



## CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DISEÑO Y ELABORACION DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCION QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO JUAN SÚAREZ CHACÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Proyecto de trabajo de graduación que se presenta como requisito para optar por el  
título de Tecnólogo en Diseño Gráfico.

Autor: Santiago Castillo

Tutor: Ing. Paola Martínez

*Quito, 24 de mayo de 2016*

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Castillo Briceño Santiago Alejandro, declaro que soy el único autor del proyecto de tesis titulado:” Diseño y elaboración de una campaña publicitaria para comunicar e informar el problema de la drogadicción que afecta a la juventud en la actualidad, dirigido a los estudiantes del colegio “Juan Suárez Chacón” ubicada en el sector norte de Quito en la parroquia de Calderón” y autorizo al Instituto Tecnológico Superior Cordillera” para que hagan el uso que estimen pertinente con el proyecto de tesis.

Para que así conste firmo la presente a los 24 días del mes de Mayo del 2016.

---

Santiago Castillo

**C.C.:** 172565932-8

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## **CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL**

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Diseño Gráfico que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo DISEÑO GRÁFICO, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “DISEÑO Y ELABORACION DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCION QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO JUAN SÚAREZ CHACÓN UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN”, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la Campaña Publicitaria para comunicar e informar el problema de la drogadicción que afecta a la juventud en la actualidad, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

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

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de

arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 25 días del mes de Mayo del dos mil dieciséis.

---

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

**C.I. N° 172565932-8**

Instituto Superior Tecnológico  
"Cordillera"

**CEDENTE**

**CESIONARIO**

---

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## **AGRADECIMIENTO**

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

## DEDICATORIA

A dios por darme su protección en todo momento a lo largo de mi vida, a mis padres por brindarme su apoyo incondicional, por ser mis guías a lo largo de mi profesión, a mis profesores por impartir sus conocimientos e inculcarnos un camino de bien para ser grandes profesionales, y a mis amigos por ser un pilar muy importante en mi profesionalización.

## ÍNDICE GENERAL

Declaración de Autoría del Estudiante.....	ii
Contrato de Cesión sobre Derechos Propiedad Intelectual.....	iii
Agradecimientos.....	vii
Dedicatoria.....	viii
Índice General.....	ix
Índice Tablas.....	xiii
Índice Figuras.....	xv
Índice Gráficos.....	xvi
Índice Imágenes.....	xvii
Resumen Ejecutivo.....	xviii
Abstract.....	xix
Introducción.....	xx

## CAPÍTULO I

### El Problema

1.1 Antecedentes.....	22
1.2 Contexto.....	22
1.3 Justificación.....	25

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

1.4 Definición del problema Central (Matriz tema.....	26
---	----

## **CAPÍTULO II**

### **Análisis de involucrados**

2.Análisis de involucrados.....	27
2.02 Mapeo de involucrados.....	27
2.03 Matriz de análisis de Involucrados.....	28

## **CAPÍTULO III**

### **Problemas y objetivos**

3.01 Problemas y Objetivos.....	30
3.02 Árbol de Problemas.....	30
3.03 Árbol de Objetivos.....	31

## **CAPÍTULO IV**

### **Matriz de análisis**

4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	32
4.01.01 Tamaño del Proyecto (Tamaño de la Muestra).....	33
4.01.02 Localización del proyecto.....	34
4.01.03 Análisis Ambiental.....	35
4.02 Matriz de Análisis de Impacto de los Objetivos.....	35
4.03 Diagrama de Estrategias.....	37
4.04 Construcción de la matriz del marco lógico.....	38
4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores.....	38
4.04.02 Selección de indicadores.....	42

4.04.03 Medios de verificación.....	45
4.04.04 Supuestos.....	48
4.04.05 Matriz de Marco Lógico .....	51

## **CAPÍTULO V**

### **La Propuesta**

5.01.- Antecedente de la herramienta del perfil de la propuesta.....	54
5.01.01 Campaña Publicitaria 360.....	54
5.01.02 Publicidad.....	55
5.01.03 Tipos de Publicidad (Publicidad Social).....	56
5.01.04 Difusión.....	57
5.01.05 Herramientas.....	58
5.02 Descripción de la Herramienta.....	58
5.02.01 Encuesta.....	59
5.02.02 Tabulación.....	61
5.03 Formulación del Proceso de Aplicación .....	72
5.03.01 Brief Publicitario.....	72
5.03.02 Objetivo.....	73
5.03.03 Grupo Objetivo.....	74
5.03.04 Problemas Comunicacionales.....	74
5.03.05 Estrategias Comunicacionales.....	74

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

5.03.06 Estrategia Creativa.....	75
5.03.07 Reason Why.....	75
5.03.08 Diseño de Piezas Graficas.....	76
5.03.09 A.I.D.A.....	83
5.03.10 Plan de Medios.....	84

## **CAPÍTULO VI**

### **Aspectos Administrativos**

6.01 Recursos.....	88
6.02 Presupuesto.....	88
6.03 Cronograma.....	90

## **CAPÍTULO VII**

7.01.-Conclusiones.....	94
7.02. Recomendaciones.....	95

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1: Análisis de Fuerzas T .....	26
Tabla N° 2: Análisis de Involucrados.....	28
Tabla N° 3: Matriz de Análisis de Impactos de Objetivos.....	35
Tabla N° 4: Revisión de los Criterios para los Indicadores.....	38
Tabla N° 5: Selección de Indicadores.....	42
Tabla N° 6: Medios de Verificación.....	45
Tabla N° 7: Supuestos.....	48
Tabla N° 8: Matriz de Marco Lógico.....	51
Tabla N° 9: Conocimiento de los Encuestados sobre una Campaña Publicitaria .....	61
Tabla N° 10: Beneficios de una Campaña Publicitaria Social.....	62
Tabla N° 11 Conocimiento de los tipos de Publicidad Social.....	63
Tabla N° 12: Observación o Conocimientos de una Publicidad Social .....	65
Tabla N° 13: Factibilidad de la Comunicación en una Publicidad Social.....	66
Tabla N° 14: Cambios Positivos en una Exposición de una Campaña Publicitaria .....	67
Tabla N° 15: Función que desempeña una Campaña Publicitaria Social .....	68

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Tabla N° 16: Factibilidad de aplicar material gráfico en una Campaña Publicitaria .....	69
Tabla N° 17: Nivel de Impacto de una Campaña Publicitaria Social.....	70
Tabla N° 18: Interacción de una Campaña Publicitaria Social.....	71
Tabla N° 19: Pautaje Roll Up.....	85
Tabla N°20 : Costo Medio Auxiliar .....	86
Tabla N° 21: Costo Total de Producción.....	86
Tabla N° 22: Flow Chart.....	87
Tabla N° 23 : Detalle de Gastos durante el Proyecto.....	88
Tabla N° 24 : Gastos del Proyecto.....	89
Tabla N° 25 : Cronograma de Actividad del Proyecto.....	90

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Mapeo de Involucrados .....	27
Figura N° 2: Árbol de Problemas.....	30
Figura N° 3: Árbol de Objetivos.....	31
Figura N° 4: Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones.....	32
Figura N° 5: Diagrama de Estrategias.....	37

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Conocimiento de los Encuestados sobre una Campaña Publicitaria.....	61
Gráfico N° 2: Beneficios de una Campaña Publicitaria Social.....	62
Gráfico N° 3: Conocimiento de los tipos de Publicidad Social.....	64
Gráfico N° 4: Observación o Conocimientos de una Publicidad Social.....	65
Gráfico N° 5: Factibilidad de la Comunicación en una Publicidad Social.....	66
Gráfico N° 6: Cambios Positivos en una Exposición de una Campaña Publicitaria....	67
Gráfico N° 7: Función que desempeña una Campaña Publicitaria Social.....	68
Gráfico N° 8: Factibilidad de aplicar material gráfico en una Campaña Publicitaria...	69
Gráfico N° 9: Nivel de Impacto de una Campaña Publicitaria Social.....	70
Gráfico N° 10: Interacción de una Campaña Publicitaria Social.....	72

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen N° 1: Tamaño de la Muestra .....	34
Imagen N° 2: Localización del Proyecto.....	34
Imagen N° 3: Logotipo.....	76
Imagen N° 4: Afiche.....	77
Imagen N° 5: Propuesta Roll Up.....	78
Imagen N° 6: Propuesta Hoja Volante.....	79
Imagen N° 7: Material P.O.P Camiseta.....	80
Imagen N° 8: Material P.O.P Jarro.....	81
Imagen N° 9: Material P.O.P Gorra.....	82
Imagen N° 10: Captura Facebook (Fan Page).....	82

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Imagen N° 11: Captura Twitter.....	83
------------------------------------	----

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo consiste en el Diseño y Elaboración de una Campaña Publicitaria para comunicar e informar el problema de la drogadicción que afecta a la juventud en la actualidad, dirigido a los estudiantes del colegio “Juan Suárez Chacón” ubicada en el sector norte de Quito en la parroquia de Calderón, a partir de la cual se realizó un análisis acerca de este problema social que afecta a la sociedad principalmente a los jóvenes.

De esta manera la investigación documental incluye un antecedente en el que se observa el contexto, la justificación, y la definición del problema central, así como un mapa de involucrados donde se analizara a cada uno de los participantes en el proyecto.

La metodología que se empleó para llevar a cabo la investigación fue el análisis de contenido, para medir la frecuencia de la problemática en la Institución.

Se analizó una muestra específica de alumnos dentro de la Institución, con el fin de aplicar las soluciones pertinentes para darle una solución al problema ya sea aplicando material gráfico, visual, o auditivo, dependiendo mucho del estudio realizado.

Los resultados de los análisis permitirán aplicar el material impreso adecuado con el fin de llevar el mensaje al grupo objetivo, con el propósito de comunicarlos e informarlos sobre la problemática.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SUÁREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## ABSTRACT

This work involves the design and development of an advertising campaign to communicate and inform the drug problem affecting youth today, aimed at college students “Juan Suarez Chacon” located in the northern sector of Quito in Calderon parish, from which an analysis of this social problem that affects mainly young society was held.

This way the documentary research includes a history in which the observed context, justification, and the definition of core problem and a map of where it is involved analyze each of the participants in the project.

The methodology used to conduct the research was content analysis, to measure the frequency of the problems in the institution.

a specific sample of students within the institution, in order to implement relevant solutions to give a solution to the problem either by applying graphic, visual, or auditory material, depending on the study conducted much analyzed.

The results of the analyzes will apply the appropriate printed material in order to bring the message to the target group in order to communicate and inform them about the problem.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto se trata de la falta de información respecto a la problemática de la drogadicción , en el Colegio “Juan Suarez Chacón” dirigidas a sus alumnos, por lo que se procede a realizar una Campaña Publicitaria con el fin de comunicar sobre el problema que causa las drogas, y recomendar a los alumnos alejarse de las mismas.

¿Por qué se realizar una Campaña Publicitaria para este tipo de problema? Se la diseña y elabora por el nivel de impacto que se obtiene al presentar un mensaje, ya que se aplica una variedad de medios de comunicación que puedes ser impresos , visuales , y auditivos.

Los estudiantes además de recibir una educación de calidad por parte de los docentes, deberían recibir información y prevención de varios problemas de índole social, económico, o familiar que afecta a la juventud en la actualidad, con el fin de mantenerlos prevenidos sobre las causas y efectos que producen el consumo de sustancias como son las drogas.

El proyecto tiene el propósito de informar más claramente este problema social a los alumnos, empleando material gráfico con el propósito de causar un impacto positivo en la Campaña Publicitaria mostrada.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

La exposición de artes se llevara a cabo previa realización de la estrategia creativa empleada para esta campaña publicitaria.

Mediante la búsqueda de tesis referente al tema, se pudo observar en ambas que la aplicación de una Campaña Publicitaria Social es factible, ya que comunica un mensaje de una manera única y precisa valiéndose de varios medios de comunicación.

El proyecto tiene el siguiente objetivo:

### **Objetivo General**

Informar y Comunicar el problema de la drogadicción y cómo afecta en la actualidad a la juventud.

### **Objetivos Específico**

Reducir el índice de alumnos consumidores de drogas

Brindar un mejor ambiente laboral para los profesores y educativo para los alumnos.

Aumentar el promedio de alumnos sanos dentro de la institución y alejados de las drogas

## CAPÍTULO I

### Antecedentes

#### 1.01 Contexto.

El proyecto tiene origen en el norte de Quito en la Institución Educativa Fiscal “Juan Suarez Chacón” limitada por las calles Pascual Aguirre al norte y Daniel Puebla al sur perteneciente al sector de San Juan de Calderón en la parroquia de Calderón, en la Urbanización Juan Bautista.

La infraestructura de la institución se encuentra en un estado favorable para su funcionamiento, ya que cuenta con instalaciones, equipo, recursos, espacios recreativos necesarios para la enseñanza y el entretenimiento de los estudiantes.

El nivel de enseñanza impartido por cada uno de sus docentes es de una calidad media favorable para cada uno de sus alumnos, los docentes son capacitados en cada uno de sus áreas para brindan todos sus conocimiento tanto en el nivel educativo con en el nivel social y moral del alumnado de la institución.

La institución está ubicada en un área muy poco poblada (rural), y la mayoría de los alumnos vienen de las zonas aledañas a la institución a recibir una educación favorable para cada uno de ellos.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Los estudiantes de la institución educativa son aledaños al establecimiento educativo, aunque muchos de ellos vienen de diferentes partes del norte de Quito como es:

Carapungo, Calderón.

Los estudiantes prefieren mucho esta institución educativa por su considerado valor en las matriculas que favorece el ingreso a la misma por parte de los estudiante por la cercanía a sus hogares y por la calidad de enseñanza impartida por los docentes de la institución.

## 1.02 Justificación

En el libro Mi hijo, las drogas y yo el autor dice que:

Las drogas, en la actualidad, son una de las mayores preocupaciones sociales; tanto para padres como para educadores es un tema que nos desborda y no sabemos cómo palearlo o, lo que es más importante aún, como prevenirlo. Todas las aportaciones en esta dirección son bienvenidas, ya que protegen a los jóvenes de hoy que serán los adultos del mañana (José A. García-Rodríguez, José Antonio García del Castillo, 2000, p.16)

Como se menciona en el fragmento del libro anterior, las drogas es una sustancia que afecta a la juventud, no distingue clase social, mucho menos nivel socioeconómico puede darse ya que el individuo se encuentra involucrado en varios problemas sociales, familiares, que lo lleva a consumir estas sustancias, sin razonar las consecuencias de su consumo, ni el daño que le se hace así mismo ni a su familia.

