)	Conocer técnicas con las que se pueda prevenir el bullying	Poco interés en el proyecto, Poca ayuda de difusión del mensaje del proyecto. Miedo a reconocer que existe este problema
--	--	---	---	--	--

Tabla 3 ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

CAPITULO III

3. PROBLEMAS Y OBJETIVOS

3.01 Árbol de Problemas

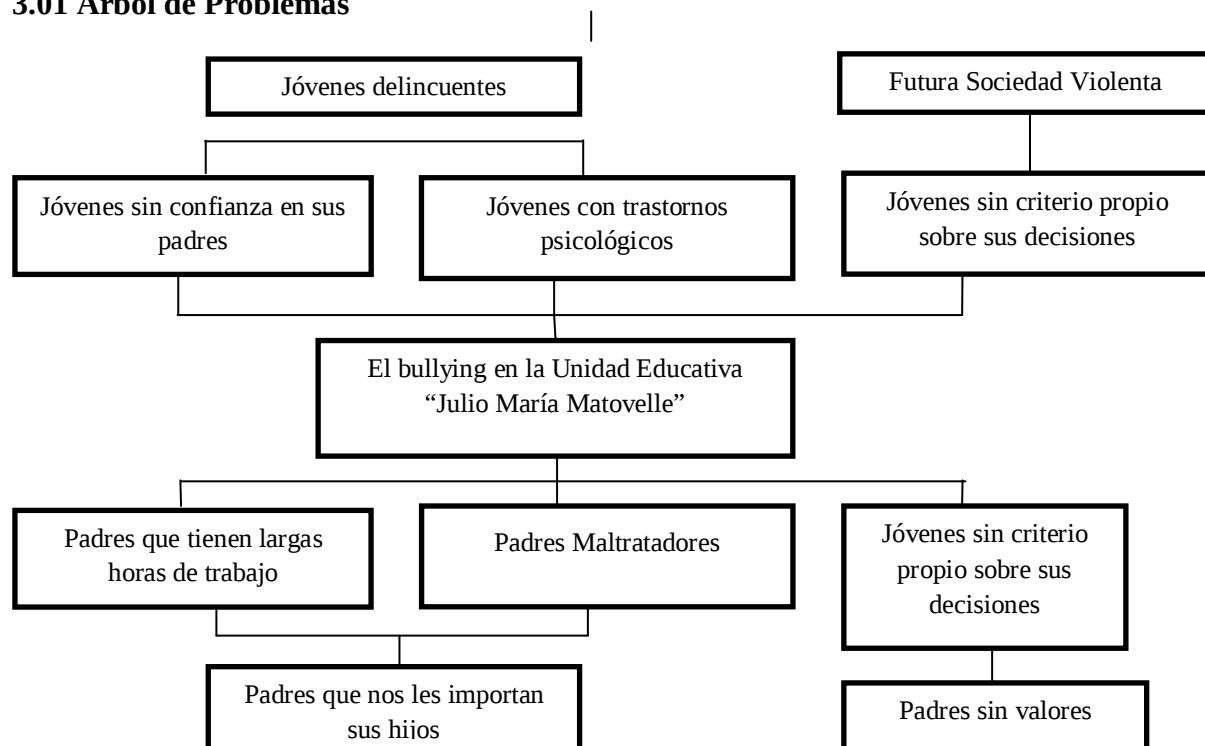


Tabla 4 ÁRBOL DE PROBLEMAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

3.02 Árbol de Objetivos

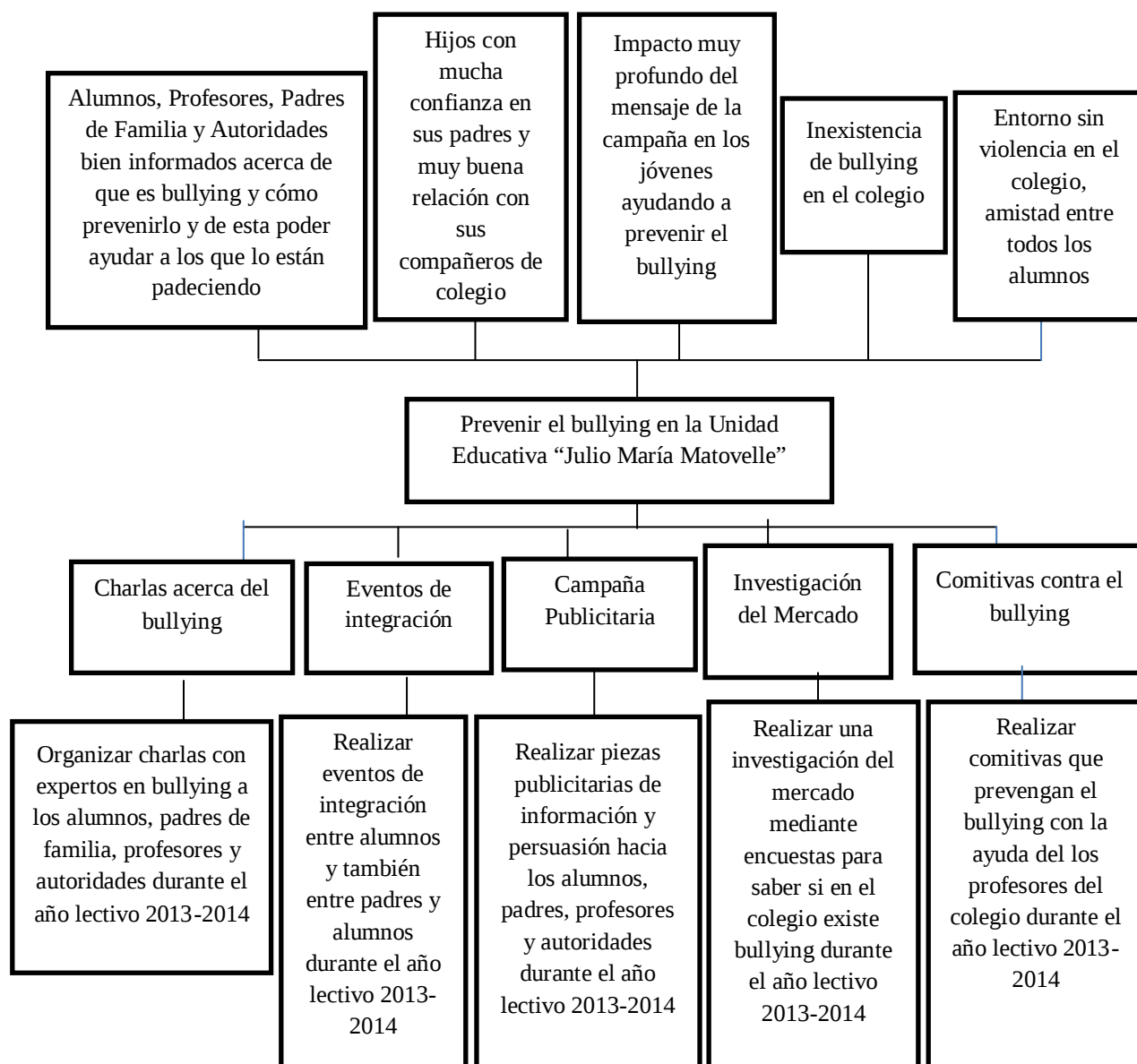


Tabla 5 ÁRBOL DE OBJETIVOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

CAPITULO IV

4. ANALISIS DE ALTERNATIVAS

4.01 Acciones e identificación de alternativas

Alumnos, Profesores, Padres de Familia y Autoridades bien informados acerca de que es bullying y cómo prevenirlo y de esta poder ayudar a los que lo están padeciendo

Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014

Hijos con mucha confianza en sus padres y muy buena relación con sus compañeros de colegio

Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014

Tabla 6 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

Tabla 7 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

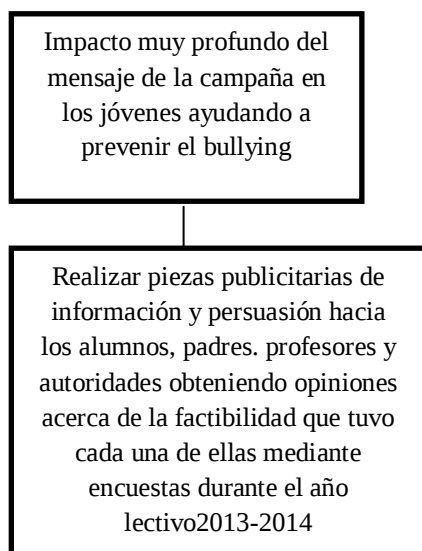


Tabla 8 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

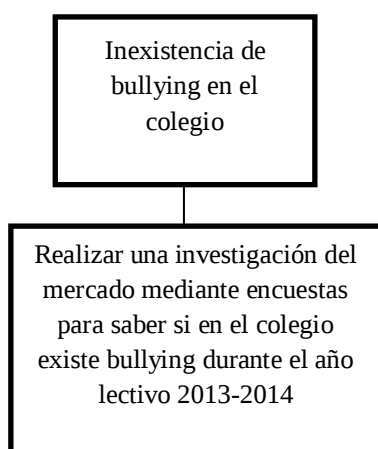


Tabla 9 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

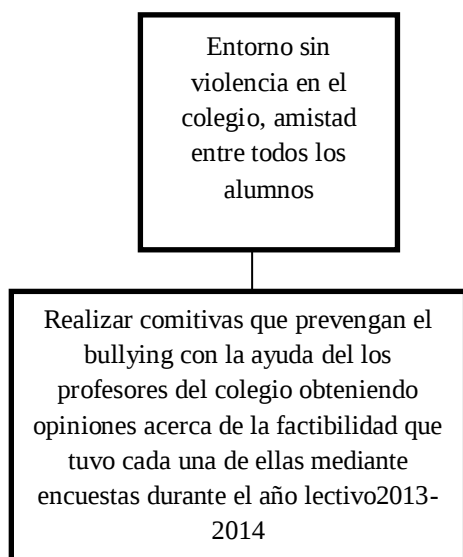


Tabla 10. ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.02. Tamaño del Proyecto Alcance

El Proyecto busca alcanzar a todos los alumnos de la Unidad Educativa “Julio María Matovelle”, tomando en cuenta que el grupo objetivo de la campaña son los jóvenes entre las edades de 12 a 15 años ya que ellos se encuentran más expuestos al bullying por la etapa de transición que pasan a esta edad, es decir de la pre adolescencia a la adolescencia.

En la preadolescencia no se preocupan mucho de cómo lucen de forma física, ni su vestimenta o color de piel, en cambio ya en la adolescencia empieza a importarles mucho más la apariencia y es por eso que empiezan la discriminación entre ellas se nombraría el aspecto físico, gustos, vestimenta, color de piel, cultura, forma de