Los estudiantes además de recibir una educación de calidad por parte de los docentes, deberían recibir información y prevención de varios problemas de índole

social, económico, o familiar que afecta a la juventud en la actualidad, con el fin de mantenerlos prevenidos sobre las causas y efectos que producen el consumo de sustancias como son las drogas.

La institución ubicada en la parroquia de Calderón en un área rural es más susceptible a estar involucrada en este tipo de problemas con sus estudiantes ya que al estar alejada de una autoridad que se mantenga al día en la prevención e incautación de este tipo de sustancias dentro y fuera de la institución, y al no haberlas hace más fácil la distribución de la misma.

La problemática se debe a las campañas limitadas o nulas en muchos casos por parte de las instituciones encargadas de informar y comunicar a los jóvenes la causa y efecto que produce el consumo de drogas, y como esto puede afectar su vida académica, social y familiar.

Mediante la elaboración de una campaña publicitaria informativa se espera informar, disminuir, y prevenir el índice de jóvenes consumidores de drogas creando conciencia, comunicando las causas y efectos de consumir drogas y esperar resultados a corto o mediano plazo.

Al elaborar esta campaña se espera tener un gran impacto favorable para los alumnos de la institución, mediante la elaboración de material tangible, visual y de fácil comprensión para el alumnado.

Con el presente proyecto aportamos al Plan Nacional Del Buen Vivir en su:

### Objetivo 3:

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, 2017, p.135)

La institución al estar ubicada en un área rural es más susceptible a estar involucrada en este tipo de problemas con los estudiantes ya que al estar alejada de una autoridad que se mantenga al día en la prevención e incautación de este tipo de sustancias dentro y fuera de la institución, y al no haberlas hace más fácil la distribución de la misma (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, 2017, p.137)

El artículo 358 establece el Sistema Nacional de Salud para “el desarrollo, protección y recuperación de capacidades y potencialidades bajo los principios de bioética, suficiencia e interculturalidad, con enfoque de género y generacional”, incluyendo los servicios de promoción, prevención y atención integral (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013, 2017, p.137)

De esta manera aportamos al Plan Nacional del Buen Vivir, diseñando una campaña publicitaria informativa, con el propósito de mejorar la calidad de la vida de los estudiantes de la institución y los habitantes de la parroquia.

### 1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)

*Tabla 1*

*Análisis de Fuerzas T*

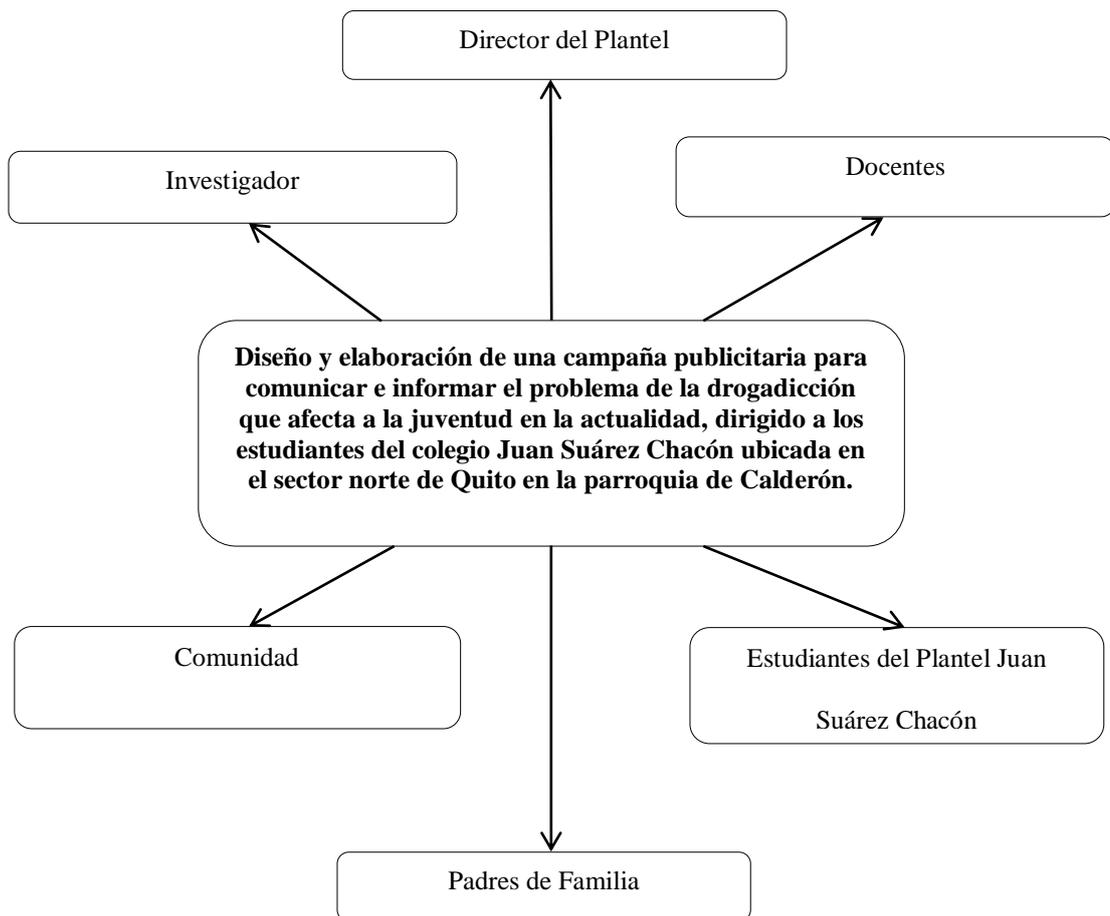
Análisis de las fuerzas T					
Situación Empeorada	Situación Actual				Situación mejorada
Altos índices de drogadicción en la institución.	Poca información respecto al tema.				Estudiantes activos libres del consumo de drogas
Fuerza impulsadora	I	PC	I	PC	Fuerza bloqueadora
Difundir información de fuentes confiables	4	5	3	2	Poco acceso de la información, por parte del alumnado en la institución
Implementar material informativo	4	5	3	4	Costo excesivo en el material empleado en la campaña
Creación de campañas informativas.	4	5	3	4	Campañas deficientes
Prevenir la drogadicción en los estudiantes mediante campañas informativas	3	4	2	3	Estudiantes desinteresados en la presentación de la campaña organizada
Capacitar a los habitantes de la parroquia de calderón las causas y efectos del consumo de drogas	3	4	2	3	Habitantes desinformados por parte de las autoridades encargadas
Resaltar los factores culturales y sociales que tiene la parroquia de calderón	3	4	2	3	Parroquia escasa de información, niega participación en el proyecto

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## CAPÍTULO II

### Análisis de Involucrados

#### 2.01. Mapeo de los Involucrados



*Figura 1.* Encontramos los principales involucrados que van a aportar en el desarrollo del proyecto de la tesis, organizados desde el que más aporta, hasta el que aporta de menos. En sentido horario, es decir por nuestra derecha.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## 2.02. Matriz de análisis de involucrados

Tabla 2

Análisis de involucrados

<b>Actores involucrados</b>	<b>Interés sobre el problema</b>	<b>Problemas Percibido</b>	<b>Recursos Mandatos Capacidades</b>	<b>Interés sobre el proyecto</b>	<b>Conflicto potencial</b>
<b>Investigador</b>	Diseñar medios informativos para dar a conocer el problema.	Falta de material informativo en la institución.	Informativo Humano Económico Tecnológico Técnico Intelectual Creativo	Informar y prevenir el consumo de drogas	Poco tiempo para elaborar la campaña
<b>Director de la institución</b>	Disminuir el nivel de drogadicción en la institución	Altos índices de drogadicción en los exteriores de la institución	Informativo Social	Mejorar la calidad de enseñanza impartido a los alumnos.	Aplicar normativas drásticas para el problema
<b>Docentes</b>	Informar a los alumnos el riesgo de consumir drogas,	Alumnos con bajo rendimiento académico.	Informativo Social	Mejoramiento del ambiente laboral.	Mal ambiente laboral.
<b>Estudiantes</b>	Mejor ambiente de estudio.	Problemas físicos y psicológicos con otros alumnos.	Humano Informativo	Buena relación entre los alumnos.	Bajo nivel académico en la institución.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

<b>Padres de familia</b>	Aconsejar a sus hijos el riesgo de consumir drogas.	Ausencia de sus hijos en los hogares.	Informativo Humanos Social	Mejor calidad de vida para sus hijos.	Prisión Vandalismo
<b>Comunidad</b>	Conseguir una mejor calidad de vida para sus habitantes	Calidad de vida baja en los habitantes de la comunidad.	Información Humanos Social	Bajo índice de drogadicción en la institución	Altos índices delictivos en la sociedad