expresarse con los demás, forma de hablar, situación económica, discapacidades físicas, diferencia de edades, orientación sexual, entre otros.

El grupo objetivo de la campaña son: los alumnos, profesores, padres de familia y autoridades de toda la Unidad Educativa "Julio María Matovelle".

Aunque ellos no son el grupo objetivo principal tienen un gran papel en prevenir el bullying en los adolescentes, ya que los padres son guías para sus hijos, deben enseñarles valores a sus hijos para evitar este tipo de acontecimiento, los profesores por su parte también son guías para sus alumnos, ya que muchas veces los alumnos no tienen un ejemplo a seguir en sus casas y buscan en el colegio.

4.03. Localización del Proyecto geográfico

El proyecto se encuentra ubicado en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle" al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia Cofavi, en el sector de la Rumiñahui.

El proyecto toma lugar en este colegio ya que se busca prevenir más casos de bullying en la Unidad Educativa concientizando en los alumnos el respeto mutuo que debe haber entre ellos.

4.04. Análisis Ambiental

Se realizará reciclaje del papel utilizado en las encuestas, trípticos, afiches, de esta manera se buscará disminuir la contaminación ambiental, inclusive el hecho de la

utilización de la naturaleza para la realización de los elementos nombrados anteriormente.

Creando concientización en los jóvenes acerca del reciclaje evitando el maltrato al medio ambiente.

Se utilizará tintas ecológicas para la impresión de los trípticos, afiches y roll up, de esta manera evitar la contaminación en el ambiente debido a las tintas hechas de muchos químicos, lo cual causa muchas enfermedades respiratorias en las personas por la intensidad que tiene el olor de los químicos que contienen estas tintas, que muchas veces se hacen imperceptibles pero están en el ambiente.

4.05. Análisis de Alternativas 1 -5

Objetivo	Impacto sobre el propósito	Factibilidad técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades durante el año lectivo 2013-2014	4	3	3	3	2	15	Medio
Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos durante el año lectivo 2013-2014	4	4	3	3	2	16	Medio
Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades durante el año lectivo 2013-2014	5	5	4	4	3	21	Alto

Realizar una investigación del mercado mediante encuestas para saber si en el colegio existe bullying durante el año lectivo 2013-2014	4	3	3	2	2	14	Bajo
Realizar comitivas que prevengan el bullying con la ayuda de los profesores del colegio durante el año lectivo 2013-2014	4	2	3	2	2	13	Bajo

Tabla 11 ACCIONES E IDENTIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.06. Diagrama de Estrategias

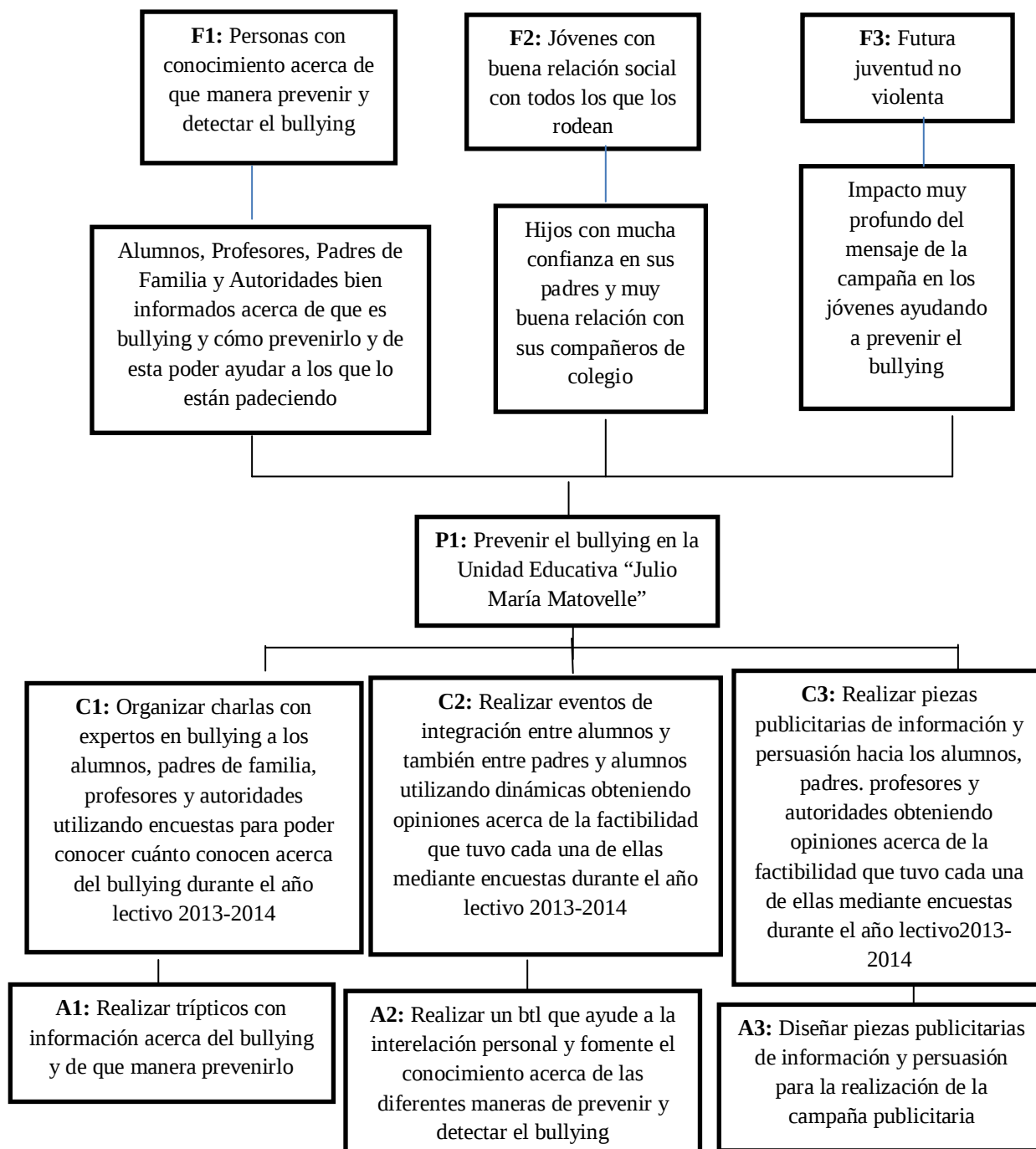


Tabla 12 DIAGRAMA DE ESTRATEGIAS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.07. Construcción de Matriz de Marco Lógico

4.07. a. Revisión de Criterios para los Indicadores

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
FINES	F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying	Reportes de inexistencia de bullying	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Autoridades, Profesores, Padres de Familia, Alumnos
FINES	F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean	Reportes de buen comportamiento interno y externo	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos
FINES	F3: Futura juventud no violenta	Reportes de buen comportamiento interno y externo	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos

Tabla 13 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
PROPÓSITO	P1: Prevenir el bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Campaña Publicitaria de prevención del bullying	Alto	Óptima	Durante el año lectivo 2013-2014	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos

Tabla 14 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTIDAD	CALIDAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
COMPONENTES	C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de conocimiento del bullying	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Autoridades, Profesores, Padres de Familia, Alumnos

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

COMPONENTES	C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento o interno y externo	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos
COMPONENTES	C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento o interno y externo	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos

Tabla 15 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	META				
			CANTI DAD	CALI DAD	TIEMPO	LUGAR	GRUPO SOCIAL
ACTIVIDADES	A1: Realizar trípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo	Conocimientos acerca del bullying	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Autoridades, Profesores, Padres de Familia, Alumnos
ACTIVIDADES	A2: Realizar un btl que ayude a la interrelación personal y fomente el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying	Reportes de buen comportamiento o interno y externo	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos
ACTIVIDADES	A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria	Campaña Publicitaria para prevenir el bullying	Alto	Óptima	Cada Quimestre	Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Alumnos

Tabla 16 REVISIÓN DE CRITERIOS PARA LOS INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

4.07. b. Selección de Indicadores

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se pueden observar

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

E: Es representativo

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
FINES	F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying	Reportes de inexistencia de bullying	X			X	X	3	si
FINES	F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean	Reportes de buen comportamiento interno y externo	X	X			X	3	si
FINES	F3: Futura juventud no violenta	Reportes de buen comportamiento interno y externo	X	X			X	3	si

Tabla 17 SELECCIÓN DE INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
PROPÓSITO	P1: Prevenir el bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Campaña Publicitaria de prevención del bullying	X	X			X	3	si

Tabla 18 SELECCIÓN DE INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
COMPONENTES	C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de conocimiento del bullying	X		X	X	X	4	si

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

COMPONENTES	C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	X			X	X	3	si
COMPONENTES	C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	X			X	X	3	si