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## CAPÍTULO III

### Problemas y Objetivos

#### 3.01. Árbol de Problemas

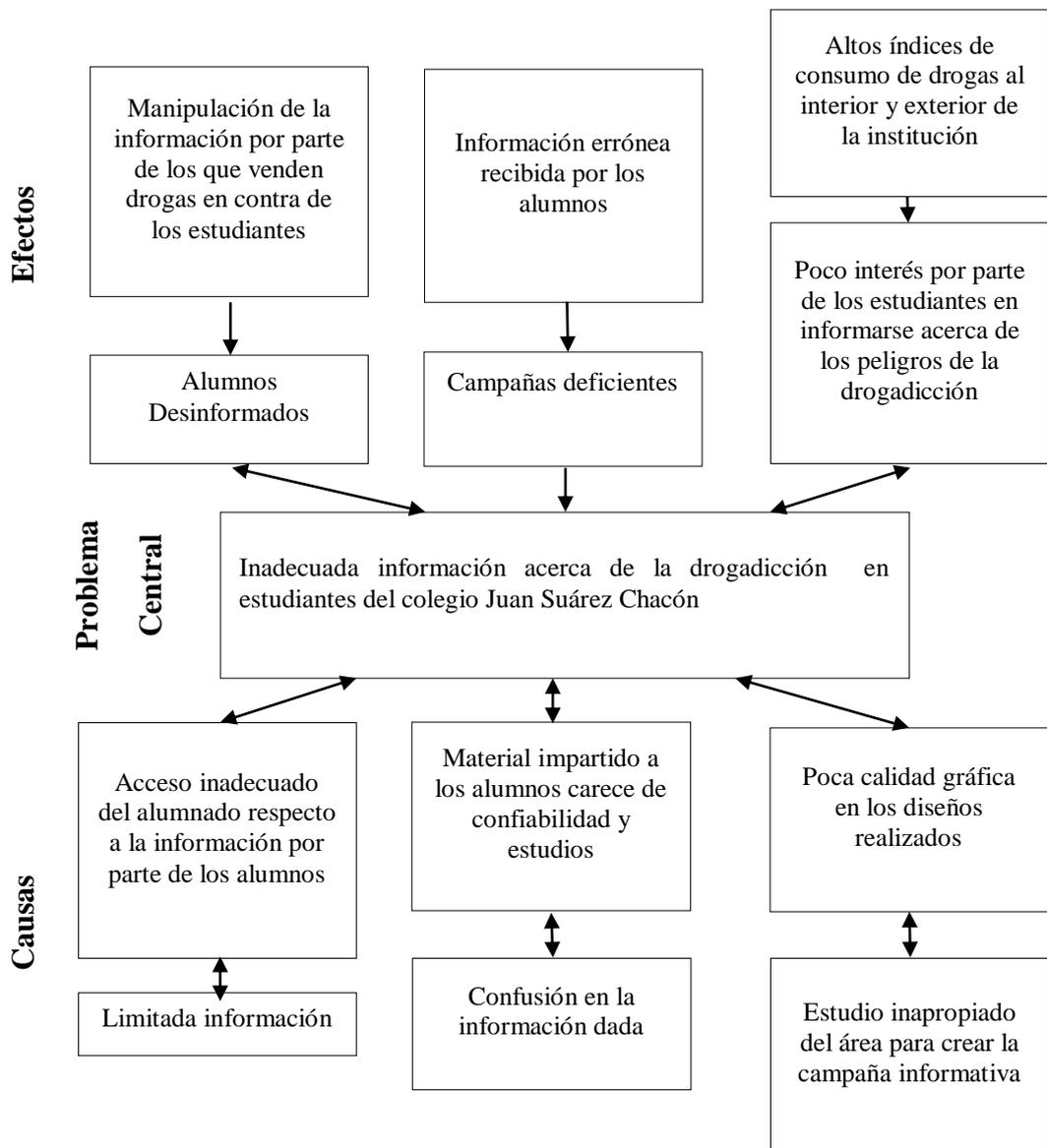


Figura 2 Árbol de Problemas

Elaborado por: Santiago Castillo

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 3.02 Árbol de Objetivos

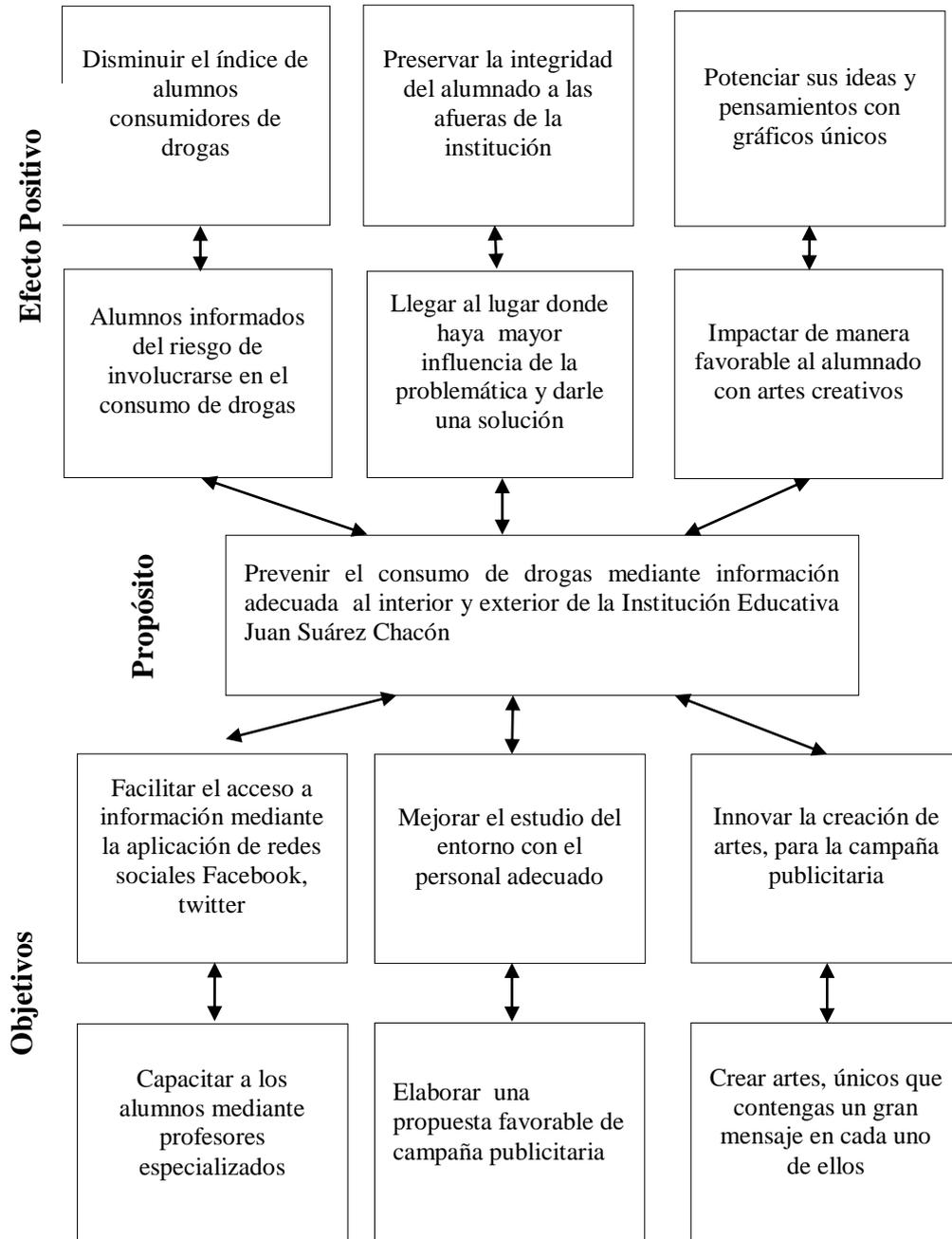


Figura 3 Árbol de Objetivos

Elaborado por: Santiago Castillo

## CAPÍTULO IV

### Análisis de Alternativas

#### 4.01 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

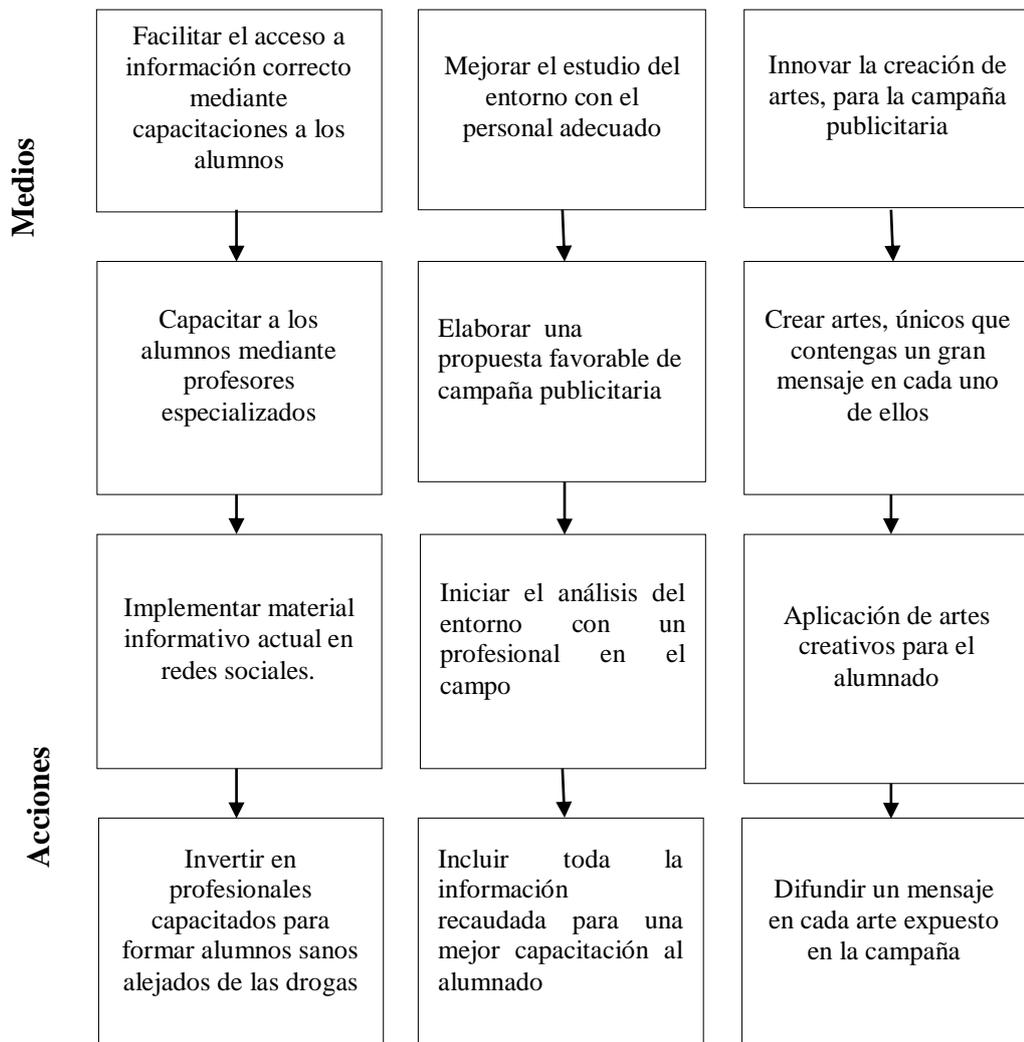


Figura 4 Matriz de Análisis de Alternativas e Identificación de Acciones

Elaborado por: Santiago Castillo



#### 4.01.01 Tamaño del proyecto (Tamaño de la muestra)

La población es un área rural en proceso de urbanización por la cual cuenta con una cantidad de habitantes mínima en el sector que rodea a la institución educativa en la cual se va a llevar a cabo el proyecto.

Grupo objetivo: niños y niñas de entre los 12 a 18 años de edad a quienes se va a dirigir el proyecto en la institución educativa "Juan Suarez Chacón".

Para el presente proyecto se recopila los siguientes datos

Datos

$n = 500$

$N = 1000$

$K = 95\%$

$E = 5\%$

$P = 0,5\%$

$Q = 0,5\%$

## Desarrollo

CALCULA EL TAMAÑO DE TU MUESTRA

Calcula tu muestra estadística y conoce el número de entrevistas que tienes que realizar

<div style="background-color: #34495e; color: white; padding: 2px; margin-bottom: 5px; text-align: center;">500</div> <p><b>TAMAÑO DEL UNIVERSO</b> Número de personas que componen la población a estudiar.</p>	<div style="background-color: #34495e; color: white; padding: 2px; margin-bottom: 5px; text-align: center;">5</div> <p><b>MARGEN DE ERROR</b> Menor margen de error requiere mayores muestras.</p>
<div style="background-color: #34495e; color: white; padding: 2px; margin-bottom: 5px; text-align: center;">50</div> <p><b>HETEROGENEIDAD %</b> Es la diversidad del universo. Lo habitual suele ser 50%.</p>	<div style="background-color: #34495e; color: white; padding: 2px; margin-bottom: 5px; text-align: center;">95</div> <p><b>NIVEL DE CONFIANZA</b> Cuanto mayor sea el nivel de confianza, mayor tendrá que ser la muestra. Lo habitual suele ser entre el 95% y el 99%.</p>

**CALCULAR**

EL TAMAÑO MUESTRAS RECOMENDADO ES

# 218

Imagen 1: Tamaño de la muestra

Fuente: netquest.com

### 4.01.02 Localización del Proyecto

San Juan de Calderón: Calle Pascual Aguirre, y Daniel Puebla.

Quito, Pichincha, (Parroquia de Calderón)



Imagen 2 Localización del Proyecto

Fuente: Google maps

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 4.01.03 Análisis Ambiental

Dentro de la carrera de Diseño Gráfico es común el desperdicio de materiales, al momento de la impresión, con lo que se puede deducir que en la carrera hay gastos excesivos de material que fácilmente pueden ser reciclados y utilizados nuevamente, en la aplicación de este proyecto se va a realizar prototipos o muestras del producto con lo que generaría un gasto o desperdicio mínimo.

### 4.02. Matriz de Análisis de Impactos de Objetivos

*Tabla 3: Matriz de Análisis de Impacto de Objetivos*

Objetivos	Impacto sobre el objetivo	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Tot.	Cat.
Facilitar el acceso a información correcto mediante capacitaciones a los alumnos	5	5	4	5	5	24	Alta
Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	5	4	4	5	4	22	Alta
Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	4	5	4	4	5	22	Alta

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Elaborar una propuesta favorable de campaña publicitaria	4	5	5	5	4	23	Alta
Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	5	4	5	4	4	22	Alta
Capacitar a los alumnos mediante profesores especializados	5	4	5	4	5	23	Alta

*Nota: En ponderaciones de 21 a 25 es alta, 16 a 20 media, 15 a 10 es baja*

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 4.03. Diagrama de Estrategias

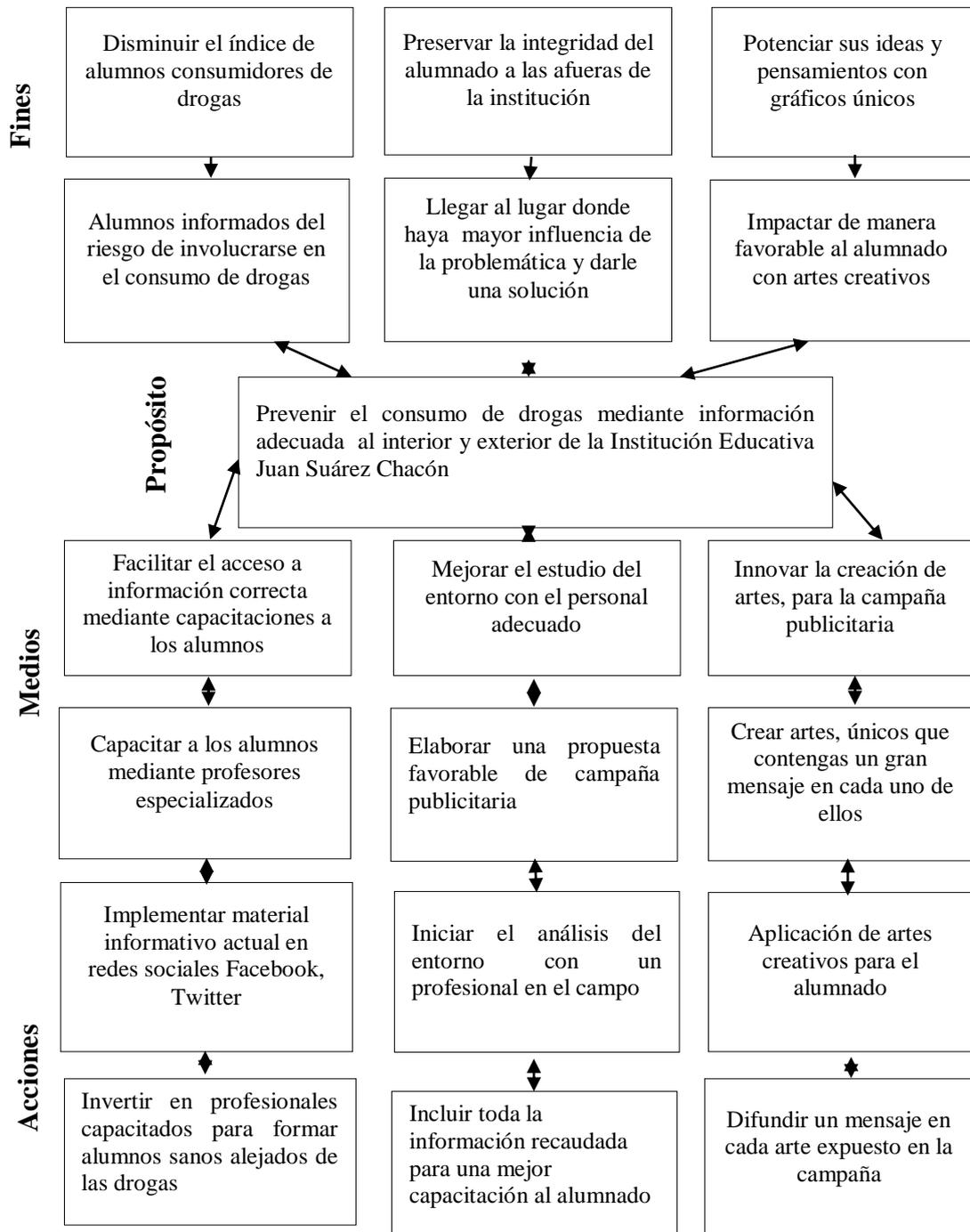


Figura 5 Diagrama de Estrategias  
Elaborado por: Santiago Castillo

#### 4.04. Construcción de la Matriz de Marco Lógico

##### 4.04.01 Revisión de los criterios para los indicadores

Tabla 4: Revisión de los criterios para los indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	META				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
F1	Alumnos informados del riesgo de involucrarse en el consumo de drogas	Efecto positivo de un 50% en información presentada a los alumnos	109	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
F2	Llegar al lugar donde haya mayor influencia de la problemática y darle una solución	Análisis de un 75% en estudio del área donde incide el problema	164	Excelente	6 meses	Comunidad	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
F3	Impactar de manera favorable al alumnado con artes creativos	Impacto de un 75% en artes creativos presentados a los alumnos	164	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

							12-18 años
F4	Disminuir el índice de alumnos consumidos de drogas	Informar a los alumnos en un 80% las causas del consumo de drogas	174	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
F5	Preservar la integridad del alumnado a las afueras de la institución	Velar por la integrar física y psicológica del alumnado en un 80%	174	Excelente	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
F6	Potenciar sus ideas y pensamientos con artes gráficos únicos	Acogida de artes gráficos en un 75%	164	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
P1	Prevenir el consumo de drogas mediante información adecuada al interior y exterior de la Institución Educativa	Difusión del mensaje con una recepción del 80% por parte de los alumnos	164	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	Juan Suárez Chacón						
C1	Facilitar el acceso a información correcto mediante capacitaciones a los alumnos	Información impartida por los docentes con un nivel del 75% de aceptación por el alumnado	164	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
C2	Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	Estudios realizados en el área con un 75% de efectividad por el encargado	164	Excelente	6 meses	Comunidad	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
C3	Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	Aplicación de artes únicos, ideales en un 75% para los alumnos	3	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
C4	Capacitar a los alumnos mediante profesores especializados	Profesores ofrecen su ayuda en un 80% para capacitar a los alumnos	5	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

C5	Elaborar una propuesta favorable de la campaña publicitaria	Estudios realizados en el área con 80% de aplicación favorable	1	Excelente	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
C6	Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	Aplicación de frases motivadoras, efectivas en un 75%	3	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
A1	Implementar información actual en redes sociales Facebook Twitter	Uso favorable de la información en las redes sociales en un 50% por parte de los alumnos	3	Excelente	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
A2	Iniciar el análisis del entorno con un profesional en el campo	Colaboración de los profesionales efectiva en un 75% en el estudio del área	2	Excelente	6 meses	Comunidad	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
A3	Aplicación de artes creativos para el alumnado	Implementación de artes creativos aceptado en un 75% por	3	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SUÁREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

		los alumnos					Calderón 12-18 años
A4	Invertir en profesionales capacitados para formar alumnos sanos alejados de las drogas	Apoyo de un 75% por organizaciones de la salud en la aplicación del proyecto	2	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
A5	Incluir toda la información recaudada para una mejor capacitación al alumnado	Uso favorable de la información aplicada en un 75% para el alumnado	3	Buena	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años
A6	Difundir un mensaje en cada arte expuesto en la campaña	Artes creativos en un 75% en la campaña efectuada	3	Excelente	6 meses	Colegio Juan Suárez Chacón	Hombres y mujeres Quito Calderón 12-18 años

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

#### 4.04.02. Selección de Indicadores

Tabla 5: Selección de Indicadores

A: Es Claro	C: Es tangible y se puede observar	E: Es representativo
B: Existe información disponible	D: La tarea de recolección de datos esta al alcance y no requiere de expertos	

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
	F1 Alumnos informados del riesgo de involucrarse en el consumo de drogas	Efecto positivo de un 50% en información presentada a los alumnos	X	X	X	-	X	4	SI
	F2 Llegar al lugar donde haya mayor influencia de la problemática y darle una solución	Análisis de un 75% en estudio del área donde incide el problema	X	-	X	X	X	4	SI

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Fin	F3 Promover charlas informativas con las autoridades de las instituciones educativas en la institución.	Participación de un 80% de las autoridades del plantel respecto al problema.	X	-	X	X	X	4	SI
	F4 Disminuir el índice de alumnos consumidores de drogas	Informar a los alumnos en un 80% las causas del consumo de drogas	X	X	X	-	X	4	SI
	F5 Preservar la integridad del alumnado a las afueras de la institución	Velar por la integrar física y psicológica del alumnado en un 80%	X	X	X	-	X	4	SI
	F6 Potenciar sus ideas y pensamientos con artes gráficos únicos	Acogida de artes gráficos en un 75% por los alumnos	X	X	X	X	X	5	SI
Propósito	P1 Prevenir el consumo de drogas mediante información adecuada al interior y exterior de la Institución Educativa Juan Suárez Chacón	Difusión del mensaje con una recepción del 80% por parte de los alumnos.	X	X	-	X	X	4	SI
	C1 Facilitar el acceso a información correcto mediante capacitaciones a los alumnos	Información impartida por los docentes con un nivel del 75% de aceptación por el alumnado	X	X	X	X	X	5	SI
	C2 Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	Estudios realizados en el área con un 75% de	X	X	X	X	X	5	SI

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Componente		efectividad por el encargado								
	C3 Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	Aplicación de artes únicos, ideales en un 75% para los alumnos	X	X	X	X	X		5	SI
	C4 Capacitar a los alumnos mediante profesores especializados	Profesores ofrecen su ayuda en un 80% para capacitar a los alumnos	X	X	-	X	X		4	SI
	C5 Elaborar una propuesta favorable de la campaña publicitaria	Estudios realizados en el área con 80% de aplicación favorable	X	X	X	-	X		4	SI
	C6 Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	Aplicación de frases motivadoras, efectivas en un 75%	X	X	-	X	X		4	SI
	A1 Implementar material informativo actual en las redes sociales Facebook, twitter	Uso favorable de un 50% de la información de las redes sociales por parte de los alumnos	X	X	X	X	X		5	SI
A2 Iniciar el análisis del entorno con un profesional en el campo	Colaboración de los profesionales efectiva en un 75% en el estudio del área	X	X	X	-	X		4	SI	
A3 Aplicación de artes creativos para	Implementación de artes creativos	X	X	X	X	X		5	SI	

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Actividad	el alumnado	aceptado en un 75% por los alumnos								
	A4 Invertir en profesionales capacitados para formar alumnos sanos alejados de las drogas	Apoyo de un 75% por organizaciones de la salud en la aplicación del proyecto	X	X	X	-	X	5	SI	
	A5 Incluir toda la información recaudada para una mejor capacitación al alumnado	Uso favorable de la información aplicada en un 75% para el alumnado	X	X	X	X	X	5	SI	
	A6 Difundir un mensaje en cada arte expuesto en la campaña	Artes creativos en un 75% en la campaña efectuada	X	X	X	X	X	5	SI	

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 404.03 Medios de Verificación

Tabla 6: *Medios de Verificación*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Respons.
Fin	F1 Alumnos informados del riesgo de involucrarse en el consumo de drogas	Efecto positivo de un 50% en información presentada a los alumnos	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	F2 Llegar al lugar donde haya mayor influencia de la problemática y darle una solución	Análisis de un 75% en estudio del área donde incide el problema	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	F3 Promover charlas informativas con las autoridades de las instituciones educativas	Participación de un 80% de las autoridades del plantel respecto al problema.	Primario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	F4 Disminuir el índice de alumnos consumidores de drogas	Informar a los alumnos en un 80% las causas del consumo de drogas	Primario	Entrevista	Cualitativa	6 meses	Inv.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	F5 Preservar la integridad del alumnado a las afueras de la institución	Velar por la integrar física y psicológica del alumnado en un 80%	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv.
	F6 Potenciar sus ideas y pensamientos con artes gráficos únicos	Acogida de artes gráficos en un 75% por los alumnos	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
Propósito	P1 Prevenir el consumo de drogas mediante información adecuada al interior y exterior de la Institución Educativa Juan Suárez Chacón	Difusión del mensaje con una recepción del 80% por parte de los alumnos.	Primario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv.
Componente	C1 Facilitar el acceso a información mediante capacitaciones a los alumnos	Información impartida por los docentes con un nivel del 75% de aceptación por el alumnado	Primario	Cuestionario	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	C2 Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	Estudios realizados en el área con un 75% de efectividad por el encargado	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv.
	C3 Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	Aplicación de artes únicos, ideales en un 75% para los alumnos	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	C4 Capacitar a los alumnos mediante	Profesores ofrecen su ayuda en un	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	profesores especializados	80% para capacitar a los alumnos					
	C5 Elaborar una propuesta favorable de la campaña publicitaria	Estudios realizados en el área con 80% de aplicación favorable	Primario	Encuesta	Cualitativa	6 meses	Inv.
	C6 Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	Aplicación de frases motivadoras , efectivas en un 75%	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
Actividad	A1 Implementar material informativo actual en las redes sociales Facebook Twitter	Uso favorable de un 50% de la información de las redes sociales por parte de los alumnos	Secundario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv.
	A2 Iniciar el análisis del entorno con un profesional en el campo	Colaboración de los profesionales efectiva en un 75% en el estudio del área	Secundario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv.
	A3 Aplicación de artes creativos para el alumnado	Implementación de artes creativos aceptado en un 75% por los alumnos	Primario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv.
	A4 Invertir en profesionales capacitados para formar alumnos sanos alejados de las drogas	Apoyo de un 75% por organizaciones de la salud en la aplicación del proyecto	Primario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



	A5 Incluir toda la información recaudada para una mejor capacitación al alumnado	Uso favorable de la información aplicada en un 75% para el alumnado	Primario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv.
	A6 Difundir un mensaje en cada arte expuesto en la campaña	Artes creativos en un 75% en la campaña efectuada	Primario	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Inv.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

#### 4.04.04 Supuestos

Tabla 7: Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	FACTOR DE RIESGO				
			Financ	Plt	Social	Amb	Legal
Fin	F1 Alumnos informados del riesgo de involucrarse en el consumo de drogas	Efecto negativo de un 50% en información presentada a los alumnos			X		X
	F2 Llegar al lugar donde haya mayor influencia de la problemática y darle una solución	Análisis erróneo de un 75% en estudio del área donde incide el problema	X		X	X	
	F3 Promover charlas informativas con las autoridades de las instituciones educativas	Participación negativa de un 80% de las autoridades del plantel respecto al problema.	X		X		X
	F4 Disminuir el índice de alumnos consumidores de drogas	Desinformación a los alumnos en un 80% las causas del consumo de drogas			X		X

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	F5 Preservar la integridad del alumnado a las afueras de la institución	Desinterés por la integridad física y psicológica del alumnado en un 80%			X		
	F6 Potenciar sus ideas y pensamientos con artes gráficos únicos	Bajo impacto en artes gráficos en un 75% por los alumnos	X		X		X
Propósito	P1 Prevenir el consumo de drogas mediante información adecuada al interior y exterior de la Institución Educativa Juan Suárez Chacón	Difusión del mensaje sin recepción del 80% por parte de los alumnos.	X		X	X	X
Componente	C1 Facilitar el acceso a información correcta mediante capacitaciones a los alumnos	Información impartida por los docentes con un nivel del 75% de indiferencia por el alumnado	X		X		
	C2 Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	Estudios realizados en el área con un 75% de negatividad por el encargado	X				
	C3 Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	Aplicación de artes sin impacto en un 75% para los alumnos	X			X	
	C4 Capacitar a los alumnos mediante	Profesores abandonan la capacitación para los alumnos en un	X		X		X

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	profesores especializados	80%					
	C5 Elaborar una propuesta favorable de la campaña publicitaria	Estudios realizados en el área con 80% de aplicación adversa	X		X		X
	C6 Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	Aplicación de frases motivadoras , nulas en un 75%	X		X	X	X
Actividad	A1 Implementar material informativo actual en las redes sociales Facebook , Twitter	Uso favorable de un 50% de la información de las redes sociales por parte de los alumnos	X				X
	A2 Iniciar el análisis del entorno con un profesional en el campo	Desgana de los profesionales en realizar el estudio en un 75% del área	X				X
	A3 Aplicación de artes creativos para el alumnado	Implementación de artes creativos negados en un 75% por los alumnos	X		X	X	X
	A4 Invertir en profesionales capacitados para formar alumnos sanos alejados de las drogas	Dejades de un 75% por organizaciones de la salud en la aplicación del proyecto	X		X		X

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



	A5 Incluir toda la información recaudada para una mejor capacitación al alumnado	Uso errado de la información aplicada en un 75% para el alumnado	X		X	X	X
	A6 Difundir un mensaje en cada arte expuesto en la campaña	Artes nulos en un 75% en la campaña efectuada	X		X		X

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

#### 4.04.05 Matriz de Marco Lógico

Tabla 8: *Matriz de Marco Lógico*

Resumen Narrativo	Indicador	MEDIOS DE VERIFICACIÓN					
		Fuentes de Información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable	Supuestos
F1 Alumnos informados del riesgo de involucrarse en el consumo de drogas	Efecto positivo de un 50% en información presentada a los alumnos	Primaria	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Información carece de fundamentos para la difusión entre los alumnos
F2 Llegar al lugar donde haya mayor influencia de la problemática y darle una solución	Análisis de un 75% en estudio del área donde incide el problema	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Análisis del área incorrecto por mal uso de herramientas en el estudio
F3 Promover charlas informativas con las autoridades de las instituciones educativas	Participación de un 80% de las autoridades del plantel respecto al problema.	Primario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Desatención por parte de los directivos de la institución
F4 Disminuir el índice de alumnos consumidores de drogas	Informar a los alumnos en un 80% las causas del consumo de drogas	Primario	Entrevista	Cualitativa	6 meses	Inv	Alumnos problemáticos durante la presentación de la campaña

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

F5 Preservar la integridad del alumnado a las afueras de la institución	Velar por la integrar física y psicológica del alumnado en un 80%	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv	Desinterés por parte de los autoridades de seguridad de la institución
F6 Potenciar sus ideas y pensamientos con artes gráficos únicos	Acogida de artes gráficos en un 75% por los alumnos	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Artes gráficos desaprobados por los directivos de la institución
P1 Prevenir el consumo de drogas mediante información adecuada al interior y exterior de la Institución Educativa Juan Suárez Chacón	Difusión del mensaje con una recepción del 80% por parte de los alumnos.	Primario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv	Falta de comunicación entre los alumnos
C1 Facilitar el acceso a información correcta mediante capacitaciones a los alumnos	Información impartida por los docentes con un nivel del 75% de aceptación por el alumnado	Primario	Cuestionario	Cuantitativa	6 meses	Inv	Docentes desinteresados en el proyecto
C2 Mejorar el estudio del entorno con el personal adecuado	Estudios realizados en el área con un 75% de efectividad por el encargado	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv	Encargado carece de material necesario para realizar el estudio del área
C3 Innovar la creación de artes, para la campaña publicitaria	Aplicación de artes únicos, ideales en un 75% para los alumnos	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Artes no aplicables en la campaña
C4 Capacitar a los alumnos mediante profesores	Profesores ofrecen su ayuda en un 80% para capacitar a los	Secundario	Observación	Cualitativa	6 meses	Inv	Profesores no capacitados en el problema en

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

especializados	alumnos						mención
C5 Elaborar una propuesta favorable de la campaña publicitaria	Estudios realizados en el área con 80% de aplicación favorable	Primario	Encuesta	Cualitativa	6 meses	Inv	Aplicación de información no aplicable, carece de credibilidad
C6 Crear artes, únicos que contengan un gran mensaje en cada uno de ellos	Aplicación de frases motivadoras, efectivas en un 75%	Secundario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Frases no aplicables para el proyecto
A1 Implementar material informativo actual en los artes	Uso favorable de un 50% de la información por parte de los alumnos	Secundario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv	Padres de familia no aprueban la información difundida en los artes
A2 Iniciar el análisis del entorno con un profesional en el campo	Colaboración de los profesionales efectiva en un 75% en el estudio del área	Secundario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv	Profesionales desinteresados en colaborar en el proyecto
A3 Aplicación de artes creativos para el alumnado	Implementación de artes creativos aceptado en un 75% por los alumnos	Primario	Encuesta	Cuantitativa	6 meses	Inv	Alumnos no familiarizados con los artes expuestos en la campaña
A4 Invertir en profesionales capacitados para formar alumnos sanos alejados de las drogas	Apoyo de un 75% por organizaciones de la salud en la aplicación del proyecto	Primario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv	Desinterés por parte de instituciones de la salud
A5 Incluir toda la información recaudada para una mejor capacitación al alumnado	Uso favorable de la información aplicada en un 75% para el alumnado	Primario	Observación	Simple verificación	6 meses	Inv	Información aplicada al alumnado carece de credibilidad y de bases para su aplicación