Tabla 19. SELECCIÓN DE INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	CLASIFICADOR DE INDICADOR					PUNTAJE	SELECCIÓN
			A	B	C	D	E		
ACTIVIDADES	A1: Realizar trípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo	Conocimientos acerca del bullying	X	X			X	3	si
ACTIVIDADES	A2: Realizar un btl que ayude a la interrelación personal y fomenta el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying	Reportes de buen comportamiento interno y externo	X	X			X	3	si
ACTIVIDADES	A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria	Campaña Publicitaria para prevenir el bullying	X	X			X	3	si

Tabla 20 SELECCIÓN DE INDICADORES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.07. c. Medios de Verificación

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
FINES	F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying	Reportes de inexistencia de bullying	Secundarios Archivos	Observación	Cualitativo	Cada Quimestre	Investigador
FINES	F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean	Reportes de buen comportamiento o interno y externo	Secundarios Archivos	Observación	Cualitativo	Cada Quimestre	Investigador
FINES	F3: Futura juventud no violenta	Reportes de buen comportamiento o interno y externo	Secundarios Archivos	Observación	Cualitativo	Cada Quimestre	Investigador

Tabla 21 MEDIOS DE VERIFICACIÓN

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
PROPÓSITO	P1: Prevenir el bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Campaña Publicitaria de prevención del bullying	Secundarios Archivos	Observación Encuestas	Cualitativo Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador

Tabla 22 MEDIOS DE VERIFICACIÓN

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
COMPONENTES	C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando	Reportes de las encuestas de conocimiento del bullying	Secundarios Archivos	Encuestas	Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

	encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014						
COMPONENTES	C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos	Encuestas	Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador

COMPONENTES	C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos	Encuestas	Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador
--------------------	---	--	----------------------	-----------	--------------	----------------	--------------

Tabla 23 MEDIOS DE VERIFICACIÓN

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	INDICADOR	Medios de Verificación				
			Fuentes de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
ACTIVIDADES	A1: Realizar trípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo	Conocimientos acerca del bullying	Secundarios	Encuestas	Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador
ACTIVIDADES	A2: Realizar un btl que ayude a la interrelación personal y fomente el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying	Reportes de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos	Observación	Cualitativo	Cada Quimestre	Investigador
ACTIVIDADES	A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria	Campaña Publicitaria para prevenir el bullying	Secundarios Archivos	Observación Encuestas	Cualitativo Cuantitativo	Cada Quimestre	Investigador

Tabla 24 MEDIOS DE VERIFICACIÓN

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.07. d. Supuestos

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FINES	F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying	Sociedad con muy bien conocimiento acerca del bullying			X		X
FINES	F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean	Armonía y respeto entre los jóvenes	X	X	X		X
FINES	F3: Futura juventud no violenta	Futuros padres con valores bien formados			X		X

Tabla 25 SUPUESTOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
PROPÓSITO	P1: Prevenir el bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Inexistencia de bullying	X	X	X		X

Tabla 26 SUPUESTOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
COMPONENTES	C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014	Respeto entre los alumnos		X	X	X	

COMPONENTES	C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Jóvenes con buena relación con su familia y compañeros de aula			X	X	
COMPONENTES	C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Alumnos que previenen el bullying en la Unidad Educativa		X	X	X	

Tabla 27. SUPUESTOS

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

NIVEL	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS	Factores de Riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
ACTIVIDADES	A1: Realizar trípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo	Respeto entre los alumnos		X	X	X	
ACTIVIDADES	A2: Realizar un btl que ayude a la interrelación personal y fomente el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying	Jóvenes con buena relación con su familia y compañeros de aula			X	X	
ACTIVIDADES	A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria	Alumnos que previenen el bullying en la Unidad Educativa		X	X	X	

Tabla 28 SUPUESTOS.

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

FINES	F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying	COMPONENTES	C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014	ACTIVIDADES	A1: Realizar dípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo
--------------	---	--------------------	--	--------------------	---

Tabla 29 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

FINES	F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean	COMPONENTES	C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	ACTIVIDADES	A2: Realizar un btl que ayude a la interrelación personal y fomente el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying
--------------	---	--------------------	--	--------------------	--

Tabla 30 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

FINES	F3: Futura juventud no violenta	COMPONENTES	C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	ACTIVIDADES	A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria
--------------	--	--------------------	--	--------------------	--

Tabla 31 FINES-COMPONENTES-ACTIVIDADES

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

4.08. Matriz Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
F1: Personas con conocimiento acerca de que manera prevenir y detectar el bullying C1: Organizar charlas con expertos en bullying a los alumnos, padres de familia, profesores y autoridades utilizando encuestas para poder conocer cuánto conocen acerca del bullying durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de inexistencia de bullying Reportes de las encuestas de conocimiento del bullying	Secundarios Archivos Observación Cualitativo Cada Quimestre Investigador Secundarios Archivos Encuestas Cuantitativo	Sociedad con muy bien conocimiento acerca del bullying Respeto entre los alumnos

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

A1: Realizar trípticos con información acerca del bullying y de que manera prevenirlo	Conocimientos acerca del bullying	Cada Quimestre Investigador Secundarios Encuestas Cuantitativo Cada Quimestre Investigador	Respeto entre los alumnos
F2: Jóvenes con buena relación social con todos los que los rodean C2: Realizar eventos de integración entre alumnos y también entre padres y alumnos utilizando dinámicas obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo 2013-2014	Reportes de buen comportamiento interno y externo Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos Observación Cualitativo Cada Quimestre Investigador Secundarios Archivos Encuestas Cuantitativo Cada Quimestre Investigador	Armonía y respeto entre los jóvenes Jóvenes con buena relación con su familia y compañeros de aula

A2: Realizar un btl que ayude a la interelación personal y fomente el conocimiento acerca de las diferentes maneras de prevenir y detectar el bullying	Reportes de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos Observación Cualitativo Cada Quimestre Investigador	Jóvenes con buena relación con su familia y compañeros de aula
F3: Futura juventud no violenta	Reportes de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos Observación Cualitativo Cada Quimestre Investigador	Futuros padres con valores bien formados
C3: Realizar piezas publicitarias de información y persuasión hacia los alumnos, padres, profesores y autoridades obteniendo opiniones acerca de la factibilidad que tuvo cada una de ellas mediante encuestas durante el año lectivo2013-2014	Reportes de las encuestas de buen comportamiento interno y externo	Secundarios Archivos Encuestas Cuantitativo Cada Quimestre Investigador	Alumnos que previenen el bullying en la Unidad Educativa