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD, DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



---

A6 Difundir un mensaje en cada arte expuesto en la campaña	Artes creativos en un 75% en la campaña efectuada	Primario	Encuesta	Cualitativo	6 meses	Inv	Deficiente propuesta de la campaña artes no favorables
--	---	----------	----------	-------------	---------	-----	--

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## CAPÍTULO V

### La Propuesta

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta (Editorial, Corporativo, Multimedia, Publicitario)

##### 5.01.01 Campaña Publicitaria 360

El primer aspecto tiene que ver con la posibilidad de aplicar este concepto en la planificación de medios con los diferentes soportes posibles de usar, a partir de la existencia de una gran variedad de ellos, me agrada clasificarlos como: Sistemas de medios tradicionales, conjuntamente con el uso de las Teorías Tradicionales de Comunicación (TTR), o sea los denominados “Primarios y Secundarios”, (con representación del producto en los avisos) hoy clasificados como ATL (Above the line) y los Medios (no-digo-sistemas) “Alternativos” (ídem a los primarios y secundarios, pero de segundo orden, no analizados ni evaluados) finalmente los medios “Complementarios” que permiten aplicar la teoría de los cinco sentidos (T5S) en la comunicación publicitaria, (con presentación del producto real) hoy clasificados como BTL (Below te line).(Norberto Álvarez Debans, 2008, La campaña publicitaria perfecta)

Por último, otro aspecto interesante es que 360° es un avance refinado en la construcción del paradigma, “comunicación publicitaria integrada de marketing” (CIM), una corriente que nació en el año 1994 y perdura hasta la fecha. Acción o impulsión 360° es un escalón más alto que CIM, tendencia que se destaca a partir



del 2000 y pone en claro que la publicidad depende de marketing y es planeada para cumplir con objetivos de comunicación, emanados de esa área, poniendo énfasis en el producto, la marca, el packaging, resaltando el aspecto simbólico e imaginario en la relación con el destinatario y no solo una exposición de anécdotas vacías de estos requerimiento básicos, narrados por la publicidad de si misma. .(Norberto Álvarez Debans ,2008,La campaña publicitaria perfecta)

La Campaña Publicitaria 360, consiste en aplicar varios medios comunicativos como lo son el uso de material gráfico como afiches, roll ups, volantes además del uso de redes social para la difusión de la información con mayor probabilidad de recepción por parte del grupo objetivo.

### **5.01.02 Publicidad**

La publicidad es una formidable herramienta de marketing y como tal nos permite desarrollar campañas publicitarias eficientes. Estas suelen exhibirse como un fenómeno creativo. Poseen un alto grado de inteligencia estratégica y muchas veces espectacularidad en su construcción. Son capaces de ganar un premio un símbolo de oro, de plata o de bronce, muchas lo ganan. Este no es el objetivo de una campaña de publicidad integrada desde marketing. El anunciante la financia para lograr un resultado específico relacionado con la difusión, con la información del producto o la marca, procurando educar sobre el uso y atributos del mismo, en definitiva vender y obtener valor para la empresa.(Álvarez Debans N,2015,La campaña publicitaria perfecta)

La Publicidad consiste en generar al consumidor la atracción psicológica y sentimental referente a un producto o servicio, con la finalidad de ser vendido o adquirido valiéndose de medios de comunicación como lo son la televisión, radio, prensa, material impreso como volantes, afiches, roll up.

### **5.01.03 Tipos de publicidad**

#### **Publicidad Social**

Según Antón Álvarez Ruiz en su libro La publicidad en el tercer sector dice:

Las prácticas comunicativas de las ONG y sus formas de comunicar tienen una importante influencia en la imagen y el compromiso que la sociedad actual adquiere respecto a las situaciones en las que estas organizaciones trabajan. Este estudio trata de esbozar un estado de la cuestión en un momento en el que estas estrategias comunicativas están en proceso de redefinición, debate e incluso polémica.

Las peculiaridades de este ámbito de la comunicación reclaman una reflexión interdisciplinar como forma de adentrarnos de manera más efectiva en su complejidad, ya que sus consecuencias se vinculan con los valores y los símbolos en los que se reconoce nuestra cultura actual. Desde estos objetivos, este libro combina un talante teórico y conceptual con estudios de campo o análisis concretos que tratan de dar claridad a sus conclusiones y propuestas.



La publicidad social viene hacer publicidad con un beneficio en particular, generar conciencia en quien la observa, con la finalidad de informar al grupo específico un problema y como esta afecta a la sociedad.

#### **5.01.04 Difusión**

La difusión, podríamos definirla, “como una gestión cultural mediadora entre el Patrimonio y la sociedad”, por tanto la difusión en sí misma no es la información.

Anteriormente hemos dado la definición de difusión como una gestión cultural mediadora entre el Patrimonio y la sociedad “Gestión porque implica un proceso algo complejo que abarca documentar, valorar, interpretar, manipular, producir y divulgar no solo el propio objeto si no un modelo comprensible y asimilable de dicho objeto en su relación con su pasado histórico y medio presente. Cultural porque trabaja con la obra del hombre, tangible e intangible, pasada y presente, que rodea e influye al ciudadano de hoy hasta ser parte de su historia y por lo tanto de su identidad. Mediadora porque requiere una técnica y un soporte material independiente del objeto y ajena al sujeto que la recibe” (Martin Guglielmino, 1996, p.15)

La difusión consiste en llevar un mensaje a un gran número de personas, aplicando lo que son los medios de comunicación masiva como lo es la televisión, prensa, o medios convencionales como revista y radio.



### 5.01.05 Herramientas

#### **Adobe Ilustrador Cs6**

Adobe Ilustrador Cs6 forma parte de los programas de máster collection, es un programa de diseño para la edición de gráficos vectoriales, e ilustraciones digitales.

#### **Adobe Photoshop Cs6**

Adobe Photoshop Cs6 es una programa para la edición de gráficos rasterizados y aplicado en el retoque de fotografías e imágenes.

### 5.02 Descripción de la herramienta

#### **Adobe Ilustrador Cs6:**

Se lo utilizo para el diseño y elaboración del logotipo y material gráfico.

#### **Adobe Photoshop Cs6:**

Para retoque fotográfico y acabados finales en los artes.

### 5.02.01 Encuesta

Las preguntas realizadas a los alumnos de la Institución Educativa “Juan Suárez Chacón” fue la siguiente:

**NOMBRE:**

**EDAD:**

Esta encuesta tiene la finalidad de conocer su opinión acerca la aplicación de una campaña publicitaria Social y como esta beneficiara a la Institución Educativa “Juan Suárez Chacón” y la información proporcionada me ayudara a su desarrollo del mismo:

**1.- ¿Sabe que es una Campaña Publicitaria social?**

a. Si

b. No

**2.- ¿Considera beneficiosa la exposición de una Campaña Publicitaria Social en una Institución Educativa?**

a. Si

b. No

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO “JUAN SÚAREZ CHACÓN” UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

---

**3.- ¿Qué tipo de Campaña Publicitaria Social a presenciado?**

Vandalismo

Drogadiccion

Alcoholismo

Maltrato Infantil

Maltrato a la Mujer

**4.- ¿Con qué frecuencia a presenciado una Campaña Publicitaria Social?**

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

**5.- ¿Usted cree que el uso de una Campaña Publicitaria Social ayuda a la comunicación e información del problema de la drogadicción en los jóvenes?**

a. Si

b. No

---

**6.- ¿Existen cambios positivos en los jóvenes con la aplicación de la Campaña Publicitaria Social?**

a. Si

b. No

**7.- ¿Conoce usted la función que desempeña una Campaña Publicitaria Social?**

a. Si

b. No

**8.- ¿Una Campaña Publicitaria Social al aplicar material gráfico, y audiovisual (videos, jingle (cuña radial), sobre un grupo específico tiene mayor acogida por los jóvenes?**

a. Si

b. No

**9. ¿Considera usted que la aplicación de una Campaña Publicitaria Social, informa y comunica los problemas Sociales que afecta a la juventud en la actualidad?**

a. Siempre

b. A veces



c. Nunca

**10. ¿Si en la Campaña Publicitaria Social se interactúa con los jóvenes de la Institución, se motivara el mejor entendimiento del material gráfico expuesto?**

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

Los resultados obtenidos de la siguiente encuesta se representan con un grafico porcentual en la siguiente tabulación.

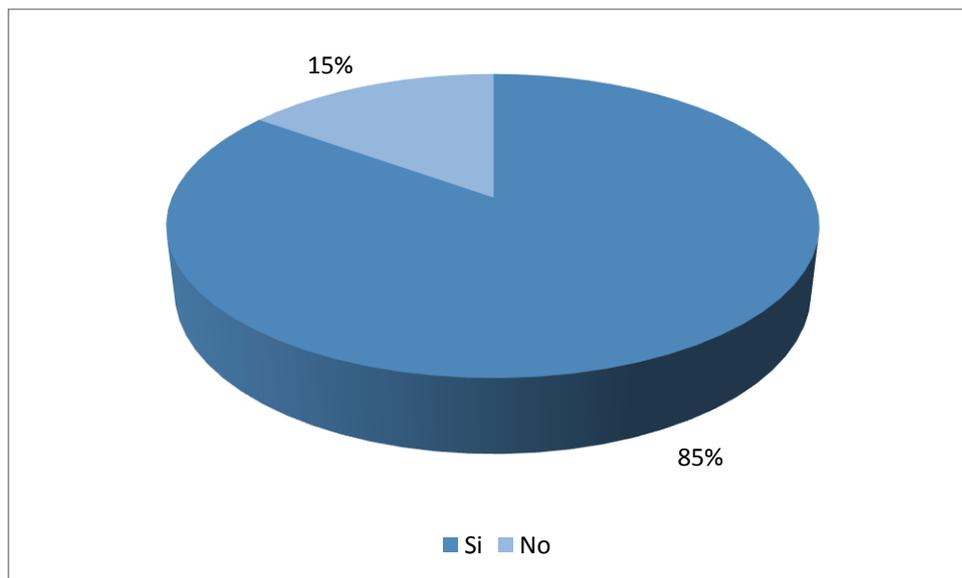
### 5.02.02 Tabulación

1.- ¿Sabe que es una Campaña Publicitaria social?

Tabla 9

*Conocimiento de los encuestados sobre una Campaña Publicitaria Social*

Opciones	Personas	Porcentaje
SI	100	85%
NO	18	15%
Total	118	100%



*Gráfico 1: Conocimiento de los encuestados sobre una Campaña Publicitaria Social*

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

En esta pregunta se trato sobre el conocimiento que varias personas tienen acerca de una campaña publicitaria social donde el 85% de persona respondieron si conocer una campaña publicitaria social , y el 15 % respondió que no habian presenciado una en su vida.

2.- ¿Considera beneficiosa la exposición de una Campaña Publicitaria Social en una Institución Educativa?

Tabla 10

Beneficios de una Campaña Publicitaria Social

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	75	65%
No	25	20%
Total	100	85%

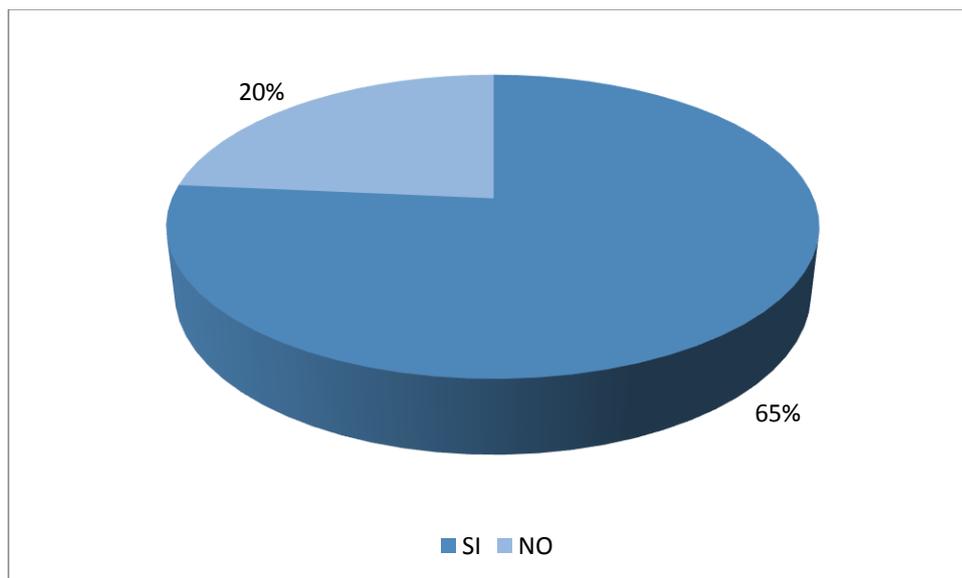


Gráfico 2: Beneficios de una Campaña Publicitaria Social

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

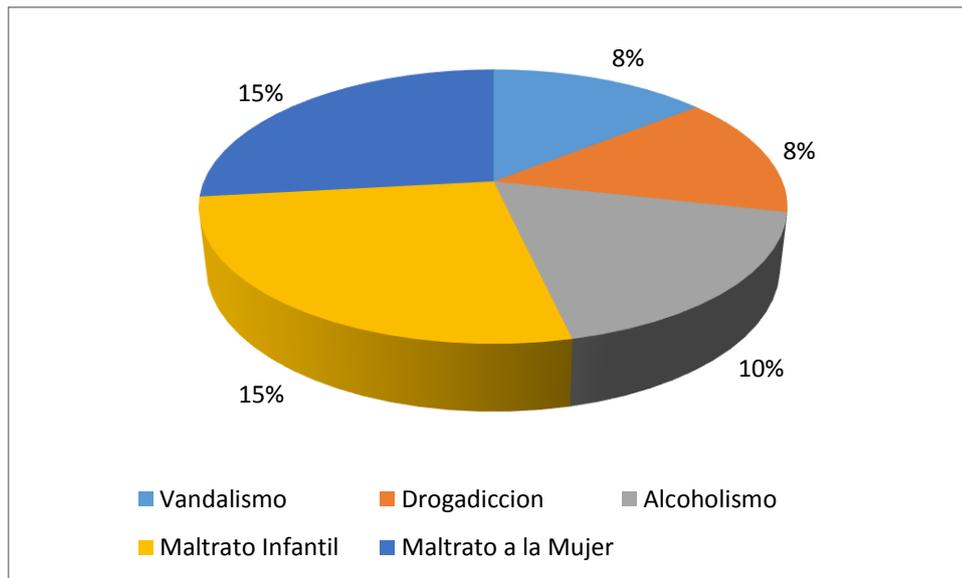
A continuación se planteó la alternativa que hay al momento que se plantea una campaña publicitaria en una Institución Educativa y que tan beneficiosa resulta ser donde el 65% respondió que si resultaría beneficioso, y el 20% respondió que no les parecía factible la exposición de una campaña publicitaria.

3.- ¿Qué tipo de Publicidad Social ha presenciado?

*Tabla 11*

*Conocimiento de los tipos de Publicidad Social*

Opciones	Personas	Porcentaje
Vandalismo	10	5%
Drogadicción	10	5%
Alcoholismo	15	10%
Maltrato Infantil	20	15%
Maltrato a la mujer	15	10%
Total	70	45%



*Gráfico 3: Conocimiento de los tipos de Publicidad Social*

Se procedió a preguntar a los encuestados que tipos de Campañas Publicitarias conocen donde las opciones fueron Vandalismo con un 5%, Drogadicción con un 5%, Alcoholismo con un 10%, Maltrato Infantil con un 15%, y el Maltrato a la mujer con un 15% según los encuestados.

4.- ¿Con qué frecuencia a presenciado una Campaña Publicitaria Social?

Tabla 12

Observación o conocimiento de una Publicidad Social

Opciones	Personas	Porcentaje
Siempre	18	15%
A veces	47	40%
Nunca	35	30%
Total	100	85%

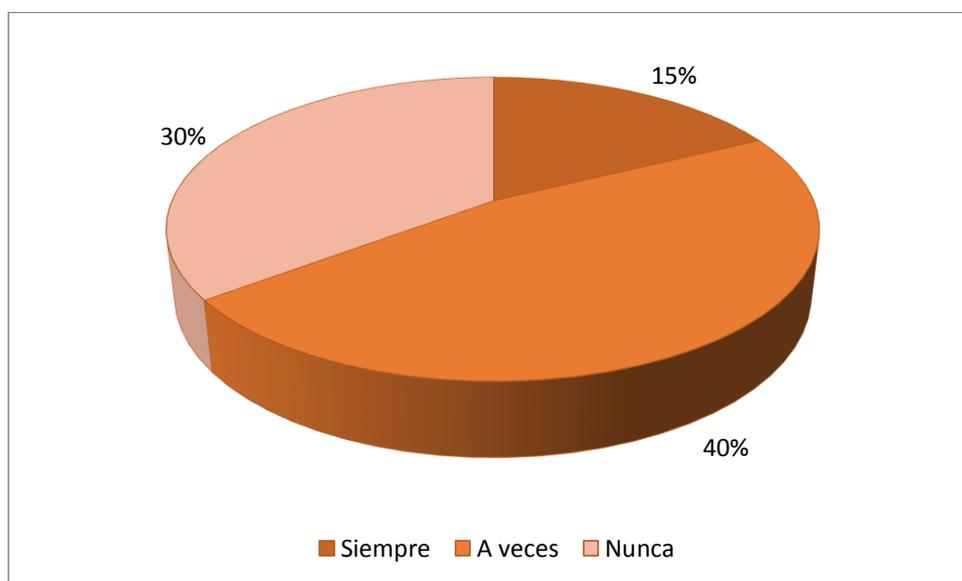


Gráfico 4: Observación o conocimiento de una Publicidad Social

Se preguntó a los encuestados si habían presenciado una Campaña Publicitaria Social de los cuales el 15% siempre ha presenciado una , el 40% a veces y el 30% nunca lo había hecho.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

5.- ¿Usted cree que el uso de una Campaña Publicitaria Social mejora la comunicación e información del problema de la drogadicción en los jóvenes?

Tabla 13

*Factibilidad de la Comunicación en una Publicidad Social*

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	50	45%
No	25	20%
Total	75	65%

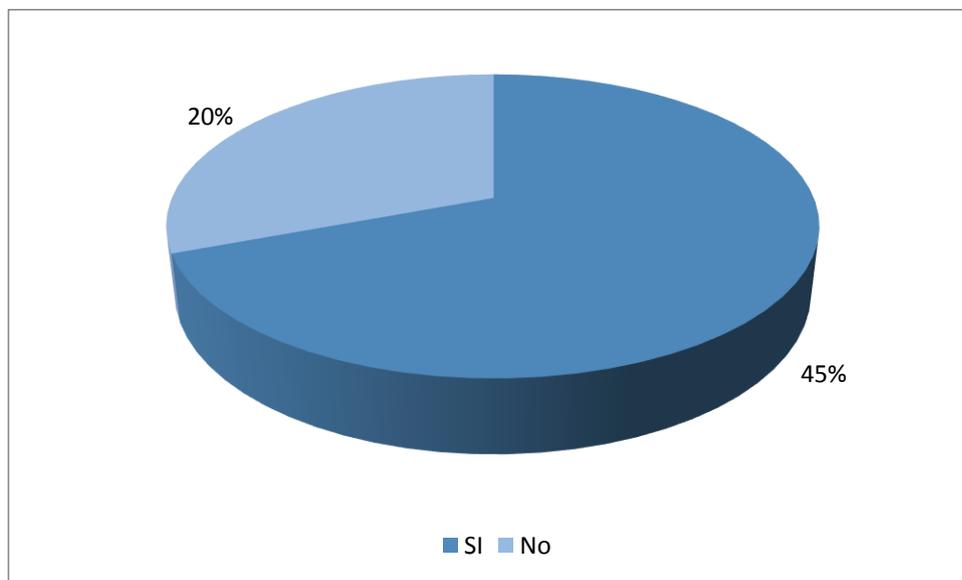


Gráfico 5: *Factibilidad de la Comunicación en una Publicidad Social*

Se planteó a los encuestados si mejora el uso de una Campaña Publicitaria para difundir de mejor manera la información de un problema social donde el 45% del encuestado contestó que si mejoraría la comunicación y el 20% respondió que no mejoraría.

6.- ¿Existen cambios positivos en los jóvenes con la aplicación de la Campaña Publicitaria Social?

Tabla 14

Cambios Positivos en exposición de una Campaña Publicitaria

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	100	85%
No	18	15%
Total	118	100%

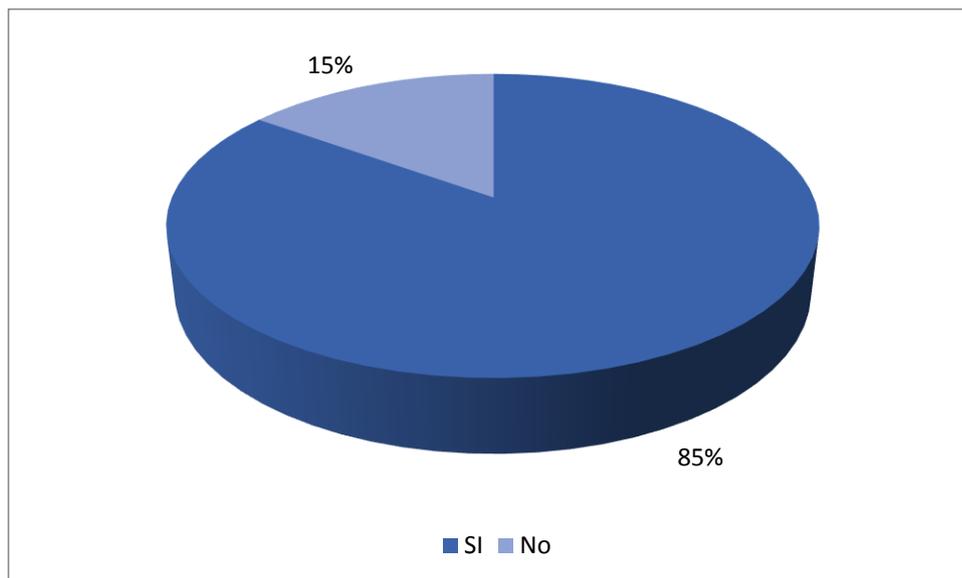


Gráfico 6: Cambios Positivos en exposición de una Campaña Publicitaria

Se procedió a preguntar a los encuestas la siguiente pregunta si consideran positiva la aplicación de una Campaña Publicitaria Social donde el 85% respondió que si es una alternativa positiva y el 15% respondió que no es positiva.

7.- ¿Conoce usted la función que desempeña una Campaña Publicitaria Social?

Tabla 15

Función que desempeña una Campaña Publicitaria Social

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	15	15%
No	70	70%
Total	85	85%

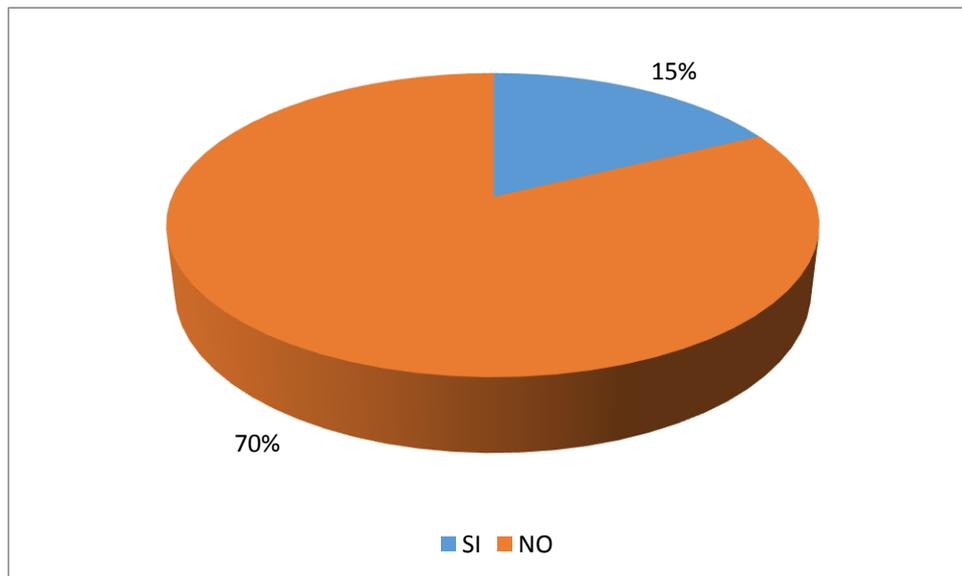


Gráfico 7: Función que desempeña una Campaña Publicitaria Social

No es de conocimiento general aplicar una Campaña Publicitaria Social ya que el 70% no conocen la funcionabilidad de una Campaña Publicitaria Social, y el 15% si conoce o ha presenciado una Campaña Publicitaria Social.

8.- ¿Una Campaña Publicitaria Social al aplicar material gráfico, y audiovisual (videos, jingle (cuña radial), sobre un grupo específico tiene mayor acogida por los jóvenes?

Tabla 16

Factibilidad de aplicar material gráfico en una Campaña Publicitaria Social

Opciones	Personas	Porcentaje
Si	30	25%
No	15	10%
Total	35	35%

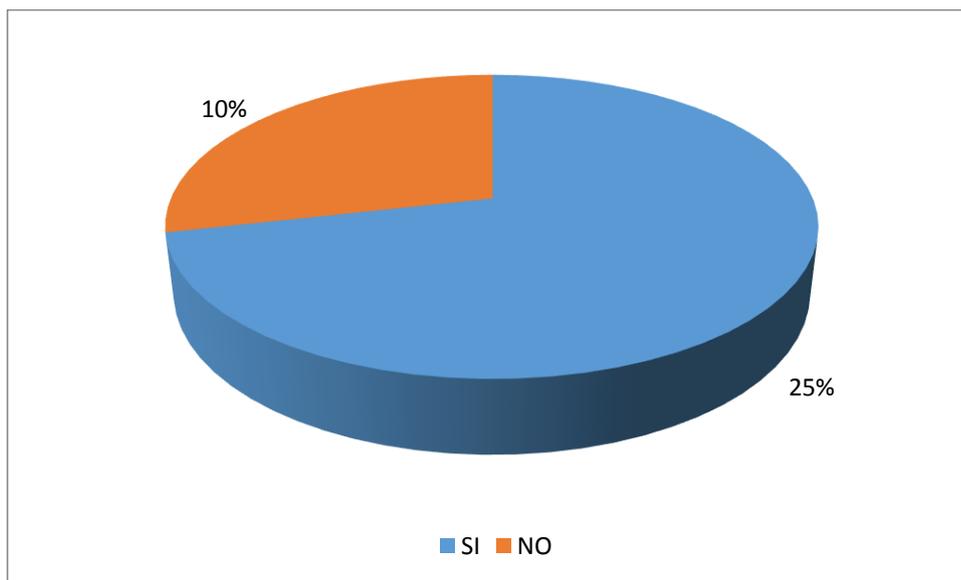


Gráfico 8: Factibilidad de aplicar material gráfico en una Campaña Publicitaria Social

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Una Campaña Publicitaria Social al manejar material gráfico, y audiovisual tiene una mayor acogida por parte de un grupo específico donde los encuestados respondieron en un 25% que si es una alternativa aplicable y el 10% respondió que no es factible.

9.- ¿Considera usted que la aplicación de una Campaña Publicitaria Social, informa y comunica los problemas Sociales que afecta a la juventud en la actualidad?