A3: Diseñar piezas publicitarias de información y persuasión para la realización de la campaña publicitaria	Campaña Publicitaria para prevenir el bullying	Secundarios Archivos Observación Encuestas Cualitativo Cuantitativo Cada Quimestre Investigador	Alumnos que previenen el bullying en la Unidad Educativa
P1: Prevenir el bullying en la Unidad Educativa "Julio María Matovelle"	Campaña Publicitaria de prevención del bullying	Secundarios Archivos Observación Encuestas Cualitativo Cuantitativo Cada Quimestre Investigador	Inexistencia de bullying

Tabla 32 MATRIZ MARCO LÓGICO

AUTOR: JEANNETH TRUJILLO

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO

CAPITULO V

5. LA PROPUESTA

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

5.01.01.Diseño

Según la página *Definicion de., del año 2008*: La palabra diseño proviene del italiano disegno, la palabra **diseño** se refiere a un boceto, de la definición bosquejo o esquema que se realiza, ya sea mentalmente o en un soporte material, antes de concretar la producción de algo.

De acuerdo a lo leído en este artículo diseño es un boceto que se realiza de algo que se quiere crear antes de pasarlo a producción, se debe aprobar la idea planteada para poder tener en cuenta que parámetros se usará para la realización del producto final, de esta manera realizar con eficacia el producto que se quiere brindar.

Existen Varios tipos de Diseños entre ellos se puede nombrar los siguientes:

- Diseño Gráfico
- Arquitectura
- Diseño de Modas
- Diseño de Interiores
- Diseño Industrial

5.01.02. Diseño Gráfico

El diseño gráfico en la actualidad es una herramienta muy importante ya conforma una serie de componentes para transmitir un mensaje con mucha eficacia de impacto en las personas.

En el diseño gráfico la creatividad es la base para la creación de propuestas las cuales pueden ser orientadas tanto a las siguientes ramas:

- Diseño Publicitario
- Diseño Multimedia
- Diseño Corporativo
- Diseño Editorial

Según la página web fontonostra en el artículo Diseño gráfico, evolución y tendencias dice que:

El desarrollo y evolución de los productos y servicios de las empresas y particulares ha crecido espectacularmente. Esto las obliga a competir entre sí para ocupar un sitio en el mercado.

De acuerdo a lo citado se puede decir que la evolución de la imagen que se utiliza en un producto para persuadir a los consumidores es un elemento fundamental ya que es una herramienta de comunicación muy eficaz, la misma que hace que exista una

competencia entre empresas, éstas buscan obtener la mejor forma de comunicar a sus consumidores para y de esta manera tener acogida por los mismos.

5.01.03. Publicidad

En el blog amygomezsantos en el artículo La Publicidad y su significado publicado el 23 de Noviembre del 2006. *La publicidad es la rama de las ciencias de comunicación social cuyo objetivo fundamental es persuadir o convencer al público a adquirir determinados productos, sean estos bienes o servicios.*

En este artículo habla acerca de la importancia que tiene la publicidad en el medio de comunicación , ya que la comunicación con la publicidad van cogidos de la mano su fin es transmitir un mensaje mediante una publicidad utilizando todas las herramientas necesarias del diseño gráfico y de esta manera conseguir la atención del consumidor en el producto .

La publicidad es una herramienta muy poderosa la cual busca persuadir para conseguir la atención de sus consumidores, la podemos encontrar en cualquier parte, lo cual permite el progreso en una empresa.

5.01.04. Tipos de Publicidad

Según la página web La Publicidad de la Universidad José Matías Delgado en el artículo tipos de publicidad publicado el 29 de Mayo del 2008 dice que la publicidad se clasifica de acuerdo a lo siguiente:

- *La audiencia meta, sean consumidores o empresas.*
- *La finalidad deseada (la estimación de una demanda primaria o selectiva)*
- *Lo que se anuncia, un producto o una institución*

De acuerdo a lo leído en este artículo se puede decir lo siguiente de cada uno de ellos:

La audiencia meta, sean consumidores o empresas

En este punto las empresas toman en cuenta que tipos de consumidores tiene, eso quiere decir que hay empresas que por ser detallistas su publicidad va directamente a su consumidor, en cambio hay otras que tienen que dividir su publicidad tanto para sus consumidores como para clientes empresariales, por lo cual aquí obtenemos la publicidad de consumo y la publicidad de negocio a negocio.

La finalidad deseada (la estimación de una demanda primaria o selectiva)

De acuerdo a la demanda la publicidad se clasifica en:

- Publicidad Demanda Primaria
- Publicidad Demanda Selectiva

Publicidad Demanda Primaria

Este tipo de publicidad se la utiliza para dos objetivos:

1.- Es muy óptimo utilizar este tipo de publicidad cuando el producto recién se encuentra introduciendo al mercado, ya que la publicidad de demanda primaria es estimular la demanda de forma genérica, es decir, sin especificar una marca, lo cual ayudaría mucho en un producto nuevo, ya que las personas antes de consumirlo deben tener en cuenta a que se relaciona el producto.

Por ejemplo: Las tintas ecológicas de impresión, primero los consumidores tendrán que conocer acerca del concepto y beneficios que brindan las tintas ecológicas, antes de tomar en cuenta que marcas existen.

2.-También se la utiliza en asociaciones en productos que ya llevan un ciclo largo de vida, buscando sostener la demanda del producto de su industria.

Publicidad Demanda Selectiva

Este tipo de publicidad es competitiva ya que busca ser el mejor en el mercado ante muchas otras marcas tanto directas como indirectas, se la utiliza cuando ya el producto se encuentra posicionado en el mercado por lo cual causa competencia en otras marcas.

Lo que se anuncia, un producto o una institución

La publicidad selectiva se clasifica en las siguientes:

- Publicidad de Productos
- Publicidad Institucional

Publicidad de Productos

La publicidad de productos se divide en:

La publicidad de Acción Directa

Esta publicidad busca una respuesta rápida, es decir es una publicidad a corto plazo, con cupones, ofertas en supermercados, o inclusive ponen el número de teléfono a lado de la promoción para que los consumidores llamen enseguida.

La publicidad de Acción Indirecta

En este tipo de publicidad en cambio busca informar y recordar la marca a los consumidores, su demanda es para un período más extenso.

Publicidad Institucional

La publicidad Institucional busca publicitar la imagen de una empresa como tal, es decir en forma general no los productos que ofrece, de esta manera posicionar en el mercado la imagen de una compañía.

Publicidad Social

Según Kotler y Roberto, la publicidad social es “un esfuerzo organizado, dirigido por un grupo (el agente de cambio) que intenta persuadir a otros (los adoptantes objetivo) de que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, actitudes, prácticas y conductas”. (Kotler, P.; Roberto, E., 1992, 7).

De acuerdo a lo expuesto por Kotler y Roberto la publicidad social busca persuadir a su grupo objetivo a cambios en su actitud, los mismos que van relacionados a los valores que se le han inculcado desde un inicio a un ser humano.

5.01.05. Propaganda

Según el foro promonegocios.net en el artículo definición de propaganda publicado en Febrero 2006 *la propaganda es una importante herramienta de la promoción que sirve para dar a conocer, por una parte, doctrinas, ideas y puntos de vista; y por otra, información referente a una organización, sus productos, servicios y/o políticas. Todo ello, con la finalidad de atraer adeptos o compradores.*

De acuerdo con lo leído en el artículo anterior la propaganda es una herramienta clave de comunicación en la cual se puede dar a conocer información acerca de un producto la misma que logra atraer a muchos adeptos o compradores, tomando en cuenta que para que el mensaje de la propaganda tenga impacto en el medio es necesario que la misma sea creativa e innovadora.

Otro punto que vale extraer de este artículo es el siguiente: *la propaganda apela tanto al intelecto como a las emociones del público al que va dirigido para lograr sus objetivos.*

Se debe tomar muy en cuenta los parámetros a utilizar para la realización de una propaganda, el grupo objetivo al que va dirigido es una pieza clave, ya que de ello dependerá la capacidad de entendimiento del mensaje y las emociones que sientan. De esta manera se podrá obtener eficacia en el impacto del mensaje.

5.01.06. Tipos de Propagandas

De acuerdo con el blog de Lorena Fdez Blog en el artículo tipos de propagandas publicado el 25 de mayo del 2013 existen algunos tipos de propagandas en las cuales tenemos:

- Propaganda Religiosa
- Propaganda Política
- Propaganda Blanca
- Propaganda Negra

- Propaganda literaria
- Ratio Propaganda
- Senso Propaganda
- Propaganda de Integración
- Propaganda Bélica o de Guerra

Propaganda Religiosa

Este tipo de propaganda es una de las iniciadoras en lo que es propaganda, en sus inicios la propaganda utilizaba muchos mensajes religiosos.

Propaganda Política

La propaganda política se la utiliza más para campaña electorales y de esta manera conseguir votos.

Propaganda Blanca

Es un tipo de propaganda sana, trata de crear una opinión favorable de una organización.

Propaganda Negra

Se la utiliza de manera que distorsione el mensaje del enemigo, es decir cambia a su conveniencia el mensaje que el enemigo quiere brindar

Propaganda Literaria

Son propagandas para el lanzamiento de libros que buscan propagar algún tipo de mensaje.

Ratio Propaganda

Son propagandas que buscan lanzar mensajes con el fin de convencer con la razón.

Senso Propaganda

Este tipo de publicidad busca llegar a los sentimientos de las personas y de esta manera causar un tipo de efecto en sus emociones

Propaganda de Integración

Se utilizan para mandar mensajes a masas utilizando frases las cuales que su característica principal es que solo con escucharlas saben de que están hablando.

Propaganda Bélica o de Guerra

Son propagandas dirigidas más a las fuerzas de combate, de esta manera propagar más confianza entre la tripulación que conforman.

5.01.07. Creatividad

Según la página web psicología-positiva.com en el artículo creatividad dice que *La creatividad es la capacidad de crear, de producir cosas nuevas y valiosas, es la*

capacidad de un cerebro para llegar a conclusiones nuevas y resolver problemas en una forma original La actividad creativa debe ser intencionada y apuntar a un objetivo.

De acuerdo con lo citado se puede deducir que la creatividad es la capacidad que tienen las personas de crear, producir cosas innovadoras, las mismas que tienen como base lograr un objetivo resolviendo problemas de una manera original.

En el mismo artículo se puede citar lo siguiente: *Todos nacemos con una capacidad creativa que luego puede ser estimulada o no. Como todas las capacidades humanas, la creatividad puede ser desarrollada y mejorada. Así, existen muchas técnicas para aumentar y desarrollar la capacidad creativa. Una de las más interesantes es la conocida como mapas mentales.*

La creatividad es una capacidad que todos tenemos pero es posible que en algunas personas está sea más estimulada, de esta manera existen muchas técnicas de estimularlas como los mapas mentales, lluvias de ideas, insight, etc.

5.01.08. Mapas Mentales

Es una técnica creada por Tony Buzan, investigador en el campo de la inteligencia y presidente de la Brain Foundation. Un Mapa Mental es una representación gráfica

Combina las palabras clave con dibujos y colores y establece conexiones entre aquellas.

La importancia de los mapas mentales radica en que son una expresión de una forma de pensamiento: el pensamiento irradiante. Es una técnica gráfica que permite acceder al potencial del cerebro y tiene usos múltiples.

Los mapas mentales son una herramienta muy buena para la creatividad ya que busca darle relación a las cosas con dibujos, colores, de esta manera se puede formar ideas con mayor facilidad.

5.01.09. Btl

Según el blogblackbox, en el artículo ¿Qué es el marketing btl?, publicado 25 de Julio del 2012 dice que:

Las siglas BTL; Below The Line / Por debajo de la línea. Se refiere a estrategias de comunicación con 2 características fundamentales:

- *Contacto directo con el público, no masivo*
- *Mensaje para un público específico*

Actualmente en Ecuador, el recurso de BTL más utilizado, es la implementación de stands de exhibición y mujeres modelos que presenten el producto o entreguen información y muestras al público de peatones.

De acuerdo a lo extraído se puede decir que un btl es un diseño creativo con poco recurso económico, pero que busca llegar a su grupo objetivo de manera que llame la atención y les impulse a ir al producto.

En el Ecuador se ha implementado stands de exhibición, los mismos que se encuentran acompañados por mujeres modelos que impulsan el producto.

5.02. Descripción de la Herramienta

El proyecto que se va a realizar es una campaña publicitaria la cual busca detener el bullying en los adolescentes de la Unidad Educativa "Julio María Matovelle", para lograr el objetivo se realizarán piezas gráficas de información y persuasión las cuales serán dirigidas a nuestro grupo objetivo los mismos que son los adolescentes de 12 a 15 años de la Unidad Educativa.

En las piezas gráficas a realizarse se nombran las siguientes:

- **Tríptico:** El tríptico se lo utilizará para informar a los adolescentes, padres de familia y autoridades acerca de ¿Qué es? Y ¿Cómo? prevenir el bullying.
- **Btl:** El btl se lo utilizará para ayudar la interrelación personal y fomentar el conocimiento acerca del bullying, como apoyo al btl se repartirán pulseras a los adolescentes de la Unidad Educativa, las mismas que tendrán colores juveniles y un mensaje contra el bullying.
- **Afiches:** Los afiches se los utilizará como piezas de persuasión a nuestro grupo objetivo, buscando concientizar en ellos valores de respeto y confianza.
- **Roll up:** El roll up se lo utilizará como pieza de posicionamiento de la campaña.

En la campaña se realizará:

- **Charlas:** Se realizarán charlas acerca del bullying y la manera de cómo prevenirlo serán dirigidas para: alumnos, padres de familia y autoridades, se utilizarán los trípticos para brindar información.
- **Encuentros de Recreación:** Se realizarán encuentros de recreación tanto entre alumnos como entre padres y alumnos para de esta manera fomentar confianza y respeto entre ellos, en estos encuentros se utilizará el btl y el apoyo de esté las mismas que son las pulseras.

5.03. Formulación del proceso de aplicación

5.03.01. Brief Publicitario

Las expectativas de los miembros de la Institución Educativa “Julio María Matovelle” son muchas, pues en estos años de labor hemos visto necesario innovar integralmente la planificación estratégica. Los retos que se presentan en la actualidad nos exige ser una Institución competitiva y con metas para un futuro con más requerimientos ya que así lo exige la sociedad en este tercer milenio.

Para lograrlo es necesario mantener una organización y planificación de estrategias acorde a la realidad de nuestra institución, también se requiere de un proceso técnico-pedagógico y administrativo, el mismo que permita rectificar las actividades y estrategias sobre la marcha del proceso.

La campaña publicitaria será dirigida adolescentes de género femenino y masculino entre las edades de 12 a 15 años de la Unidad Educativa “Julio María Matovelle”, la cual se encuentra ubicada al norte del Distrito Metropolitano de Quito, en la parroquia Cofavi, en el sector de la Rumiñahui.

La Unidad Educativa está conformada por religiosas Oblatas, las familias que conforman la Unidad Educativa son de estrato socio – económico medio, medio alto, la ocupación de los adolescentes es de estudiantes.

Misión

La Unidad Educativa “Julio María Matovelle” somos una Comunidad Educativa Oblata que evangelizamos y educamos a la niñez y juventud de todos los sectores, con calidad y calidez. Desarrollamos sus capacidades y potenciamos, sus habilidades, en base a la Filosofía Matovellana, con docentes comprometidos en la formación integral del ser humano e impulsores del cambio social, aplicando metodologías innovadoras con carisma Oblativo.

Visión

Nos proyectamos para el año 2018 ser una Comunidad Educadora y Formadora de la niñez y juventud con capacidad de liderazgo, pensamiento reflexivo y creativo, dispuesto al trabajo autónomo y cooperativo, impulsando altos estándares de calidad, fundamentados en el evangelio, que respondan en forma competente a los desafíos del mundo actual.

DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA “JULIO MARÍA MATOVELLE” DE LA CIUDAD DE QUITO

5.03.02. Problemas Comunicacionales

Información: No existen medios de información acerca del bullying y de su prevención, los adolescentes tienen muy poca información acerca de este fenómeno.

Persuasión: No existen medios de persuasión acerca de la prevención del bullying.

Mantenimiento: No existen medios de mantenimiento acerca de la prevención del bullying.

Posicionamiento: No existen medios de posicionamiento acerca de la prevención del bullying.

5.03.03. Objetivos Comunicacionales

Información: Realizar trípticos que brinden información acerca del de las distintas maneras de detectar el bullying y su prevención.

Persuasión: Realizar afiches para persuadir con el mensaje de la campaña al grupo objetivo.

Mantenimiento: Realizar btls que ayude a mantener al grupo objetivo en el mensaje que la campaña busca lograr incentivar, como auxiliar de los btls serán las pulseras que se regalarán a los estudiantes.

Posicionamiento: Realizar un roll up que ayude en el posicionamiento de la campaña, el mismo que se lo utilizará en las charlas contra el bullying.

5.03.04. Estrategia Creativa

Beneficios Racionales y Emocionales

Racionales

- Conocimiento
- Interrelación
- Autoestima
- Amistad
- Optimismo

Emocionales

- Seguridad
- Confianza
- Conciencia
- Humildad
- Respeto
- Alegría
- Tranquilidad

Mensaje Básico

Detén el bullying, no más maltrato escolar

Eje de Campaña

Bullying, un arma sin límite de destrucción

Tono

Indiferente

Estilo

Juvenil

Reason Why?

La campaña publicitaria tiene como fin recuperar los valores de respeto y confianza entre los adolescentes como la relación que tienen ellos con sus adultos, los mismos que son los padres de familia, profesores y autoridades.

Se busca recuperar la autoestima en los adolescentes que son víctimas de bullying escolar y lograr terminar con este mal que en los peores de los casos puede acabar con muchas vidas.

5.03.05. Plan y Estrategia de Medios

Medios Principales

Como medios principales serán el tríptico y el afiche, ya que estos son medios que ayudará a informar y persuadir a nuestro grupo objetivo.

Medios Secundarios

En medio secundario será el roll up el cual tiene como objetivo posicionar a la campaña en el grupo objetivo.

Medios Auxiliares

Como medio auxiliar será el btl, el mismo que se utilizará para el mantenimiento de la campaña con material auxiliar las mismo que serán pulseras que se repartirán a los alumnos.

5.03.06. Presupuestos de Producción

Medios Principales: Tríptico y Afiche

Tríptico y Afiche

Pieza Gráfica	Cantidad	Diseño	Placa CTP	V.Unitario por Producción	Total
Tríptico	1000	\$ 30	\$ 64	\$ 1,20	\$ 1.294,00
Afiche	30	\$ 25	No se utilizará	\$ 0,60	\$43.00
				V. Total	\$1337.00

Tabla 33
PRESUPUESTOS
AUTOR:
JEANNETH
TRUJILLO

Medios Secundarios: Roll up

Roll up

Pieza Gráfica	Cantidad	Diseño	V. Unitario por Producción	Total
Roll up	10	\$ 30	\$ 45,00	\$ 480,00
			V. Total	\$ 480

Tabla 34
PRESUPUESTOS
AUTOR:
JEANNETH
TRUJILLO

Medios Auxiliares: Btl y pulseras de apoyo

Pieza Gráfica	Cantidad	Diseño	V. Unitario por Producción	Total
Btl	6	\$ 25	\$ 15,00	\$ 115,00
Pulseras	1000	\$ 15	\$ 0,30	\$ 315
			V. Total	\$ 430

Tabla 35
PRESUPUESTOS
AUTOR:
JEANNETH
TRUJILLO

5.03.07. Flow Chart

MEDIOS	INVERSIÓN	PORCENTAJE
M. Principales	\$1337.00	59,50%
M. Saecundarios	\$ 480	21,36%
M. Auxiliares	\$ 430	19,13%
TOTAL	\$ 2.247	100%

**V. Total de la
Campaña** **\$ 2.471,70**

Tabla 36 PRESUPUESTOS

AUTOR JEANNETH TRUJILLO

CAPITULO VI

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.01. Recursos

Para la realización del proyecto se utilizó los siguientes recursos

6.01.01. Tecnológicos: Computadora, Cámara Fotográfica y Máquinas de Impresión (Plotter, Offset y Digital)

6.01.02. Económicos: Pago de los servicios básicos, producción de las piezas gráficas, pagos de charlas y eventos de recreación propuestos en la campaña.

6.01.03. Ambiental: Para la realización de los bocetos se utilizó papel reciclado causando menos daño al ambiente, la producción de las piezas gráficas se la realizará con tintas ecológicas.

6.02. Presupuesto

Para el diseño de la campaña se ha realizado un gasto de \$200 dólares en los cuales incluyen los valores de las piezas gráfica, presentación del proyecto con acabados de empastado.

6.03. Cronograma

CRONOGRAMA

Mes	Semana1	Semana2	Semana3	Semana4	Semana5
Junio				1 capítulo	
Julio			2 capítulo		
Agosto			3 capítulo		4 capítulo
Septiembre				5 capítulo	
Octubre	6 y 7 capítulo	Correcciones del Capítulo	Entrega de 2 empastados y 1 anillado		

Tabla 37.
PRESUPUESTOS
AUTOR:
JEANNETH
TRUJILLO

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01. Conclusiones

- Luego de haber analizado e investigado acerca del bullying se puede verificar que la información obtenida es verídica y brindará un buen conocimiento a los adolescentes de la Unidad Educativa “Julio María Matovelle”.
- La Campaña Publicitaria concientizará a los adolescentes de la Unidad Educativa “Julio María Matovelle” en el respeto que debe existir entre compañeros creando lazos de confianza entre ellos.
- Con la Campaña Publicitaria se disminuirá los casos de bullying que existe en la Unidad Educativa “Julio María Matovelle”.

7.02. Recomendaciones

- Realizar más Campañas Publicitarias que fomenten valores en los adolescentes de la Unidad Educativa “Julio María Matovelle”
- Realizar eventos de integración entre alumnos creando unidad y amistad entre ellos.
- Buscar más medios que ayuden a propagar información acerca del bullying y las maneras de prevenirlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Webgrafía

- <http://lasallebga.edu.co/sgc/sc/bienestar/bullying.pdf>
- <http://www.teleamazonas.com/index.php/actualidad/sociedad/23693-reina-de-quito-impulsa-una-campana-contra-el-bullying>
- http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf
- "http://definicion.de/disenio/" \ "ixzz2ediFcQQH" Definición de diseño - Qué es, Significado y Concepto
- "http://www.fotonostra.com/grafico/" <http://www.fotonostra.com/grafico/>
- "http://amygomezsantos.blogspot.com/" <http://amygomezsantos.blogspot.com/>
- "http://disenografico-spain.blogspot.com/2011/09/tipos-de-disenos-graficos.html"
- "http://amygomezsantos.blogspot.com/" <http://amygomezsantos.blogspot.com/>
- "http://www.uvmnet.edu/arte/" \ ".UjEo39JHKso"
<http://www.uvmnet.edu/arte/#.UjEo39JHKso>
- <http://lapublicidad.web44.net/4.html>
- <http://www.fotonostra.com/grafico/>
- "http://definicion.de/propaganda/"
- <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/propaganda-definicion.html>
- <http://lorenafdezblog.wordpress.com/2013/05/25/tipos-de-propaganda/>
- <http://blogs.comunicacio.blanquerna.url.edu/recerca/grecp/wp-content/uploads/2011/07/ArtpubocialDEF.pdf>
- <http://www.psicologia-positiva.com/creatividad.html>
- <http://reflexionesdeunpublicista.blogspot.com/2012/02/los-beneficios-de-la-publicidad-para.html>
- <http://publiworld.buscamix.com/web/content/view/13/78/>
- <http://www.gestioncreativa.net/imsky/servicios/btl.html>
- <http://blog.blackbox.ec/2012/07/marketing-btl-estrategias-alternativas.html>
- <http://blogs.comunicacio.blanquerna.url.edu/recerca/grecp/wp-content/uploads/2011/07/ArtpubocialDEF.pdf>
- <http://blog.blackbox.ec/2012/07/marketing-btl-estrategias-alternativas.html>

Libros

- Armstrong Gary Kotler, Philip Prentice Hall 27-07-2010 Marketing de Kotler.
- Luis Bassat publicado 1994 Libro Rojo de la Publicidad.
- Álvarez Ruiz 2013 Publicidad Social.
- Dornan Michael 2006 Publicidad de Guerrilla.
- Cappel, Joe, Interamericana de México El fin de la Publicidad como la conocemos.
- Edward Bernays. Editorial Melusina 2008 Propaganda.
- José Antonio Marina, Ariel 2013 El aprendizaje de la Creatividad.
- David Bohm. Koniro 2002 Sobre la Creatividad.
- Michael Michaelko Los secretos de los genios de la creatividad.
- José Antonio Marino. Ariel 2013 La Creatividad Literaria.

ANEXOS



ROLL UP



AFICHES





TRÍPTICO



BTL

Los btl son para los encuentros que se realizarán entre los alumnos con los padres y entre alumnos

se mostraran frases contra el bullying antes y luego tienen que formar todas las frases que puedan en un limite de tiempo y ganan puntos par su equipo



si la flecha acierta en un valor gana puntos para su equipo, si da en antivalor tiene penitencia

El btl del celular utilizaría la técnica de transformación su componente sería la proximidad

El btl círculo de dardos utilizaría la técnica de instalación su componente sería la proximidad

AUXILIAR DEL BTL



DISEÑO PUBLICITARIO ENFOCADO A PREVENIR EL BULLYING EN LOS ESTUDIANTES ADOLESCENTES EN LA UNIDAD EDUCATIVA "JULIO MARÍA MATOVELLE" DE LA CIUDAD DE QUITO