Tabla 17

Nivel de Impacto de una Campaña Publicitaria Social

Opciones	Personas	Porcentaje
Siempre	100	75%
A veces	50	25%
Nunca	25	15%
Total	175	115%

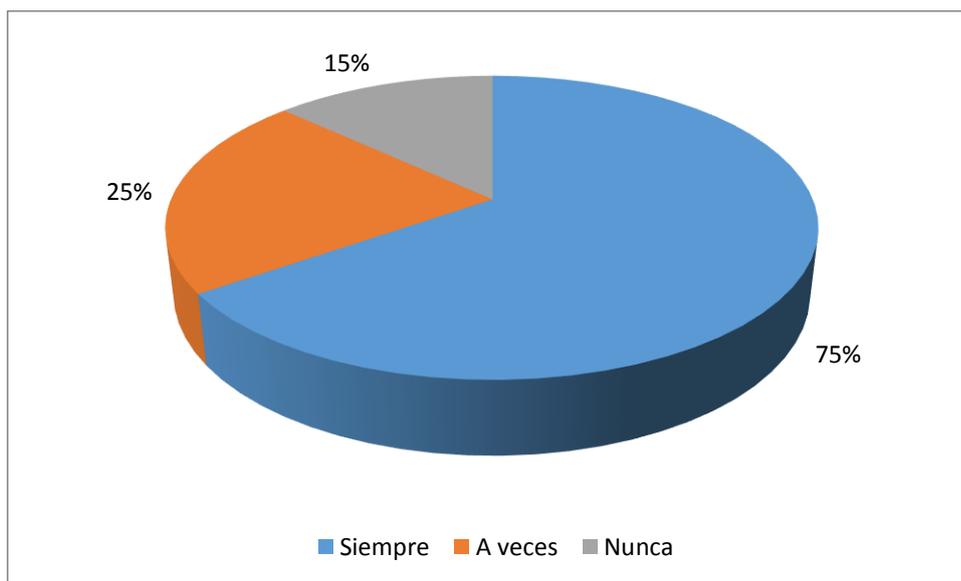


Gráfico 9: Nivel de Impacto de una Campaña Publicitaria Social

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

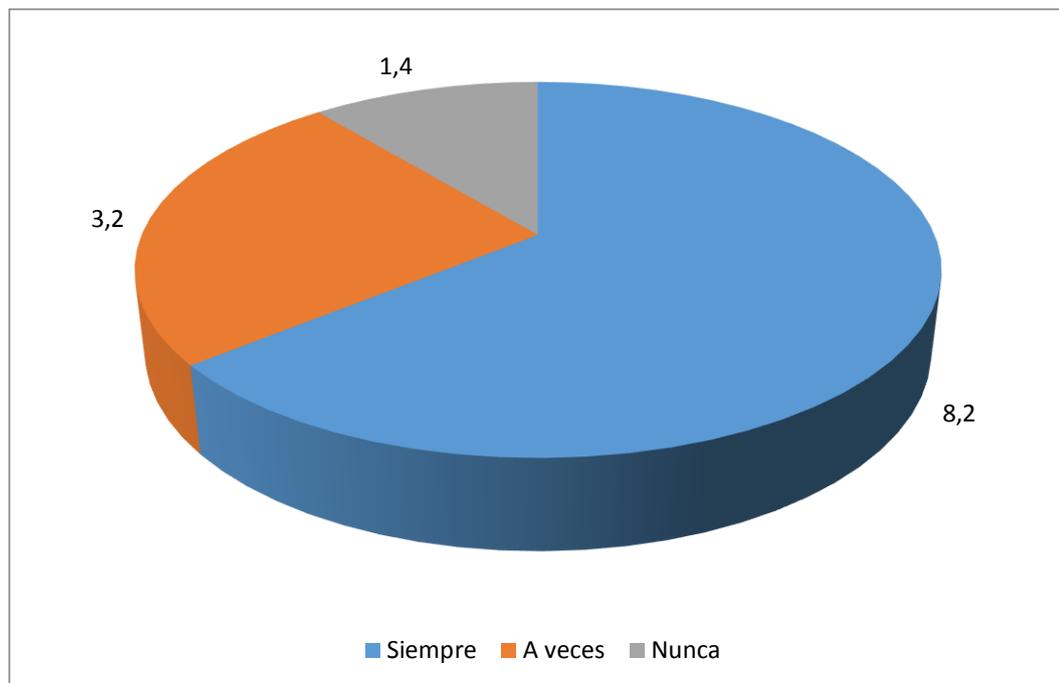
Una Campaña Publicitaria al aplicar varios métodos para llevar un mensaje puede comunicar e informar un mensaje o problema social de mejor manera, donde los encuestados respondieron en un 75% que siempre sería factible aplicar este método por parte de fundaciones especializadas, un 25% respondió que a veces, y el 15% que nunca llevaría un mensaje de una manera directa y positiva.

10.- ¿Si en la Campaña Publicitaria Social se interactúa con los jóvenes de la Institución, se motivara el mejor entendimiento del material gráfico expuesto?

*Tabla 18*

*Interacción de una Campaña Publicitaria Social*

Opciones	Personas	Porcentaje
Siempre	90	81%
A veces	75	70%
Nunca	25	20%
Total	190	171%



*Gráfico 10: Interacción de una Campaña Publicitaria Social*

En varias Campañas Publicitarias se aplica el uso de material gráfico, tangible para lograr la interacción con los presentes a esta pregunta los encuestados respondieron en un 81% que siempre se debería aplicar material gráfico para la interacción con los presentes el 70% respondió que a veces si sería una alternativa aplicable, y el 20% respondió que nunca se debería aplicar este tipo de material.

## 5.03 Formulación del proceso de aplicación

### 5.03.01 Brief Publicitario

La Unidad Educativa Ing. "Juan Suarez Chacón" perteneciente a la parroquia de calderón tiene una trayectoria ya de 18 años desde sus inicios al servicio de la comunidad prestando sus instalaciones para la preparación media de los futuros profesionales del Ecuador, cuenta con instalaciones apropiadas para brindar el mejor ambiente educativo a cada uno de los postulantes a ingresar en la institución, además de contar con un sistema de profesores capacitados en cada una de sus áreas, con el único deber de llevar su conocimiento a cada uno de los alumnos.

En la entidad educativa se realiza varios programas familiares, educativos para brindarles un momento de diversión a cada uno de los estudiantes y a sus familias, pero en la institución no son muy frecuentes la exposición de campañas social por parte de las fundaciones encargadas de llevar el mensaje con el fin de informar, prevenir, y proteger a los estudiantes de los problemas sociales que afectan hoy en día a la actualidad.

Desarrollo de una Campaña Publicitaria que lleva un mensaje social a los estudiantes del Colegio "Juan Suárez Chacón", respecto a la drogadicción y como este problema afecta a la juventud en la actualidad.

Mediante la aplicación de artes acordes a la estrategia planteada, con el único propósito de llevar un mensaje positivo de gran impacto con el fin de tener una mayor recepción del contenido además de reforzar la información brindada con un material impreso.



### 5.03.02 Objetivos

#### **Objetivo General**

Informar y Comunicar el problema de la drogadicción y cómo afecta en la actualidad a la juventud.

#### **Objetivos Específico**

Reducir el índice de alumnos consumidores de drogas

Brindar un mejor ambiente laboral para los profesores y educativo para los alumnos.

Aumentar el promedio de alumnos sanos dentro de la institución y alejados de las drogas

### 5.03.03 Grupo objetivo:

**Género:** Masculino y Femenino

**Edades:** 12-18 años.

**Ubicación Geográfica:** "San Juan de Calderón"

**Nivel socio económico:** Medio

**Ocupación:** Estudiantes



#### 5.03.04 Problemas Comunicacionales

**Información:** Falta de información, en el colegio "Juan Suárez Chacón"

**Persuasión:** No existe medio de persuasión

**Posicionamiento:** Nulo

**Mantenimiento:** Nulo

#### 5.03.05 Estrategias Comunicacionales

**Información:** Brindar toda la información necesaria para informar el problema de la drogadicción en los jóvenes medio a aplicar Afiche

**Persuasión:** Llegar a los estudiantes de la institución educativa con artes, de gran impacto positivo sobre cada uno de ellos medio a usar Roll Up /Volantes

**Posicionamiento:** Posicionar en la mente del grupo objetivo para comunicarles e informarles el problema de la drogadicción y como afecta a la juventud mediante el uso de Material P.O.P

**Mantenimiento:** Recordar al grupo objetivo sobre las causas y efectos de las drogas, mediante Redes Sociales (Facebook/Twitter)

#### 5.03.06 Estrategia Creativa

**Beneficio Emocional:** Solidaridad

**Mensaje Básico:** Solidarízate por prójimo, comunica, y previene.

**Tono:** Indiferente

**Estilo:** Juvenil

**Insight:** únete al cambio, se la diferencia

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



### 5.03.07 Reason Why

**Beneficio Emocional:** (Solidaridad) al llevar un mensaje sin ningún fin de lucro.

**Mensaje Básico:** Llevar un mensaje sin ningún tipo de obligación, ni ayuda económica desinteresada nos hace ser una persona solidaria y desinteresada.

**Tono:** Al llevar un mensaje informativo lo hace ser una campaña sin ningún tipo de interés ni competencia.

**Estilo:** La campaña va dirigida a un grupo objetivo joven.

**Eje de campaña:** Manos Solidarias, por el porvenir de la adolescencia

**Slogan:** Manos que dan, reciben

### 5.03.08 Diseño de Piezas Graficas

#### Propuesta Logotipo Campaña



*Imagen 3: Logotipo  
Elaborado por: Santiago Castillo*

#### **Justificación del Logotipo**

**La Tipografía:** San Serif, sin adornos ni detalles porque necesitamos que la letra se visualice al instante en los artes expuestos

**La mano:** Representar la solidaridad que cada uno de los seres humanos posee.

**Color:** Azul, representa la responsabilidad que estamos demostrando en realizar la Campaña Publicitaria.

**Negro:** Representa Elegancia, y mejor impacto visual en los artes.

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

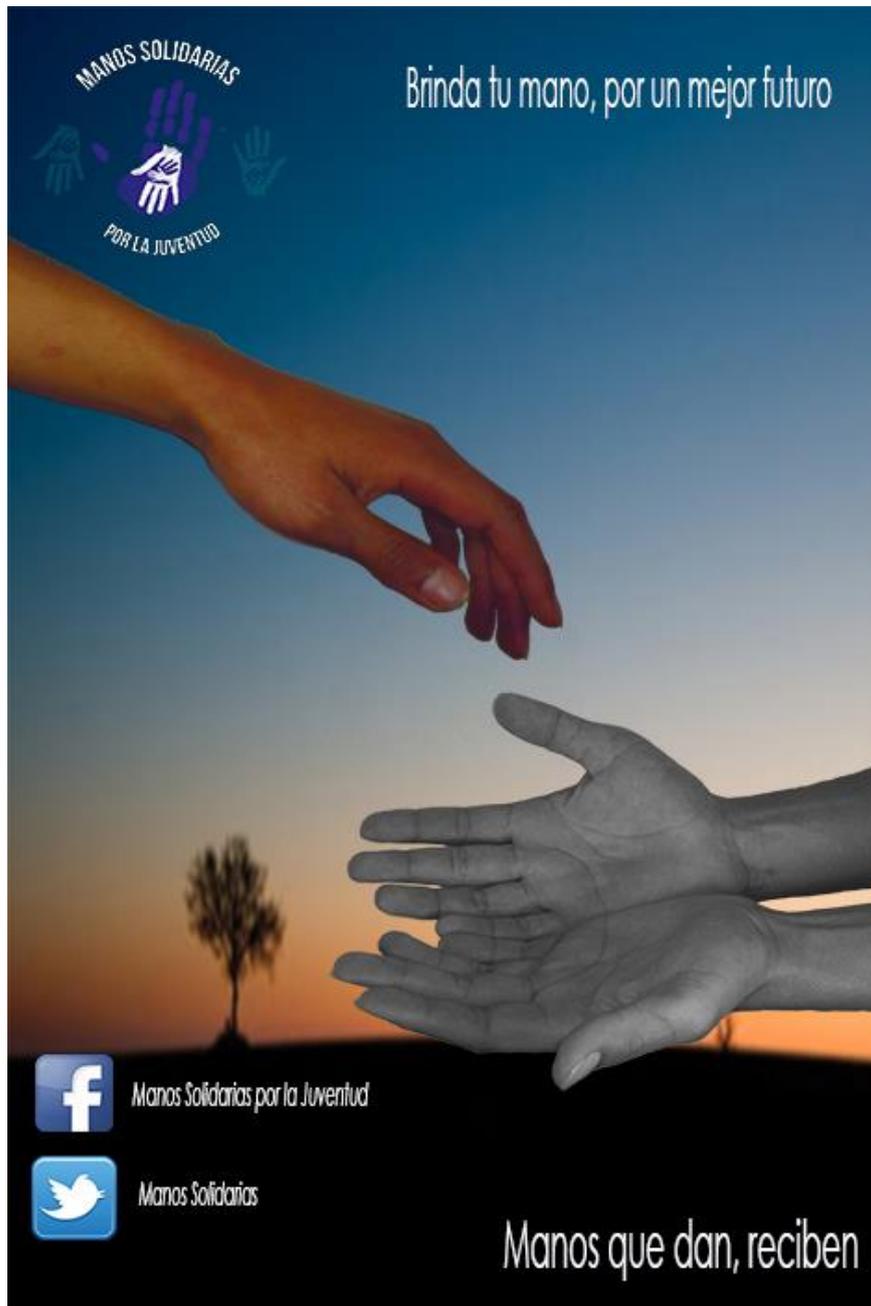
## Afiche



*Imagen 4: Afiche  
Elaborado por: Santiago Castillo*

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Roll Up



*Imagen 5: Propuesta BTL  
Elaborado por: Santiago Castillo*

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Volantes



*Imagen 6: Propuesta Volantes  
Elaborado por: Santiago Castillo*

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Material P.O.P

Camisetas



*Imagen 7: Material P.O.P camiseta  
Elaborado por: Santiago Castillo*

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

Jarros



*Imagen 8: Material P.O.P Jarro  
Elaborado por: Santiago Castillo*

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Gorras



*Imagen 9: Material P.O.P Gorra  
Elaborado por: Santiago Castillo*

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Redes Sociales

### Facebook



Imagen 10: Captura Facebook (Fan Page)  
Elaborado por: Santiago Castillo

### Twitter



Imagen 11: Captura Twitter  
Elaborado por: Santiago Castillo

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 5.03.09 A.I.D.A

**Atención:**

Se emplea la utilización de material gráfico donde se plantee el eje de campaña expuesto en la estrategia creativa, con el fin de llegar positivamente al segmento objetivo escogido.

**Interés:**

Al ser una campaña 360, la aplicación de redes sociales es fundamental, además de ser un medio o canal de información factible para la exposición de esta campaña ya que el grupo objetivo hace gran uso de las redes sociales.

**Deseo:**

Auto educarse con la información impartida en las redes sociales.

**Acción:**

Presentación de la campaña social, previo enlaces a los medios a aplicar como son redes sociales para la mejor interpretación e impacto del mensaje sobre el segmento específico.

### 5.03.10 Plan de medios

#### Medio Principal

Afiche

#### Medio Secundario

Roll Up / Volantes

#### Medio Auxiliar

Material P.O.P/ Redes Sociales (Facebook/Twitter)

#### Medio Principales

##### Afiche

Formato A3, couche de 150 gramos costo x unidad= \$1.50

#### Medio Secundarios

#### Roll Up

*Tabla 19*

*Pautaje Roll Up*

Concepto	Valor Individual	Cantidad	Valor Total
Roll Up	45	6	210
<b>Total</b>			<b>270</b>

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

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

### **Medios Auxiliares**

Material P.O.P

Valor P.O.P

Camisetas por unidad \$5.00

Jarros por unidad \$7.00

Gorras por unidad \$5.00

### **Redes Sociales (Facebook/Twitter)**

Elaborar y Administrar Fan Page en Facebook

Elaborar y Administrar Twitter

Sin costo

*Tabla 20*

*Costo Medio Auxiliar*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNIDAD</b>	<b>COSTO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Camisetas	10	\$5.00	\$50	\$ 50
Jarros	10	\$7.00	\$70	\$70
Gorras	10	\$5.00	\$50	\$50
			<b>TOTAL</b>	<b>\$ 170</b>

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



## Presupuesto de Producción

Tabla 21

Costo Total de Producción

<b>Presupuesto de Producción Total</b>	
Medios Principales Afiche / Roll Up	215.00
Medios Secundarios Redes Sociales (Facebook- Twitter) / Volantes	660.00
Medios Auxiliares Material P.O.P	200.00
<b>Total de Producción</b>	<b>1,075</b>

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## Flow Chart

Tabla 22

### Presupuesto Campaña

<b>Medio</b>	<b>Inversión</b>
<b>Medios Principales</b>	
<b>Afiche</b>	23.00
<b>Roll UP</b>	188.00
<b>Subtotal</b>	211.00
<b>Medios Secundarios</b>	
<b>Redes Sociales (Facebook/ Twitter)</b>	50.00
<b>Volantes</b>	600.00
<b>Subtotal</b>	650.00
<b>Medios Auxiliares</b>	
<b>Material P.O.P</b>	
<b>Camisetas</b>	50.00
<b>Jarros</b>	70.00
<b>Gorras</b>	50.00
<b>Subtotal</b>	170.00
<b>Total de Plan de Medios</b>	1,031
<b>Presupuesto de Producción</b>	1,075
<b>10 % de Imprevistos</b>	2,116
<b>Total de Campaña</b>	2,116

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## CAPÍTULO IV

### Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

##### Recursos Técnicos – Tecnológicos

Los recursos que se disponen son tecnológicos como: computadores, impresoras, celulares, e intangibles como: El internet. El conocimiento del diseño gráfico por parte de los investigadores por su parte hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento.

##### Recursos Humanos

Los recursos humanos son indispensables por sus conocimientos, capacidades y competencias ya que de ello depende del manejo y el funcionamiento del proyecto.

#### 6.02 Presupuesto

##### 6.02.01 Gastos Operativos

Fuente de financiamiento propio

*Tabla 23*

*Detalle de Gastos durante el Proyecto*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Transporte	1	0,25	0,25
Alimentación	1	2.50	2.50
Servicio de Internet	1	0,60	0,60
Telefonía	1	1.50	1.50
Suministros de oficina	1	2.00	2.00
Digitación e Impresión	1	3.00	3.00
Fotocopias de materia Bibliográfico	1	2.00	2.00
Fotocopias de cuestionarios	1	0,50	0,50
<b>Total de Gastos</b>			<b>12.35</b>

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## 6.02.02 Aplicación de Proyecto

Tabla 24

### Gastos del Proyecto

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO
Diseño e Impresión de Afiches	10	1.50	15.00	Colaboración por parte de los padres de familia
Diseño e Impresión de Roll Up	4	45.00	180.00	Colaboración por parte de los padres de familia
Diseño de impresión de volantes	500	1.20	600.00	Colaboración por parte de los padres de familia
Creación y administración de cuenta en Facebook y Twitter	2	25	50.00	Colaboración por parte de los padres de familia
<b>Impresión de Material P.O.P</b>				
Camisetas	10	5.00	50.00	Colaboración por parte de los padres de familia
Jarros	10	7.00	70.00	Colaboración por parte de los padres de familia
Gorras	10	5.00	50.00	Colaboración por parte de los padres de familia
			<b>TOTAL</b>	<b>1,015</b>

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

### 6.03 Cronograma

Tabla 25

Cronograma de Actividad del Proyecto

N.-	Actividad	Responsable	Tiempo				Resultados Esperados	
			mes	semana				
				1	2	3		4
1	Capítulo I Antecedentes 1.1 Contexto 1.2 Justificación 1.3 Definición del problema central	Santiago Castillo	Dic					Definir el concepto del problema, cubrir la Matriz T.
				X				
				X				
				X	X			
2	Capítulo II 2.1 Análisis de Involucrados 2.2 Matriz de análisis y selección de involucrado	Santiago Castillo	Dic					Realizar un análisis de los involucrados realizando mapeo y matriz de análisis.
					X			
					X	X		
3	Capítulo III 3.1 Problemas y Objetivos	Santiago Castillo	Dic					Analizar los problemas y objetivos para obtener una mejor guía en el desarrollo del proyecto.
						X	X	

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

4	Capítulo IV	Santiago Castillo	Enero				Obtener alternativas de las acciones, tamaño, localización y análisis del proyecto, observando estrategias para realizar revisión, selección y verificación de involucrados y supuestos.
	4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones			X			
	4.02 Tamaño del proyecto			X			
	4.03 Localización del proyecto			X			
	4.04 Construcción de la matriz del marco lógico			X			
4.05 Revisión de los criterios para los indicadores		X					
5	Capítulo V	Santiago Castillo	Febrero				Obtener resultados de la propuesta que se va a realizar sobre el área publicitaria, desarrollando piezas gráficas para posteriormente realizar estrategias y un plan con los medios involucrados.
	5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta			X			
	5.2 Descripción de la herramienta				X		
	5.3 Formulación del proceso de aplicación			X	X		
5.4 Brief corporativo			X				

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

	5.5 Objetivos				X			
	5.6 Grupos objetivos						X	
	5.7 Problemas comunicacionales						X	
	5.8 Estrategia comunicacional						X	
	5.9 Estrategia creativa				X	X		
	5.10 Reason why						X	
	5.11 Diseño de las piezas gráficas							X
	5.12 A.I.D.A			X				X
	5.13 Plan de medios							X
	5.14 Presupuesto de producción							X
6	Capítulo VI	Santiago Castillo	Abril					
	6.1 Recursos				X			
	6.2 Presupuesto							
	6.3 Cronograma				X			
					X	X		
								Plasmar recursos, técnicos, humanos, económico, realizar un presupuesto de gastos operativos, obtener un cronograma de las actividades realizadas durante el transcurso del proyecto.

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

7	<p>Capítulo VII</p> <p>7.1 Conclusiones</p> <p>7.2 Recomendaciones</p> <p>7.3 Bibliografía</p>	Santiago Castillo	Abril		X			Se procederá a sacar conclusiones, recomendaciones y colocar anexos que se han obtenido del proyecto realizado.
					X	X		
						X	X	
8	Presentación de dos anillados con la tesis terminada	Santiago Castillo	Abril					Se presentará el primer borrador de la tesis realizada para su aprobación final

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.

## CAPÍTULO VII

### Conclusiones y Recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

1. La campaña publicitaria expuesta tendrá un impacto positivo sobre el grupo específico.
2. Daremos a conocer un problema social perjudicial para la sociedad, mediante la aplicación de una campaña publicitaria.
3. Aplicar los medios correctos a la campaña publicitaria para ganar la atención del grupo objetivo.
4. La campaña publicitaria tuvo la finalidad de comunicar e informar el problema de la drogadicción que afecta a la juventud en la actualidad.
5. Seleccionar medios idóneos para la exposición de la campaña publicitaria.
6. Se realizó un estudio del entorno para diseñar y emplear los medios correctos para el grupo objetivo.
7. Se propuso la aplicación de canales de información afines a nuestro grupo específico para generar una campaña publicitaria clara y precisa.
8. Se empleó fotografías, tipografía, color, en la creación de artes gráficos para llegar al grupo objetivo establecido.
9. La campaña publicitaria se realizó con medios de gran difusión como lo son las redes sociales, para la mejor recepción del mensaje expuesto.

10. El diseño y elaboración de una campaña publicitaria, me ha ayudado a aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de mi carrera tecnológica en el “Instituto Tecnológico Superior Cordillera”.

## 7.02 Recomendaciones

1. Fundaciones interesadas en aporta para la realización de campañas publicitarias sociales en entidades educativas.
2. Adaptar artes gráficos correctos en la elaboración de la campaña publicitaria con el fin de preservar la integridad moral, psicológica de los estudiantes.
3. Contar con la presencia de profesional en el campo de la comunicación en problemáticas sociales con el fin de renovar el mensaje expuesto en la campaña publicitaria.
4. Presentar la campaña publicitaria a nuestro grupo objetivo para conocer lo beneficiosa de la misma.
5. Como próximo tecnólogo en la carrera de Diseño Gráfico, solicito la aplicación de este proyecto previa revisión de un profesional, con el fin de generar más campañas publicitarias en entidades educativas para que informen y comuniquen el problema de la drogadicción y como afecta a la juventud en la actualidad.

### 7.03 Bibliografía

Aprile, Orlando, la publicidad la publicidad estratégica, Argentina, Paidós, 2000,209pp.

Arens, William, Publicidad, México, McGraw Hill Interamericana, 2004, 7ma edición, 560pp.

Kotler, Philip, Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Prentice Hills, 2002, Primera Edición, 251pp.

Kropff, H.F.J., Investigación de motivaciones, Madrid, Ediciones Rial. 1971,946pp

Lomas, Carlos, El espectáculo del deseo: Usos y formas de persuasión publicitaria, México, Thomson Ediciones, 1998,254pp.

Anderson, A. (2002). "Influencias Individuales y Contextuales en Delincuencia: el Papel de la Familia Monoparental". Journal of Criminal Justice, 30 (6) ,575-588.

Baldivieso, L y Perotto, C. (2003). Manual de Prevención contra las Drogas: Quiero llegar a Ser Alguien. La Paz

Bandura, A. (1984). Teoría del Aprendizaje Social (2da ed.), Madrid: Espasa Universitaria.

Espada, J.P. (2002). Eficacia de tres intervenciones para prevenir el abuso de alcohol y drogas de síntesis en el contexto escolar. Tesis Doctoral. Universidad de Murcia.

Denzin, A. (1970). Investigación participativa, Crefal, México.



---

### Net grafía:

García R. J. A. (2000) *Mi hijo, las drogas y yo* Obtenido de:

[https://books.google.es/books/about/Mi\\_hijo\\_las\\_drogas\\_y\\_yo.html?id=1fgNyyvCgg-gC&hl=es](https://books.google.es/books/about/Mi_hijo_las_drogas_y_yo.html?id=1fgNyyvCgg-gC&hl=es)

S.N.P.D (2013,2017) *Plan Nacional del Buen Vivir* Obtenido de:

<http://www.buenvivir.gob.ec/>

Avendaño .P.J.D (2016) *Servicio de Encuesta Online y Panel Online* Obtenido

de: <http://www.netquest.com>

Page Larry (1998) *Servidor de Aplicaciones de Mapas en la Web* Obtenido de:

<http://www.googlemaps.com>

Álvarez Debans (2016) *Publicidad* Obtenido de: [http://alvarezdebans-](http://alvarezdebans-publicidad.blogspot.com/)

[publicidad.blogspot.com/](http://alvarezdebans-publicidad.blogspot.com/)

Benet. Vicente y Aldás N.E (2003) *La publicidad en el tercer sector, tendencias*

*y perspectivas de la comunicación Solidaria* Obtenido de:

<http://www.redalyc.org/pdf/105/10503717.pdf>

## 7.04 Anexos

### Formato de encuesta a los estudiantes

**NOMBRE:**

**EDAD:**

Esta encuesta tiene la finalidad de conocer su opinión acerca la aplicación de una campaña publicitaria Social y como esta beneficiara a la Institución Educativa Juan Suárez Chacón y la información proporcionada me ayudara a su desarrollo del mismo:

1.- ¿Sabe que es una Campaña Publicitaria social?

a. Sí

b. No

2.- ¿Considera beneficiosa la exposición de una Campaña Publicitaria Social en una Institución Educativa?

a. Sí

b. No

3.- ¿Qué tipo de Campaña Publicitaria Social a presenciado?

Vandalismo

Drogadiccion

Alcoholismo

Maltrato Infantil

Maltrato a la Mujer

4.- ¿Con qué frecuencia a presenciado una Campaña Publicitaria Social?

a. Siempre

b. A veces

c. Nunca

5.- ¿Usted cree que el uso de una Campaña Publicitaria Social ayuda a la comunicación e información del problema de la drogadicción en los jóvenes?

a. Sí

b. No

6.- ¿Existen cambios positivos en los jóvenes con la aplicación de la Campaña Publicitaria Social?

a. Sí

b. No

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.



7.- ¿Conoce usted la función que desempeña una Campaña Publicitaria Social?

- a. Sí
- b. No

8.- ¿Una Campaña Publicitaria Social al aplicar material gráfico, y audiovisual (videos, jingle (cuña radial), sobre un grupo específico tiene mayor acogida por los jóvenes?

- a. Sí
- b. No

9. ¿Considera usted que la aplicación de una Campaña Publicitaria Social, informa y comunica los problemas Sociales que afecta a la juventud en la actualidad?

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca

10. ¿Si en la Campaña Publicitaria Social se interactúa con los jóvenes de la Institución, se motivara el mejor entendimiento del material gráfico expuesto?

- a. Siempre
- b. A veces
- c. Nunca

---

DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA COMUNICAR E INFORMAR EL PROBLEMA DE LA DROGADICCIÓN QUE AFECTA A LA JUVENTUD EN LA ACTUALIDAD , DIRIGIDO A LOS ESTUDIANTES DEL COLEGIO "JUAN SÚAREZ CHACÓN" UBICADA EN EL SECTOR NORTE DE QUITO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN.