INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR

"CORDILLERA"

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DIRIGIDA A LA JUVENTUD SOBRE EL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LOS ANIMALES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN DEL ORIENTE ECUATORIANO

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

Autora: Zambrano Paredes Luisa Gabriela

Tutor: Ing. Marjory Cortez

Quito, Octubre 2014

DECLARATORIA

Declaro que el presente proyecto es totalmente original, auténtica y personal, se está citando las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos del autor vigentes. Las ideas, resultados y conclusiones a las que he llegado en la finalización del proyecto son de mi absoluta responsabilidad.

_____

Luisa Gabriela Zambrano Paredes

C.I.: 1725692733

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 **ZAMBRANO PAREDES LUISA GABRIELA**, 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 análisis de sistemas 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 **"ELABORACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DIRIGIDA A LA JUVENTUD SOBRE EL CUIDADO Y PROTECCIÓN DE LOS ANIMALES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN DE ORIENTE ECUATORIANO"**, 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 de concienciación sobre los animales en peligro de extinción del Oriente ecuatoriano, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: 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.

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 reconvención, 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 Octubre del dos mil catorce.

f) _____	f) _____
C.C. Nº 1725692733	Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CEDENTE	**CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Primero a Dios por ser el que me dio la sabiduría que necesitaba para llegar a donde estoy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi camino siempre haciendo que cada día pueda superarme en los objetivos que me he planteado.

A mis padres y hermano que estuvieron siempre encaminándome aconsejando en cada paso que he dado en toda mi vida y en cada momento por su apoyo incondicional para que haya culminado con una etapa muy importante en mi vida gracias a ellos y cada una de las personas que estuvieron presentes guiándome para que este proyecto fuera posible.

DEDICATORIA

Dedico la realización del presente proyecto a mis padres quienes fueron los que estuvieron conmigo siempre con su apoyo incondicional por su confianza enseñándome a ser fuerte frente a las adversidades que se presentaron para que así yo pudiera seguir adelante con mis metas y objetivos

También la dedico a mis amigos y todas las personas que de una manera estuvieron cerca de mí brindándome su ayuda compartiendo buenos y malos momentos, todos fueron importantes para la culminación de esta etapa en mi vida.

ÍNDICE GENERAL

Título **Páginas**

- Declaraciones autoría del estudiante ……..…….....i
- Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual.....ii
- Agradecimiento…….....v
- Dedicatoria……..….....vi
- Índice general…….....….....vii
- Índice de tablas…….....xiii
- Índice de figuras…….....xv
- Resumen ejecutivo…….....xix
- Abstract…….....xx
- Introducción….....xxi

Capítulo I: Antecedentes

1.01Contexto….....1

1.02 Justificación……..…..……..3

1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)……..…..……4

Capítulo II: Análisis de Involucrados

2.01 Mapeo de Involucrados……..…….……..……5

2.02 Matriz de análisis y selección con los Involucrados……...……...6

Capítulo III: Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de Problemas……..……..8

3.02 Árbol de Objetivos……...……..9

Capítulo IV: Matriz de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones……...……10

4.01.01 Tamaño del Proyecto…….……...……..10

4.01.02 Localización del Proyecto……...……11

4.01.03 Análisis Ambiental……...……...……...12

4.02 Matriz de análisis del impacto de los objetivos……..……13

4.03 Diagrama de Estrategias…….……16

4.04 Construcción de la Matriz de Marco Lógico……..……17

4.04.01 Revisión de los Criterios para los indicadores……17

4.04.02 Selección de Indicadores……..…….……22

4.04.03 Medios de verificación……..……..……26

4.04.04 Supuestos……...….……....30

4.04.05 Matriz de Marco Lógico (MML)……....33

Capítulo V: La Propuesta

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta……..……37

5.01.01 La publicidad…...…….....…....37

5.01.02 Origen de la publicidad……..……..…….…..37

5.01.03 Importancia de la publicidad…….…….……39

5.01.04 Tipos de publicidad……...……..…...39

5.01.05 La campaña publicitaria……..…….…...41

5.01.06 La comunicación…….....…...41

5.01.07 Componentes de la comunicación…….…….……42

5.01.08 Tipos de Comunicación…….…….…….....43

5.01.09 Importancia de la comunicación……..……..…….44

5.01.10 Factores que influyen en la comunicación……..……44

5.01.11 La fotografía digital…….……...…...44

5.01.12 La imagen digital…….…...…....……45

5.01.13 El color…….…….……45

5.01.14 Medios Publicitarios……...…46

5.01.15 Diseño Editorial……..47

5.01.16 Folleto…….....……...……..47

5.02. Descripción de la Herramienta…….……..48

5.02.01 Adobe Photoshop……49

5.02.02 Adobe Illustrator……49

5.02.03 Cámara Sony…….……..49

5.02.04 Cámara Canon…….……50

5.03 Formulación del proceso de aplicación...…..……...…....50

5.04 Brief……...…….....50

5.05 Grupo Objetivo……51

5.06 Problema a solucionar …….…….…….…51

5.07 Problemas comunicacionales……...…….……..52

5.08 Objetivos publicitarios……...….52

5.08 Estrategia creativa……...…….…53

5.10 Reason Why……...….…….55

5.11 Plan de medios…….……...……...……...55

5.11.01 Red social……...…….……56

5.11.02 Presupuesto……56

5.10.03 Producción……..57

5.11 Flow Chart……...……58

5.12 Diseño de Artes Publicitarios…….....…..……59

5.12.01 Red Social Facebook……..……...……...……..59

5.12.02 Flyers……..……60

5.12.03 Material POP……...……62

5.12.04 Postales……...……65

5.12.05 Folleto……..…66

5.12.05.01 Formato…….……66

5.12.05.02 Número de páginas……66

5.12.05.03 Estilos……66

5.12.05.04 Mapa de Contenido……67

5.12.05.05 Pre-prensa……..……67

5.12.05.06 Post-prensa……67

5.12.05.07 Diseño del Folleto……..68

5.13 Marketing y distribución…….……70

5.14 Imágenes Utilizadas…….……71

Capítulo VI: Aspectos administrativos

6.01 Recursos……..……..……...75

6.01.01 Humanos……75

6.01.02 Tecnológicos……..…..75

6.01.03 Económicos……77

6.02 Presupuesto……..……...……..……77

6.02.01 Gastos Operativos……..……..77

6.03 Cronograma de actividades……..……...…..……78

Capítulo VII: Conclusiones y Recomendaciones

7.01 Conclusiones……..……..…….80

7.02 Recomendaciones……..……..…….81

7.03 Bibliografía……..……82

7.04 Netgrafía……..……..……..83

7.04 Anexos……..……..……..84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla **Página**

Tabla 1:

Análisis de fuerzas T……..……4

Tabla 2:

Matriz de análisis y selección con los involucrados…….……6

Tabla 3:

Matriz de análisis de impacto de los objetivos……13

Tabla 4:

Revisión de los criterios para los indicadores…….……17

Tabla 5:

Selección de los indicadores…….……22

Tabla 6:

Medios de verificación……..……26

Tabla 7:

Supuestos……...……..…...30

Tabla 8:

Matriz Marco Lógico…….…….…….33

Tabla 9:

Red social…….……..……..56

Tabla 10:

Presupuesto……..…….…..…….56

Tabla 11:

Producción…….…….……..……...57

Tabla 12:

Flow Chart……..…….58

Tabla 13:

Estilos……..……66

Tabla 14:

Gastos Operativos……..……77

Tabla 14:

Cronograma de actividades…….……78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura **Página**

Figura 1:

Mapeo de involucrados……..…….…..5

Figura 2:

Árbol de Problemas…….……...…….…….…8

Figura 3:

Árbol de Objetivos……...…..9

Figura 4:

Matriz Análisis de alternativas…….…….……..10

Figura 5:

Ubicación física y geográfica……..……11

Figura 6:

Diagrama de estrategias …….…….…….…...16

Figura 7:

Isologotipo…….……...……...54

Figura 8:

Red Social Facebook……..……..……...59

Figura 9:

Arte Flyer 1……..…..……..…..60

Figura 10:

Arte Flyer 2……..….61

Figura 11:

Botón 1……...……..62

Figura 12:

Botón 2……...…..62

Figura 13:

Botón 3……..…...……62

Figura 14:

Botón 4……...……...…...62

Figura 15:

Diseño Camiseta……..……..……...63

Figura 16:

Diseño Bolso……...……..……...64

Figura 17:

Diseño pulsera 1……..……..…..64

Figura 18:

Diseño pulsera 2…….……..….64

Figura 19:

Postal 1 Tiro y retiro……..…..65

Figura 20:

Postal 2 Tiro y retiro……..……..65

Figura 21:

Formato……66

Figura 22:

Mapa de contenido…….…..……...……...67

Figura 23

Portada y contraportada…….…….……..……...68

Figura 24:

Contenido……...……..……68

Figura 25:

Introducción……...……..68

Figura 26:

Página 2……..……..68

Figura 27:

Página 3……...……68

Figura 28:

Página 4……..……..……...…….…...69

Figura 29

Página 5…….……...69

Figura 30

Página 6…….……..……69

Figura 31:

Página 7……..……..……...…….…...69

Figura 32:

Página 8…….……...69

Figura 33:

Página 9…….……..……69

RESUMEN EJECUTIVO

El Oriente Ecuatoriano es una región caracterizada por su inmensa riqueza natural y biológica a nivel mundial es reconocida por su maravillosa variedad de flora y fauna únicas en su especie por esto el interés de turistas nacionales y extranjeros en visitarla y conocerla. Su clima varía entre los 25 y 40 C esto hace que el ecosistema de esta región sea un bosque tropical lluvioso y haga posible que exista la más basta riqueza natural comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe, es un lugar en el que han habitado diversas etnias este ha sido de investigación y estudio del cual se han extraído conocimientos ancestrales sobe los verdaderos recursos naturales de esta región. Entre las comunidades de indígenas más reconocidas están Siona, Secoya, Cofan, Shuar, Zaparo, Huaorani, y Quichua.

Esta región del país ha sido sometida por parte de la actividad petrolera siendo un impacto ambiental que ha provocado que se destruya la selva amazónica perjudicando los ambientes naturales así como hábitats donde habitan ciento de animales endémicos como también especies de plantas los cuales al verse en este estado tan crítico se han hecho vulnerables y en peligro de extinción.

Es por ello que se pensó en realizar una campaña de concienciación sobre las especies de animales que se encuentran en peligro de extinción de la Región Amazónica para generar de esta manera una conciencia de cuidado y preservación a estas especies que han sufrido daños en su hábitats usando la información necesaria para difundirla correctamente.

ABSTRACT

The Ecuadorian east is a region characterized by its immense natural wealth and biodiversity worldwide is recognize for its wonderful variety of flora and fauna unique in your kind therefore the interest of our citizens and foreign to visit and know it. Its weather varies between 25^0C and 45^0C this makes that the ecosystem of this region be tropical rain forest and make possible that there are more natural wealth includes the provinces of Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Moronona Santiago, Zamora Chinchipe, it's a place where a different ethnic groups have inhabited this have been research and studies which have been extracted ancient knowledge about true natural resources of this region. Among the most recognized indigenous communities are Siona, Secoya, Cofan, Shuar, Zaparo, Huaorani, and Quichua.

This region has been made by the oil industry being an environmental impact that has caused the Amazon rainforest is destroyed harming the natural environment and animal habitats percent endemic species of plants and also which to be living in this state have become so critical vulnerable and endangered.

It is therefore thought that a campaign to raise awareness of animal species that are endangered of the Amazonian region thus generating a sense of care and preservation of these species that have suffered damage to their habitats using the disseminate information to correctly.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene el fin de realizar una campaña de concienciación para dar a conocer las especies de mamíferos que se encuentran en peligro crítico y en peligro del Oriente Ecuatoriano para poder desarrollarlo tomando en cuenta la falta de información que existe actualmente en la juventud sobre los riesgos que ponen a una especie en peligro así como también de realizar herramientas publicitarias las cuales cuenten con lo necesario para transmitir el mensaje de concienciación usando registros fotográficos e información de diferentes fuentes.

El objetivo principal es generar un cambio de actitud en la juventud al saber cuáles son las especies que están en peligro como también cuál es su amenaza principal lo que se dará a conocer claramente y con las medidas necesarias que esto requiera.

Desarrollando un proyecto con bases fundamentales para que sea efectivo y tenga resultados positivos una vez difundida la campaña de concienciación.

CAPITULO I

Antecedentes

1.01 Contexto

La publicidad es un medio de comunicación que ha sido utilizado desde la antigüedad para poder informar diferentes situaciones, acontecimientos, para que de esta manera se pueda logar persuadir al grupo objetivo con el mensaje que se desea comunicar y poder influir en la actitud de las personas positivamente cumpliendo con el objetivo planteado anteriormente.

La campaña de concienciación se realizará de una manera estratégica y será planificada debidamente para poder conseguir los objetivos esperados en cuanto al cuidado de las especies de animales silvestres creando así un mensaje en el cual se ponga énfasis en la problemática y que sea identificada por los jóvenes para que reflexionen sobre la protección de la vida animal.

El presente proyecto dará a conocer a la juventud actual información verídica y actualizada sobre la problemática presentada por medio de herramientas publicitarias como: Flyers, folleto, pagina en Facebook, postales, material POP, que informaran el mensaje claro y correcto de una forma llamativa con la cual se pueda captar la atención del grupo objetivo por medio de fotografías en las que puedan observar las diferentes especies que se encuentran en peligro así como sus características, localización y sus principales amenazas, es importante que la juventud esté informada debido a que la mayoría de personas desconocen sobre las diferentes circunstancias que

hacen vulnerable a la naturaleza en general siendo la prioridad los animales que se encuentran en peligro latente de extinción en la provincia del Oriente y así poder crear en la juventud una cambio de actitud por medio del mensaje de concienciación y de esta manera se puedan dar cuenta que anteriormente existía una gran diversidad de especias únicas que paulatinamente han ido desapareciendo siendo muy preocupante la situación en la que hoy se encuentran.

El Oriente Ecuatoriano es identificado y reconocido por su gran riqueza biológica así como de diferentes características que hacen único a este lugar tan privilegiado pero que viéndose afectado por diferentes motivos en su ecosistema ha provocado que los animales que lo habitan estén en riesgo permanente debido a la destrucción de su hábitat así como el tráfico de especies, la cacería fructífera etc. Una vez realizado este diagnóstico se busca poner énfasis en concienciar a la protección y cuidado hacia todo ser que habite nuestro planeta porque aún tenemos la oportunidad de crear en todos nosotros hábitos de protección desarrollando las medidas necesarias para cuidar nuestra biodiversidad. Esto se lo realizará buscado la información necesaria de esta forma minimizar el impacto ambiental que actualmente tiene este lugar.

1.02 Justificacion

La destrucción y falta de cuidado de los ecosistemas naturales así como el hábitat donde se encuentran los animales del Oriente Ecuatoriano debido a la decadente información existente puede ocasionar el desaparecimiento parcial o permanente de dichas especies por ello la presente campaña de concienciación está dirigida a la juventud que son los llamados a promover cambios en todas las personas, la falta de información sobre temas que sean relacionados a la biodiversidad generan desinterés en la población y por este motivo se realizará dicho proyecto para educar e informar a la juventud en general.

Mediante dicha Campaña se espera llegar hacia el grupo objetivo con la adecuada información valiéndose de diferentes técnicas publicitarias como flyers, folletos, postales, los cuales contengan información que sirvan para impulsarla.

Es importante reconocer que si no hacemos algo ahora lamentablemente en un futuro todas las especies podrían desaparecer por completo si queremos evitar esto estamos a tiempo de actuar ya que todos podemos contribuir de alguna forma para poder disminuir el daño en el que ahora se encuentran.

1.03 Definicion del problema central (Matriz fuerzas T)

Inadecuada comunicación sobre la conservación y protección de las especies de animales en peligro de extinción del Oriente ecuatoriano

ANALISIS DE FUERZAS T					
Situación Empeorada	**Situación Actual**				**Situación Mejorada**
Desaparición total de las especies del Oriente Ecuatoriano	Inadecuada comunicación sobre la conservación y protección de las especies de animales en peligro de extinción del Oriente ecuatoriano.				Conciencia de protección y cuidado en la población de los Animales silvestres del Oriente ecuatoriano
Fuerzas Impulsadoras	I	PC	I	PC	**Fuerzas Bloqueadoras**
Información adecuada	2	4	4	3	Desinterés de la juventud
Organizaciones a favor de las especies de animales	3	3	5	4	Falta de medios publicitarios que incentiven a la población
Utilización de técnicas publicitarias adecuadas	2	3	4	3	Poca información acerca de la biodiversidad del Oriente ecuatoriano
Material técnico necesario	1	4	5	2	Factor económico
Grupo objetivo apoya el proyecto positivamente	2	3	5	2	Juventud poco informada
Educación Ambiental	2	4	4	2	Información deficiente

Tabla 1 Análisis de Fuerzas (T)

Elaborado por: Luisa Zambrano

CAPITULO II

2.01 Análisis de involucrados

Figura 1 Árbol de Involucrados

Elaborado por: Luisa Zambrano

2.02 Matriz de análisis involucrados

Grupos	Interés sobre el problema	Problema Percibidos	Recursos y Mandatos	Interés en el proyecto	Conflictos potenciales
Diseñador	Comunicar a toda la población a cerca del cuidado y protección de los animales silvestres	Falta de la información necesaria	Recursos tecnológicos como computadoras y programas. Creatividad	Realizar una campaña de concienciación adecuada	No exista la información necesaria
Ministerio del Ambiente	Proteger y cuidar la fauna silvestre del Oriente ecuatoriano	Carente información hacia la población sobre cuidado y protección	Recursos sociales Recursos tecnológicos	Búsqueda e información de leyes que protejan la vida silvestre	Falta de interés sobre el cuidado de la fauna del Oriente Ecuatoriano
Estudiantes	Informar adecuadamente sobre técnicas que ayuden a la conservación de los animales en peligro de extinción	Insuficiente material con el cual se pueda comunicar adecuadamente	Talento humano Recursos tecnológicos	Adquirir educación y valores sobre el cuidado y protección	No sean persuadidos con la información proyectada

Turistas Nacionales y extranjeros	Mostrar interés sobre la conservación de los animales en peligro de extinción	Actividad turística provoca impacto ambiental	Recursos sociales Económico	Conocer más acerca de los diferentes animales que actualmente están en peligro	Desinterés de los turistas nacionales y extranjeros en recibir el mensaje de protección y cuidado
Reservas naturales	Implementar medidas necesarias para que sean salvaguardados	Presupuesto deficiente al mantenimiento de reservas naturales	Miembros activos	Mejorar las condiciones en las que se encuentran los animales en cautiverio	Falta de recursos económicos
Población	Concienciar acerca del cuidado que debe existir para cuidar la fauna silvestre	Escasa información sobre el impacto ambiental que actualmente existe en la vida silvestre	Recursos humanos	Incrementar el índice de valores en el cuidado de la vida silvestre así como de ,os hábitats	Bajo interés sobre el cuidado de la Fauna Silvestre

Tabla 2 Matriz análisis de selección con los involucrados

Elaborado por: Luisa Zambrano

CAPITULO III

3.01 Árbol de problemas

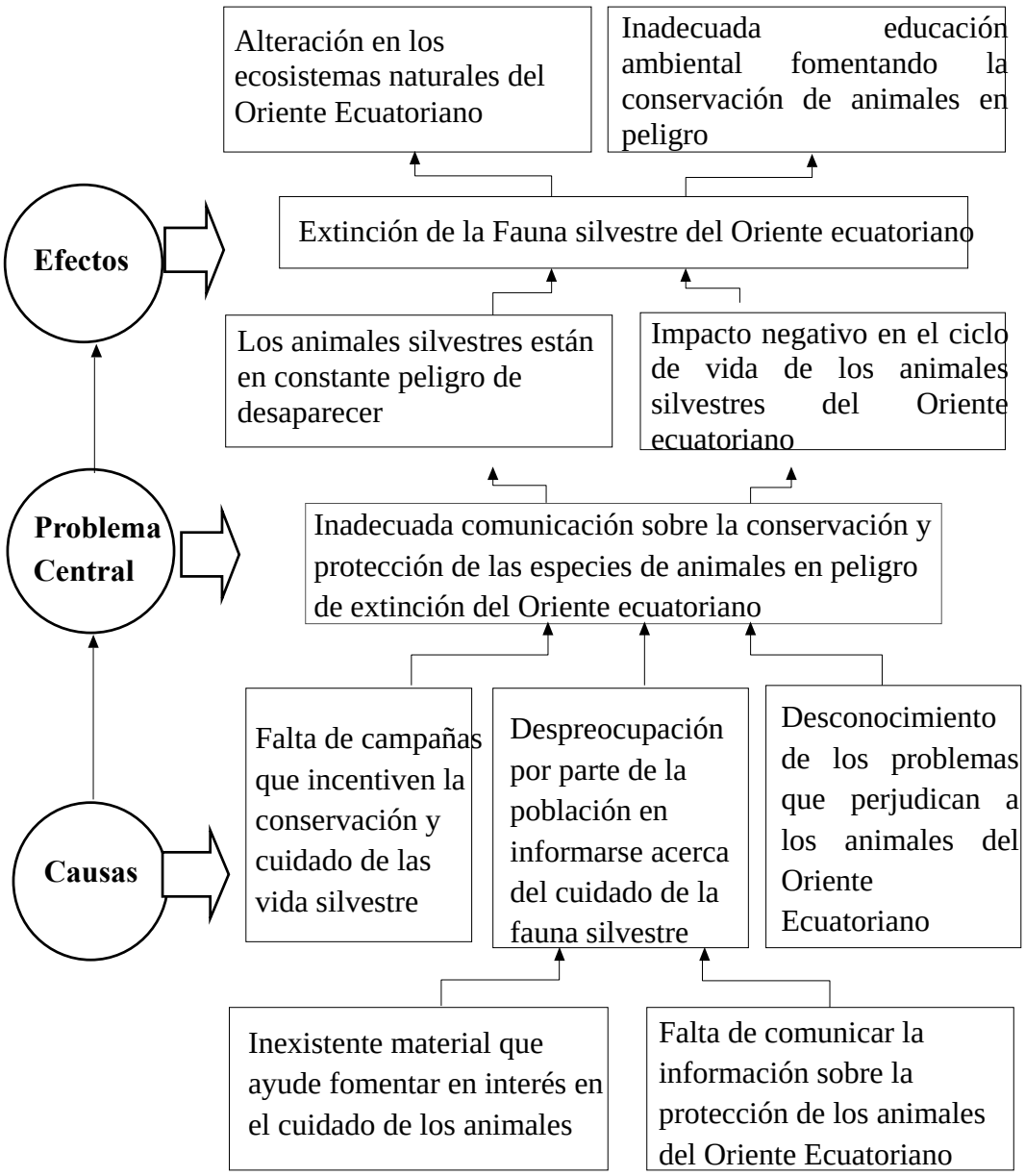


Figura 2 Árbol de Problemas

Elaborado por: Luisa Zambrano

3.02 Árbol de objetivos

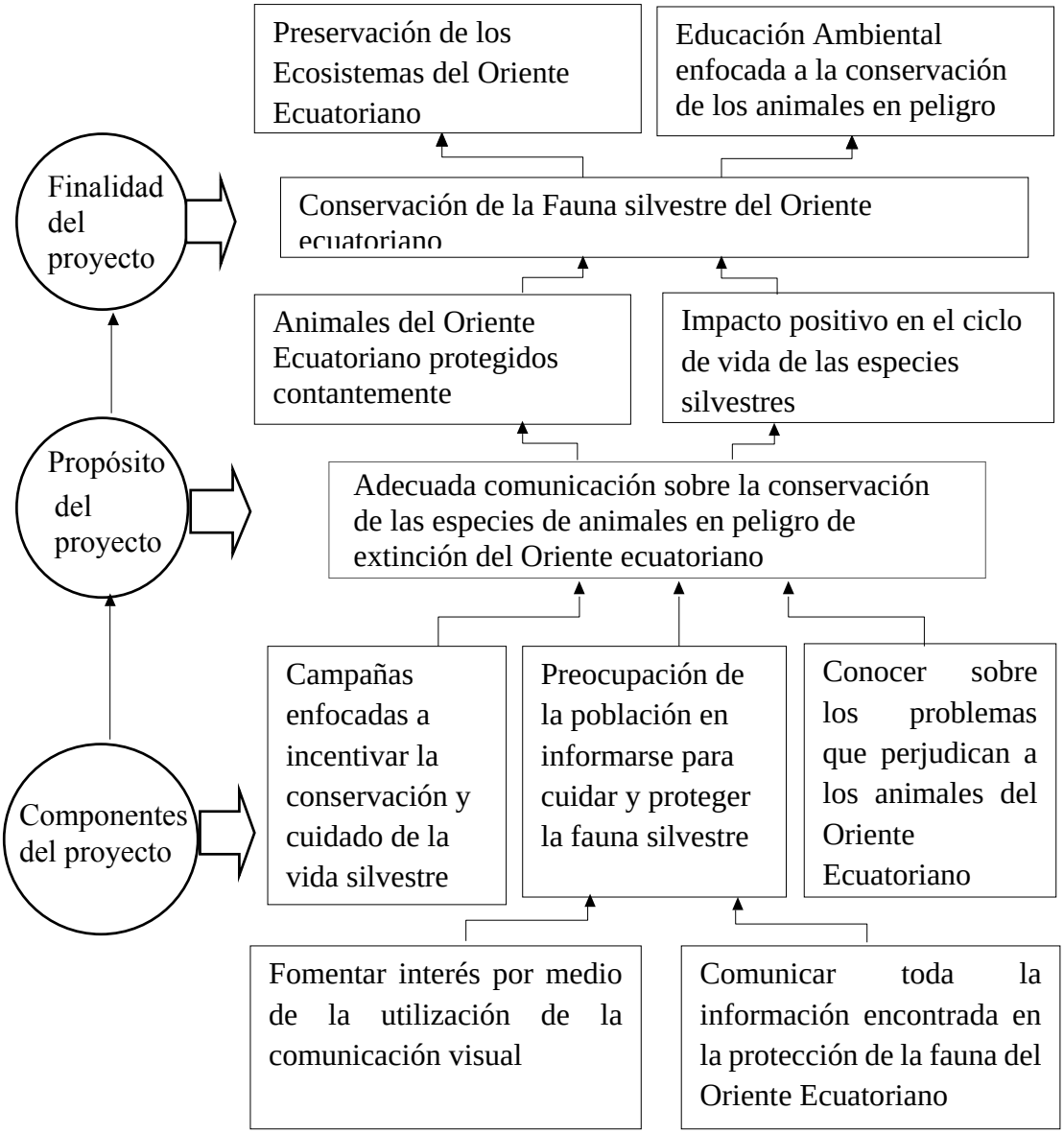


Figura 3 Árbol de objetivos

Elaborado: Luisa Zambrano

CAPITULO IV

4.01 Matriz de alternativas e identificación de acciones

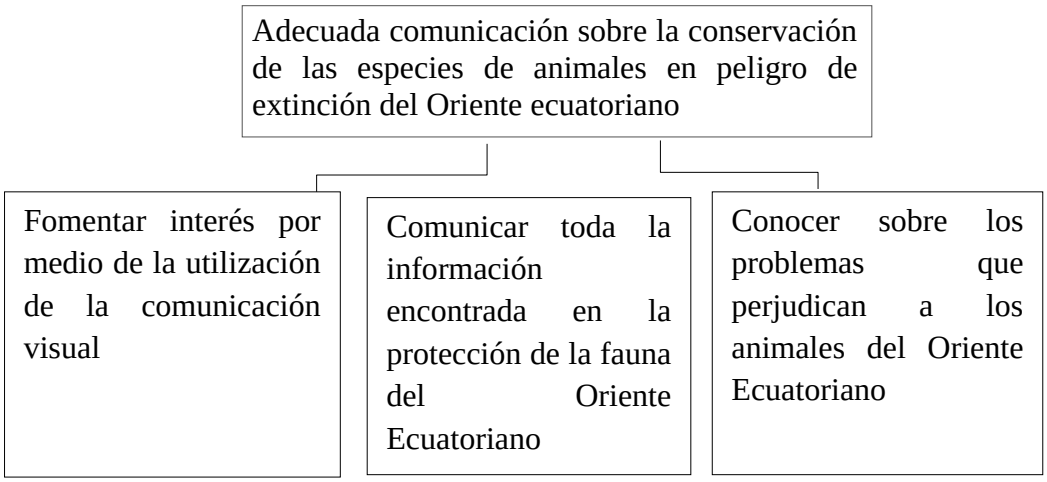


Figura 4 Matriz de análisis de alternativas e identificación de Acciones

Elaborado: Luisa Zambrano

4.01.01 Tamaño del proyecto

El proyecto será difundido a la juventud para concienciar sobre los animales en peligro de extinción del Oriente Ecuatoriano, esperando encontrar una respuesta positiva una vez difundido para poder ser un material de apoyo para la investigación.

4.01.02 Localización del proyecto

El proyecto se lo realizará en el Oriente Ecuatoriano en la provincia de Pastaza en donde se pudo determinar la ubicación de los animales en peligro de extinción y que se encuentran en la lista roja.

Figura 5 Ubicación física y geográfica

Fuente: http//maps.google.es/

401.03 Análisis ambiental

Análisis Positivo: El siguiente proyecto tiene como finalidad dar a conocer las especies en peligro de extinción del oriente Ecuatoriano y por ende se desea mejorar la situación actual de estos animales creando así conciencia de preservación en la juventud actual

Análisis Negativo: : El proyecto tiene un impacto negativo ya que se utilizara materiales como papel y otros que contaminan el medio ambiente pero más adelante se piensa utilizar materiales reciclables que no perjudiquen directamente el medio ambiente

4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

MATRIZ DE ANALISIS DE ALTERNATIVAS							
Objetivos	**Impacto sobre el Propósito**	**Factibilidad Técnica**	**Factibilidad Financiera**	**Factibilidad Social**	**Factibilidad Política**	**Total**	**Categoría**
Preservación de los Ecosistemas del Oriente Ecuatoriano	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Educación Ambiental enfocada a la conservación de los animales en peligro	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Conservación de la Fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano	5	3	3	4	3	**18**	alta
Animales del Oriente Ecuatoriano protegidos contantemente	5	5	4	5	3	**22**	Alta

Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres	3	4	3	4	3	**17**	Media Alta
Campañas enfocadas a incentivar la conservación y cuidado de la vida silvestre	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Preocupación por la población en informarse para cuidar y proteger la fauna silvestre	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Fomentar interés por medio de la	5	5	4	5	3	**22**	Alta

Conciencia en la población de la preservación y cuidado de la fauna silvestre	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Incentivar valores de cuidado y protección de los animales del Oriente Ecuatoriano	5	5	4	5	3	**22**	Alta
Total	55	55	44	55	33	**242**	

Tabla 3: Matriz de análisis de impacto

Elaborado: Luisa Zambrano

4.03 Diagrama de estrategias

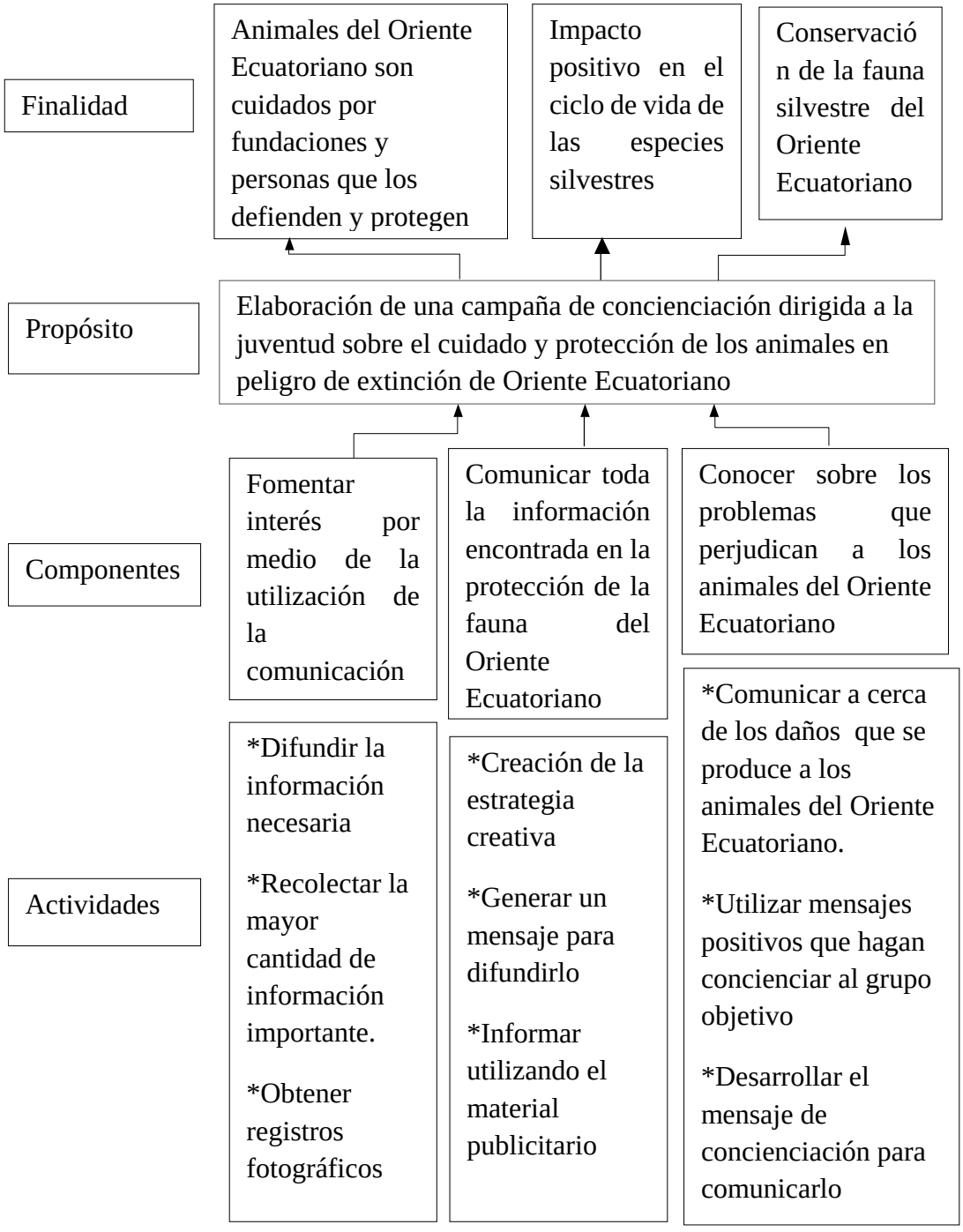


Figura 6: Diagrama de Estrategias

Elaborado: Luisa Zambrano

4.04 Construcción de la matriz de marco lógico

4.04.01 Revisión de los criterios para los Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	**Calidad**	**Tiempo**	**Lugar**	**Grupo Social**
Fin	**F.1** Animales del Oriente Ecuatoriano son cuidados por fundaciones y personas que los defienden y protegen.	La juventud es persuadida por medio del mensaje de concienciación.	80%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	F.2 Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres.	Existe conciencia sobre las especies silvestres	85 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	F.3 Conservación de la fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano.	La juventud genera acciones positivas para cuidad la vida animal.	90 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años

Propósito	P.1 Elaboración de una campaña de concienciación dirigida a la juventud sobre el cuidado y protección de los animales en peligro de extinción de Oriente Ecuatoriano.	La juventud desarrolla acciones que beneficien la Fauna Silvestre.	80%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
Componentes	C.1 Fomentar interés por medio de la utilización de la comunicación visual.	La Fauna silvestre es protegida constantemente.	95%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	C2 Comunicar toda la información encontrada en la protección de la fauna del Oriente Ecuatoriano.	La información es difundida mediante el material publicitario correcto.	80%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	C.3 Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano.	Se genera la atención requerida por parte de las personas.	90%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años

Actividades	A1 Difundir la información necesaria	Genera un impacto positivo sobre los animales en peligro	90 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A.2 Recolectar la mayor cantidad de información importante.	Se genera protección de los animales en peligro	90 %	Alta	6meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A3 Obtener registros fotográficos	Imagen de buena calidad	85 %	Alta	5 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A4 Creación de la estrategia creativa	Desarrollo de herramientas comunicacionales	85 %	Alta	6 meces	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años

	A5 Generar un mensaje para difundirlo	Los jóvenes tienen conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado	85%	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A6 Informar utilizando el material publicitario	La información es difundida de una manera directa hacia las personas	85 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A7 Comunicar a cerca de los daños que se produce a los animales del Oriente Ecuatoriano.	Se crea un impacto positivo en la juventud del valor hacia la vida animal	95 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años
	A8 Utilizar mensajes positivos que hagan concienciar al grupo objetivo	la juventud muestra actitudes de preservación de los animales en peligro	85 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años

	A9 Desarrollar el mensaje de concienciación para comunicarlo	Se genera una conciencia positiva en los jóvenes	95 %	Alta	6 meses	Oriente	Jóvenes de 18 a 25 años

Tabla 4: Revisión de criterios de indicadores

Elaborado: Luisa Zambrano

4.04.02 Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador de indicador					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
F-1	Animales del Oriente Ecuatoriano son cuidados por fundaciones y personas que los defienden y protegen	La juventud es persuadida por medio del mensaje de concienciación	X	X		X	X	4	Si
F-2	Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres	Existe conciencia sobre las especies silvestres	X	X		X	X	4	Si
F-3	F.3 Conservación de la fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano.	La juventud genera acciones positivas para cuidad la vida animal	X	X		X	X	4	Si
P.1	Elaboración de una campaña de concienciación dirigida a la juventud sobre el cuidado y protección de los animales en peligro de extinción de Oriente Ecuatoriano	La juventud desarrolla acciones que beneficien la Fauna Silvestre	X	X	X	X	X	5	Si

C.1	Fomentar interés por medio de la utilización de la comunicación visual	La Fauna silvestre es protegida constantemente	X	X		X	X	4	Si
C.2	Comunicar toda la información encontrada en la protección de la fauna del Oriente Ecuatoriano	La información es difundida mediante el material publicitario correcto	X	X			X	3	No
C.3	Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano	Se genera la atención requerida por parte de las personas	X	X		X	X	4	Si
A1	Difundir la información necesaria	Genera un impacto positivo hacia la juventud en general sobre los animales en peligro	X	X		X	X	4	Si
A2	Recolectar la mayor cantidad de información importante.	Se genera protección de los animales en peligro	X	X		X	X	4	Si

A3	Obtener registros fotográficos	Imagen de buena calidad	X	X	X	X	X	5	Si
A4	Creación de la estrategia creativa	Desarrollo de herramientas comunicacionales	X	X	X	X	X	5	Si
A5	Generar un mensaje para difundirlo	Los jóvenes tienen conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado	X	X	X	X	X	5	Si
A6	Informar utilizando el material publicitario	La información es difundida de una manera directa hacia las personas	X	X	X	X	X	5	Si
A7	Comunicar a cerca de los daños que se produce a los animales del Oriente Ecuatoriano.	Se crea un impacto positivo en la juventud del valor hacia la vida animal	X	X		X	X	4	Si

A8	Utilizar mensajes positivos que hagan concienciar al grupo objetivo	la juventud muestra actitudes de preservación de los animales en peligro	X	X		X	X	4	Si
A9	Desarrollar el mensaje de concienciación para comunicarlo	Se genera una conciencia positiva en los jóvenes	X	X		X	X	4	Si

Tabla 5 Selección de Indicadores

Elaborado: Luisa Zambrano

A: Es claro

B: Existe información disponible

C: Es tangible y se puede observar

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

E: Es representativo

4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de información	Método de recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
Fin 1	Animales del Oriente Ecuatoriano son cuidados por fundaciones y personas que los defienden y protegen	La juventud es persuadida por medio del mensaje de concienciación	Archivos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
F2	Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres	Existe conciencia sobre las especies silvestres	Documentos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
F3	Conservación de la fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano	La juventud genera acciones positivas para cuidad la vida animal	Documentos	Observación directa	Cuantitativo	6 meses	Investigador

P.1	Elaboración de una campaña de concienciación dirigida a la juventud sobre el cuidado y protección de los animales en peligro de extinción de Oriente Ecuatoriano	La juventud desarrolla acciones que beneficien la Fauna Silvestre	Documentos	Observación Directa	Cualitativo	6 meses	Investigador
C1	Fomentar interés por medio de la utilización de la comunicación visual	La Fauna silvestre es protegida constantemente	Internet	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
C2	Comunicar toda la información encontrada en la protección de la fauna del Oriente Ecuatoriano	La información es difundida mediante el material publicitario correcto	Archivos	Observación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
C3	Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano	Se genera la atención requerida por parte de las personas	Libros	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador

A1	Difundir la información necesaria	Genera un impacto positivo sobre los animales en peligro	Documentos	Observación	Cuantitativo	6 eses	Investigador
A2	Recolectar la mayor cantidad de información importante.	Se genera protección de los animales en peligro	Documentos	Observación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A3	Obtener registros fotográficos	Imagen de buena calidad	Documentos	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
A4	Creación de la estrategia creativa	Desarrollo de herramientas comunicacionales	Documentos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A5	Generar un mensaje para difundirlo	Los jóvenes tienen conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado	Documentos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador

A6	Informar utilizando el material publicitario	La información es difundida de una manera directa hacia las personas	Archivos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A7	Comunicar a cerca de los daños que se produce a los animales del Oriente Ecuatoriano.	Se crea un impacto positivo en la juventud del valor hacia la vida animal	Libros	Observación	Cualitativo	6 meses	Investigador
A8	Utilizar mensajes positivos que hagan concienciar al grupo objetivo	la juventud muestra actitudes de preservación de los animales en peligro	Archivos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador
A9	Desarrollar el mensaje de concienciación para comunicarlo	Se genera una conciencia positiva en los jóvenes	Documentos	Investigación	Cuantitativo	6 meses	Investigador

Tabla 6 Medios de verificación

Elaborado: Luisa Zambrano

4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Factor de riesgos				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
F1	Animales del Oriente Ecuatoriano son cuidados por fundaciones y personas que los defienden y protegen	La juventud no es persuadida por medio del mensaje de concienciación	x		x		
F2	Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres	Inexistente conciencia sobre las especies silvestres	x		x		x
F3	Conservación de la fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano	La juventud no genera acciones positivas para cuidar la vida animal	x		x		x
P1	Elaboración de una campaña de concienciación dirigida a la juventud sobre el cuidado y protección de los animales en peligro de extinción de Oriente Ecuatoriano	No de desarrollan acciones que beneficien a los animales en peligro	x		x		x

C1	Fomentar interés por medio de la utilización de la comunicación visual	Distinto interés por parte de la juventud en general	x		x		x
C2	Comunicar toda la información encontrada en la protección de la fauna del Oriente Ecuatoriano	Deficiente información que ayude a persuadir a las personas	x		x		x
C3	Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano	Falta de apoyo de las personas en general	x				x
A1	Difundir la información necesaria	El proyecto no tenga el apoyo requerido	x		x		x
A2	Recolectar la mayor cantidad de información importante.	No se genera la protección de los animales en peligro	x		x		x
A3	Obtener registros fotográficos	Deficientes imágenes de buena calidad	x		x		x

A4	Creación de la estrategia creativa	Falta de herramientas comunicacionales	x				x
A5	Generar un mensaje para difundirlo	Los jóvenes no toman conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado	x		x		x
A6	Informar utilizando el material publicitario	La información no es difundida de una manera directa hacia las personas	x		x		x
A7	Comunicar a cerca de los daños que se produce a los animales del Oriente Ecuatoriano.	No se genera impacto en la juventud del valor hacia la vida animal	x		x		X
A8	Utilizar mensajes positivos que hagan concienciar al grupo objetivo	la juventud no muestra actitudes de preservación de los animales en peligro	x				x
A9	Desarrollar el mensaje de concienciación para comunicarlo	Los jóvenes no tienen conciencia sobre los animales en peligro	x		x		x

Tabla 7 Supuestos

Elaborado: Luisa Zambrano

4.04.05 Matriz de Marco Lógico

RESUMEN NARRATIVO	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION		SUPUESTOS
FINES		**Fuetes de información**	**Método de recolección**	
Animales del Oriente Ecuatoriano son cuidados por fundaciones y personas que los defienden y protegen	La juventud es persuadida por medio del mensaje de concienciación	Archivos	Investigación	La juventud no es persuadida por medio del mensaje de concienciación
Impacto positivo en el ciclo de vida de las especies silvestres	Existe conciencia sobre las especies silvestres	Documentos	Investigación	Inexistente conciencia sobre las especies silvestres
Conservación de la fauna silvestre del Oriente Ecuatoriano	La juventud genera acciones positivas para cuidad la vida animal	Documentos	Observación directa	La juventud no genera acciones positivas para cuidar la vida animal

PROPÓSITO				
Elaboración de una campaña de concienciación dirigida a la juventud sobre el cuidado y protección de los animales en peligro de extinción de Oriente Ecuatoriano	La juventud desarrolla acciones que beneficien la Fauna Silvestre	Documentos	Observación Directa	No de desarrollan acciones que beneficien a los animales en peligro
COMPONENTES				
Fomentar interés por medio de la utilización de la comunicación visual	La Fauna silvestre es protegida constantemente	Investigación	Investigación	Distinto interés por parte de la juventud en general
Comunicar toda la información encontrada en la protección de la fauna del Oriente Ecuatoriano	La información es difundida mediante el material publicitario correcto	Observación	Observación	Deficiente información que ayude a persuadir a las personas
Conocer sobre los problemas que perjudican a los animales del Oriente Ecuatoriano	Se genera la atención requerida por parte de las personas	Investigación	Investigación	Falta de apoyo de las personas en general

ACTIVIDADES				
Difundir la información necesaria	Genera un impacto sobre los animales en peligro	Internet	Observación	El proyecto no tenga el apoyo requerido
Recolectar la mayor cantidad de información importante.	Se protección de los animales en peligro	Archivos	Observación	No se genera la protección de los animales en peligro
Obtener registros fotográficos	Imagen de buena calidad	Libros	Observación	Deficientes imágenes de buena calidad
Creación de la estrategia creativa	Desarrollo de herramientas comunicacionales	Internet	Investigación	Falta de herramientas comunicacionales
Generar un mensaje para difundirlo	Los jóvenes tienen conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado	Archivos	Investigación	Los jóvenes no toman conciencia sobre la protección de los animales y su cuidado
Informar utilizando el material publicitario	La información es difundida de una manera directa hacia las personas	Libros	Investigación	La información no es difundida de una manera directa hacia las personas

Comunicar a cerca de los daños que se produce a los animales del Oriente Ecuatoriano.	Se crea un impacto positivo en la juventud del valor hacia la vida animal	Internet	Observación	No se genera impacto en la juventud del valor hacia la vida animal
Utilizar mensajes positivos que hagan concienciar al grupo objetivo	la juventud muestra actitudes de preservación de los animales en peligro	Archivos	Investigación	la juventud no muestra actitudes de preservación de los animales en peligro
Desarrollar el mensaje de concienciación para comunicarlo	Se genera una conciencia positiva en los jóvenes	Libros	Investigación	Los jóvenes no tienen conciencia sobre los animales en peligro

Tabla 8 Matriz de Marco Lógico

Elaborado: Luisa Zambrano

CAPITULO V

5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

5.01.01 La publicidad

Es un medio utilizado para transmitir un mensaje o promocionar un producto mediante el uso de cualquier medio o campaña comercial masiva con el fin de alcanzar el objetivo de promoción y venta del producto, para esto se debe tomar en cuenta el producto o servicio que se ofrece y el público a quien va dirigido, dando al mensaje y el trabajo necesario para alcanzar su nivel máximo de atención por parte del receptor y obtener un alto porcentaje de eficacia.

La publicidad en conclusión es una forma de comunicación por medio de la cual podemos dar a conocer diferentes servicios y productos en general, que es ayudada por medio de mensajes, estrategias y objetivos que se los realiza anteriormente para saber cuál es el fin y el propósito y a que publico va dirigida proyectada hacia un grupo objetivo el cual va a ser persuadido por el mensaje que se dé a conocer mediante el medio publicitario.

5.01.02 Origen de la publicidad

La publicidad data desde tiempos remotos cuando el ser humano tuvo la necesidad de promocionar los productos que tenía y así poder comercializarlos, para esto la manera más común de hacerlo era de manera oral hablando sobre el producto que el individuo tenía dando a conocer sus características

convenciendo a las personas que les iba a ser útil en su vida diaria y de que lo necesitaban como una evidencia de la antigua publicidad tenemos una tablilla de arcilla encontrada en babilonia en donde se pudo observar inscripciones de lo que podría ser un comerciante de ungüentos y era por medo de esa tablilla como los comercializaba usándolo como publicidad, en la ciudad de Tebas encontramos el primer escrito publicitario, entre los varios papiros egipcio encontramos lo que podría ser el primer reclamos publicitario, los papiros fueron laminas delgadas que se obtenían de la planta del mismo nombre papiro en la cual se podían escribir o dibujar como el papel de hoy en día, en las ruinas del antiguo Pompeya por el año del 1821 se encontraron una variedad de anuncios publicitarios en las que se pudo observar vendedores de vinos, panaderos, joyeros, tejedores entre otros , en Roma y Grecia encontramos al pregonero que era un hombre que anunciaba la llegada de los productos que se comercializaban en esa época y así continuo hasta la edad media en donde dueños de tabernas promocionaban sus vinos y así continuaron avanzando hasta implementar a sus anuncios música , danza, tramas relacionadas con el producto y así llegar a la publicidad de nuestros tiempos.

(Fuente Tomada de http://www.monografias.com/trabajos93/sobre-publicidad/sobre-publicidad.shtml)

5.01.03 Importancia de la publicidad

La importancia de la publicidad nace de las necesidades que tienen las empresas y comercios de publicitar a diversos niveles de masividad social los productos y servicios que se ofrece al público, a través de estrategias que lleguen a la audiencia y convenzan de su consumo, la publicidad debe influir sobre el público de tal manera que motiven al consumo o que sienta la necesidad de poseer el producto o servicio y así la empresa o comercio lleguen a cumplir su objetivo de venta.

5.01.04 Tipos de publicidad

La publicidad de marca: Esta es una herramienta utilizada para el desarrollo de una marca, para que esta sea reconocida a nivel masivo generando consumidores fieles y que sientan confianza en el producto, este tipo de publicidad es a largo plazo ya que sus resultados se verán con el pasar del tiempo si la marca pega o no dentro del posicionamiento comercial.

Publicidad detallista o local: esta publicidad tiene como fin promocionar productos de un mismo mercado dentro de una zona limitada.

Publicidad de respuesta directa: Este es un medio publicitario por el cual el público envía una respuesta directa de su consumo esto mediante una tabulación de datos obtenidos por medios electrónicos con una respuesta directa con esto podremos ver si la publicidad funciona o no y realizar los cambios correctivos para mejorarla.

Publicidad de negocio a negocio: Este tipo de publicidad va dirigida de una empresa a otro como por ejemplo una empresa de tecnología necesita los servicios de una empresa de publicidad para que promocionen sus nuevos productos de ese modo ambas empresas obtiene sus objetivos una que es comunicar sus nuevos productos y la otra obtener una remuneración por sus servicios de publicidad.

La publicidad institucional: Está enfocada en crear una identidad corporativa este tipo de publicidad tiene el fin de ser reconocida netamente como una organización hacia el público.

Publicidad sin fines de lucro: Este tipo de publicidad va enfocada al apoyo a fundaciones que buscan el bien de la sociedad mediante un mensaje que incite al público a donar algún tipo de objeto o dinero.

Publicidad de servicio público: Este tipo de publicidad va enfocada a programas en beneficio del público como campañas en contra el uso de dogas. De esto se encargan los profesionales quienes lo hacen como una contribución con la sociedad sin esperar una remuneración.

5.01.05 Campaña publicitaria

Una campaña publicitaria es la emisión masiva de un mensaje a trasvés de diferentes medios de comunicación con el fin de dar a conocer un producto o servicio dentro de un tiempo específico.

Esta campaña tendrá como base un tema desde donde se partirá para visualizar los recursos a utilizar para la construcción de la propaganda, el tema central o mensaje central deberá ser plasmado en las actividades que se realizan dentro de la promoción, es decir si la campaña publicitaria se trata de zapatos deberán plasmar situaciones y escenarios relacionados con el producto a promocionar.

La campaña deberá ser llevada de una manera estratégica para así alcanzar los objetivos planteados por la empresa, esta campaña tendrá una duración aproximada de un año o menos por lo que sus resultados serán a corto plazo.

La campaña publicitara deberá tener un plan el cual resumirá toda las situación del mercado como las tácticas y estrategias a utilizar en la promoción del producto aquí se deberá demostrar las la creatividad para realizar el comercial y los medios por los cuales van a ser difundidos.

5.01.06 La comunicación

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir ideas, pensamientos o intercambiar información, desarrollando relaciones interpersonales en las cuales existirá un emisor un receptor y un mensaje, dando inicio a un ciclo en donde el emisor enviara un mensaje al receptor y

continuando con el ciclo en donde el recepto se convertirá en emisor siendo reciproco y enviando un mensaje en forma de respuesta al emisor que se vuelve receptor.

5.01.07 Componentes de la comunicación

"**El codificador:** Es el origen del mensaje; puede ser cualquier persona, grupo o institución, que genere un mensaje para transmitirlo."

El emisor: Es la persona que emite el mensaje o la fuente de donde parte la idea y la transmite

El receptor: Es la persona que recibe, capta o a quien va dirigido el mensaje

El mensaje: Es el contenido expresado y transmitido por el emisor al receptor, el cual está integrado por tres elementos:

El código: Es el sistema estructurado de signos, como el lenguaje español, inglés, chino, alemán, francés, etc., o bien, otros tipos de lenguajes como el de la música.

El contenido: son las ideas que constituyen el mensaje; es lo que se comunica

El tratamiento: es la elección de un "estilo" o modo de decir las cosas, con el objetivo de facilitar la comprensión del mensaje, debido a la probabilidad de que, si el lenguaje es inapropiado, el contenido de ideas puede no tener significado para el receptor.

El canal: El canal es el medio por el cual se transmite el mensaje como una carta, un fax, televisión, etc. "Los mismos sentidos físicos son canales que transportan información al cerebro."

"**La retroalimentación:** Es el elemento clave que propicia la interacción o transacción entre el emisor y el receptor, ya que ambas partes se aseguran de que el mensaje fue recibido y compartido".

El ruido: El ruido es un obstáculos que evitan que el contenido del mensaje llegue correctamente a su destino esto puede provocar confusiones o malos entendidos entre el emisor y el receptor.

"**El contexto:** Se refiere al ambiente físico, la situación social y el estado psicológico en que se encuentran emisor y receptor en el momento de la comunicación". (Fonseca Yerena, María del Socorro; Correa Pérez, Alicia; Pineda Ramírez, María Ignacia y Francisco Javier Lemus Hernández, Comunicación Oral y Escrita, México, 2011)

5.01.08 Tipos de comunicación

Comunicación verbal: la comunicación verbal es el conjunto de signos lingüísticos orales o escritos expresados a través de símbolos o ideas con el fin de expresar algo o simplemente intercambiar información.

Comunicación no verbal: es la expresión de sentimientos o ideas a través de movimientos y señas sin la necesidad de utilizar los signos lingüísticos.

5.01.09 Importancia de la comunicación

Su importancia parte de la necesidad de comunicar todo tipo de sentimientos emociones y pensamientos que tienen los seres humanos además de las relaciones interpersonales que se logran gracias a ella.

Se ha llegado a evolucionar todas las formas y medios de comunicación gracias a la tecnología así personas sin importar el lugar en donde se encuentren puedan establecer comunicación entre sí.

5.01.10 Factores que influyen en la comunicación

Una buena comunicación dependerá de varios factores como el tono de voz, la pronunciación, el ruido del ambiente en donde se desenvuelve la comunicación, la postura los gestos la velocidad con la que se habla. Entre otros si se logra dominar todos estos factores al momento de comunicar algo tendremos un buen entendimiento y una buena comunicación entre ambas partes.

5.01.11 La fotografía digital

La fotografía digital ha sido un gran descubrimiento a lo largo de la nuestras vidas, anteriormente se realizaba un largo proceso para poder obtener una fotografía, pero con este adelanto tecnológico es posible visualizar en el momento que se está realizando la toma y obtener la fotografía al instante.

5.01.12 La imagen digital

La imagen digital ha sido una revolución en el campo de la fotografía profesional y aún más en los aficionados que sin importar la experiencia como fotógrafo pueden utilizar varias técnicas para mejorar sus fotos y darles su toque personal y obtener unas imágenes muy profesionales.

La fotografía digital será una revolución que evolucionara aún más con el pasar del tiempo gracias a ella se podrán conservar las imágenes en un ordenador sin que se puedan dañar con el pasar del tiempo.

5.01.13 Color

"Como la mayoría de las cosas que nos rodea tenemos a tomar el color como algo ya establecido. Si se nos aparece excepcional o inesperado, como una dramática puesta de sol o un brillante coche rosa, suele motivarnos, pero también es posible que no le demos importancia. El fotógrafo debe aprender a ver los colores, individualmente, en los sujetos que quiere fotografiar, ver cómo reaccionan los unos con los otros, saber si contribuirán o no a la calidad de la fotografía y, si es así, ver cómo actúan en la composición de la imagen."

(Michael Busselle, Introduccion a la Fotografia, Editorial Vidorama-Jaimes. Barcelona en 1981.)

5.01.14 Medios publicitarios

Son canales que son utilizados por la publicidad para anunciar los productos o servicios de una manera más clara y directa así poder persuadir al receptor los principales medios publicitarios son:

La prensa (periódicos, revistas): Es un medio publicitario con un alto índice de credibilidad debido a que es un medio malvivo puede llegar a más cantidad de personas, es un medio utilizado para informar y así la publicidad puede ser extensa como también directa.

La televisión: Es accesible a un gran número de personas, es un medio que se caracteriza por ser claro y de gran impacto que atrae más la atención por parte del receptor, es por ello que la publicidad en este medio es latamente efectiva.

La radio: Es un medio con audiencia selectiva, es flexible por ende puede llegar a cualquier parte del país, la publicidad en este medio es de bajo costo.

Cine: Produce una mayor atracción en el público con relación a otros medios su comunicación es audiovisual lo que facilita la difusión del mensaje.

Los medios exteriores: Es un medio que se lo utiliza para estar en contacto directo con el público objetivo, el mensaje que contenga debe ser claro y sencillo.

Internet: Es una publicidad caracterizada por ser personalizada es decir el usuario recibe el mensaje en su pantalla directamente, es un medio masivo con un gran potencial.

5.01.15 Diseño Editorial

Es una rama del diseño gráfico enfocada a la realización y maquetación de diferentes publicaciones como revistas, libros o periódicos incluye también el desarrollo de las gráficas internas y externas así como de los textos que se van a utilizar creando un concepto que defina a la publicación, para una ejecución efectiva se debe tomar en cuenta: El tema, el objetivo de comunicación, la información adecuada, elementos necesarios, tipografía adecuada.(Fuente tomada de : http://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_editorial)

5.01.16 Folleto

Es un documento que se caracteriza por su baja cantidad de hojas y que se lo realiza con la finalidad de transmitir información clara y directa.

En el que se puede utilizar gran cantidad de imágenes, así los folletos deben ser llamativos para captar inmediatamente la atención del público a quien se lo va entregar.

Son utilizados mayormente en campañas publicitarias, en agencias de viajes, empresas y de servicios en general. Deben ser de un tamaño adecuado para ser utilizado con facilidad.

5.02 Descripción de la herramienta

El Oriente Ecuatoriano es un lugar lleno de riqueza natural que al verse sometido a diferentes aspectos negativos como la destrucción y contaminación de los ambientes naturales así como los hábitat de las diferentes especies han hecho que algunos animales silvestres se encuentren en constante peligro de extinción

La realización de una campaña de concienciación a cerca de los animales que se encuentran en peligro del Oriente ecuatoriano tiene como finalidad entregar la información importante de los animales que están en peligro hacia los jóvenes para así lograr una conciencia ambiental y que puedan de esta manera conocer lo que está ocurriendo con los daños que se ha provocado hacia su hábitat natural.

Para el desarrollo de la campaña se conseguirán los recursos necesarios como fotografías las cuales serán tomadas a los animales que estén peligro en su hábitat natural, desarrollando la investigación adecuada para poderla desarrollar eficazmente

Para la creación de la campaña de concienciación de los animales en peligro de extinción del Oriente Ecuatoriano fue indispensable de la utilización de:

5.02.01 Adobe Photoshop

Es un programa indispensable en el diseño gráfico que se lo utiliza para dar realce a las fotografías así como también retocar, modificar y transformar imágenes, es muy importante esta herramienta en desarrollo del proyecto porque gracias a ella se podrá combinar sus diferentes Herramientas para lograr un trabajo de calidad

5.02.02 Adobe Illustrator

Adobe Illustrator (AI) es una herramienta de mucha utilidad con la cual se puede desarrollar imágenes vectoriales en un área denominada como mesa de trabajo, en la cual se puede crear imágenes ilustradas así como diagramación dentro del diseño gráfico.

Gracias a este programa se podrá realizar diferentes procesos a la hora de maquetar y desarrollara las diferentes imágenes vectoriales

5.02.03 Cámara Sony:

Nombre completo modelo:	Sony Cyber-shot DSC-H5
Resolución:	7,20 megapíxeles
Tamaño del sensor:	1 / 2.5"
Lente:	12.00x zoom (eq 36-432mm.)
Visor:	EVF / LCD

5.02.04 Cámara Canon

Nombre completo modelo:	Canon PowerShot SX30 IS
Resolución:	12,1 MP
Tamaño del sensor:	1/2.3 pulgadas
Lente:	35x optical zoom

5.03 Formulación del proceso de aplicación

El proceso de aplicación se lo realizará por medio de una campaña de concienciación dirigida hacia la juventud para que puedan conocer las especies de animales silvestres en peligro de extinción en lo cual se desarrollarla artes publicitarios como flyers, postales y folletos los cuales son necesarios para llegar efectivamente con el mensaje de cuidado y protección de los animales en peligro captando así la atención de la juventud.

5.04 Brief

La Región Amazónica es distinguida nivel mundial por la gran diversidad biológica que existe en este lugar, comprende de las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe. Su área está comprendida dentro de 120.000 Km² de una abundante vegetación, se caracteriza por su ecosistema de bosques húmedo-tropicales.

La realización de la campaña de concienciación está orientada a beneficiar positivamente al impacto ambiental que se ha dado hacia los animales que ahora se encuentran en peligro por la falta de información por lo que se está generando acciones que puedan prevenir la extinción de ciertas especies silvestres.

5.05 Grupo Objetivo

Género: Hombres y Mujeres

Edad: 18 a 25 años

Ubicación: Distrito Metropolitano de Quito

Nivel Socioeconómico: Medio – Medio alto

Ocupación: Estudiantes-Profesionales

5.06 Problema a solucionar

Existe una deficiente información hacia la juventud en cuanto al cuidado y la preservación de las distintas especies silvestres en peligro del Oriente Ecuatoriano, por ello hay un alto nivel de despreocupación de parte del grupo objetivo los cuales no han desarrollado actividades que beneficien a los animales en peligro.

5.07 Problemas comunicacionales

Información: Carencia de difusión correcta de la información importante sobre la concienciación del cuidado y preservación de los animales silvestres en peligro de extinción del Oriente.

Persuasión: Inexistencia de campañas de concienciación que ayuden a persuadir fomentando el cuidado de las especies en peligro de extinción.

Posicionamiento: Es nulo debido que el grupo objetivo no muestra conciencia ambiental en la protección de la naturaleza debido a la falta de difusión del cuidado de las especies.

Mantenimiento: Carencia de estrategias publicitarias las cuales ayuden a incrementar en el grupo objetivo conciencia en el cuidado y preservación de la fauna silvestre en peligro.

5.08 Objetivos publicitarios

Información: Difundir el mensaje de concienciación correctamente mediante un folleto el cual dará a conocer al grupo objetivo de una manera netamente informativa las especies que están en peligro de extinción del Oriente Ecuatoriano.

Persuasión: Persuadir al grupo objetivo al cuidado de la fauna silvestre realizando flyers los cuales tendrán fotografías y mensajes sobre los animales en peligro de extinción los mismos que tendrán un código "Qr" que los dirigirá

a la red social en Facebook en la que podrán obtener más información y encontrar imágenes.

Posicionamiento: Crear Postales en las cuales puedan observar más detalladamente las fotografías de los animales que se encuentran en peligro para que puedan tomar conciencia en cuidar y proteger a las especies.

Mantenimiento: Realizar material POP como camisetas, botones, bolsos, pulseras los cuales contengan el mensajes de concienciación sobre el cuidado de las especies silvestres del Oriente Ecuatoriano que servirán para estar en contacto directo con el grupo objetivo.

5.09 Estrategia creativa

Benéficos emocionales

Cuidado ambiental

Conservación de especies

Interés en informarse

Compromiso

Mensaje Básico: Aún nos queda tiempo para salvar la fauna silvestre

Tono: Indiferente

Estilo: Juvenil

Eje de campaña: La Amazonia un refugio de animales únicos en el mundo

Slogan: "Es hora de actuar para que su futuro pueda cambiar"

Insihth: Preservar Especies

Isologotipo:

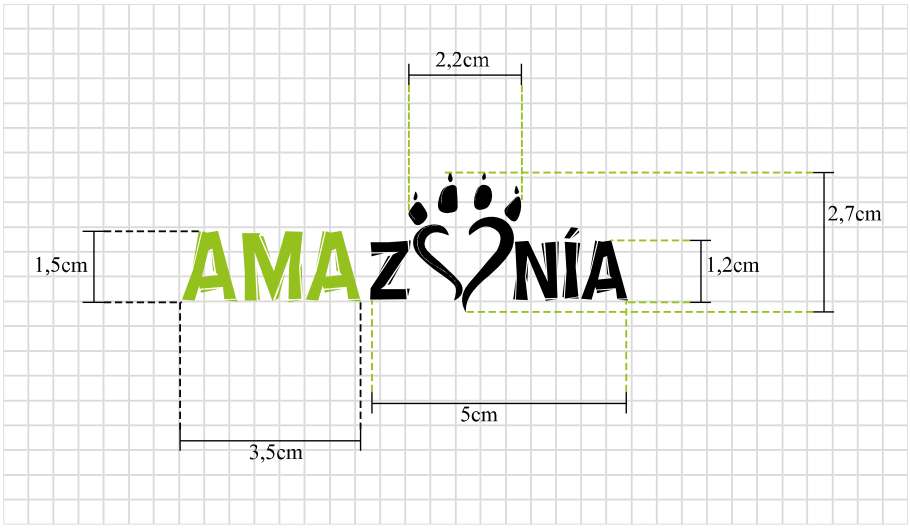


Figura 7 Isologotipo (medida)

Elaborado por: Luisa Zambrano

El isologotipo utilizado en la campaña se lo realizó tomando una tipografía llamada Blue Highway Linocut acompañada de una silueta de una huella de un animal con la finalidad de que sea identificado por el grupo objetivo debido a que es una tipografía moderna que capta su atención, los colores verde y negro utilizados representan la naturaleza y así formar la palabra Amazonía resaltando "ama" que se a entendida como amor a la Amazonia y a los animales que la habitan.

5.10 Reason why

Mensaje Básico: Es una campaña que desea crear conciencia en la juventud actual para que se genere cambios en su actitud y puedan crear acciones de cuidado y protección de los animales que están en peligro de extinción del Oriente Ecuatoriano

Tono: Es indiferente porque no está atacando ni compitiendo contra nadie ya que es una campaña de concienciación sobre el cuidado de los animales.

Estilo: El estilo es juvenil debido a que se va a informar de una manera creativa el mensaje de concienciación para que así puedan tener interés en conocer a las especies que se encuentran en peligro del Oriente Ecuatoriano.

Insight: Es necesario concienciar en la juventud de las graves consecuencias ambientales que se está produciendo

5.11 Plan de medios

Medio principal: Folleto Informativo, Fan page

Medio secundario: Postales, Flyers

Medio auxiliar: Material pop

5.11.01 Red Social

Medios	cantidad	Valor unitario	Valor total
Fan Page	Por visita x 7dias	$10,00	$70

Tabla 9 Red Social

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.11.02 Presupuesto

MEDIOS PRINCIPALES	**Cantidad**	**Valor unitario**	**Valor total**
Folleto	2000	2,10	$4.704,00
MEDIOS SECUNDARIOS			
Postales	2000	0,15	$300,00
Flyers full color	2000	0,14	$313,60
MEDIOS AUXILIARES			
Camisetas impresos	2000	2,70	$5.400,00
Pulseras 1,5 x 30 cm Impresas	2000	0,06	$120,00
Botones 5,5 X 5,5	2000	1,00	$2.000,00
Bolsos impresos	2000	4,50	$9.000,00
TOTAL PAUTAJE EN MEDIOS			**21.837,60**

Tabla 10 Presupuesto

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.10.03 Producción

Folleto	$60,00
Postales	$ 30,00
Flyers	$ 30,00
Fan Page	$ 80,00
CAMISETAS IMPRESOS	$ 60,00
Pulseras	$ 20,00
Botones	$ 20,00
Bolsos impresos	**$ 300.00**

Tabla 11 Producción

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.11 Flow Chart

MEDIOS PRINCIPALES	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Fan Page	Por visita x 7dias	$10,00	$70
Folleto	2000	2,10	$ 4.704,00
MEDIOS SECUNDARIOS			
Postales	2000	0,15	$300,00
Flyers full color	2000	0,14	$313,60
MEDIOS AUXILIARES			
Camisetas impresos 2 colores 180 gr	2000	2,70	$5.400,00
Pulseras 1,5 x 30 cm Impresas	2000	0,06	$120,00
Botones 5,5 X 5,5	2000	1,00	$2.000,00
Bolsos impresos	2000	4,50	$9.000,00
TOTAL PAUTAJE EN MEDIOS			**21.907,60**

Tabla 12

Elaborado por: Luisa Zambrano

PRECIO PAUTAJE MEDIOS + PRODUCCION+ 10% = TC

21.907,60 + 300 = 22.207,60 + 10% = 2.220,76 =24.428,36

5.12 Diseño de artes publicitarios

5.12.01 Red Social Facebook

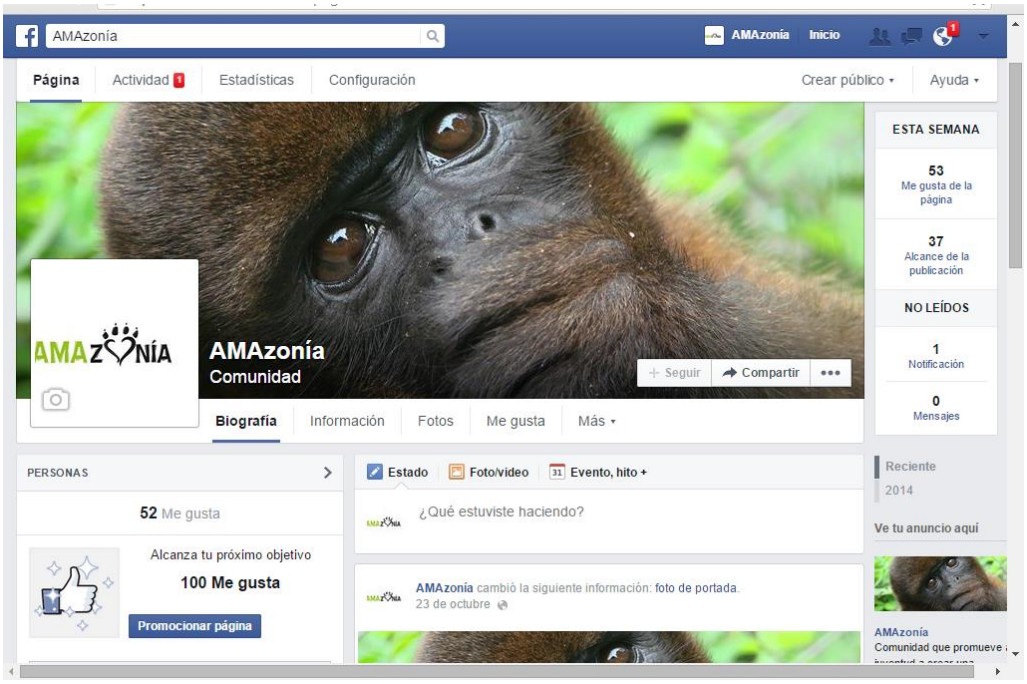


Figura 8 Red Social Facebook

Fuente:wwww.facebook.com

5.12.02 Flyers

Figura 9 Arte Flyer 1

Elaborado por: Luisa Zmabrano

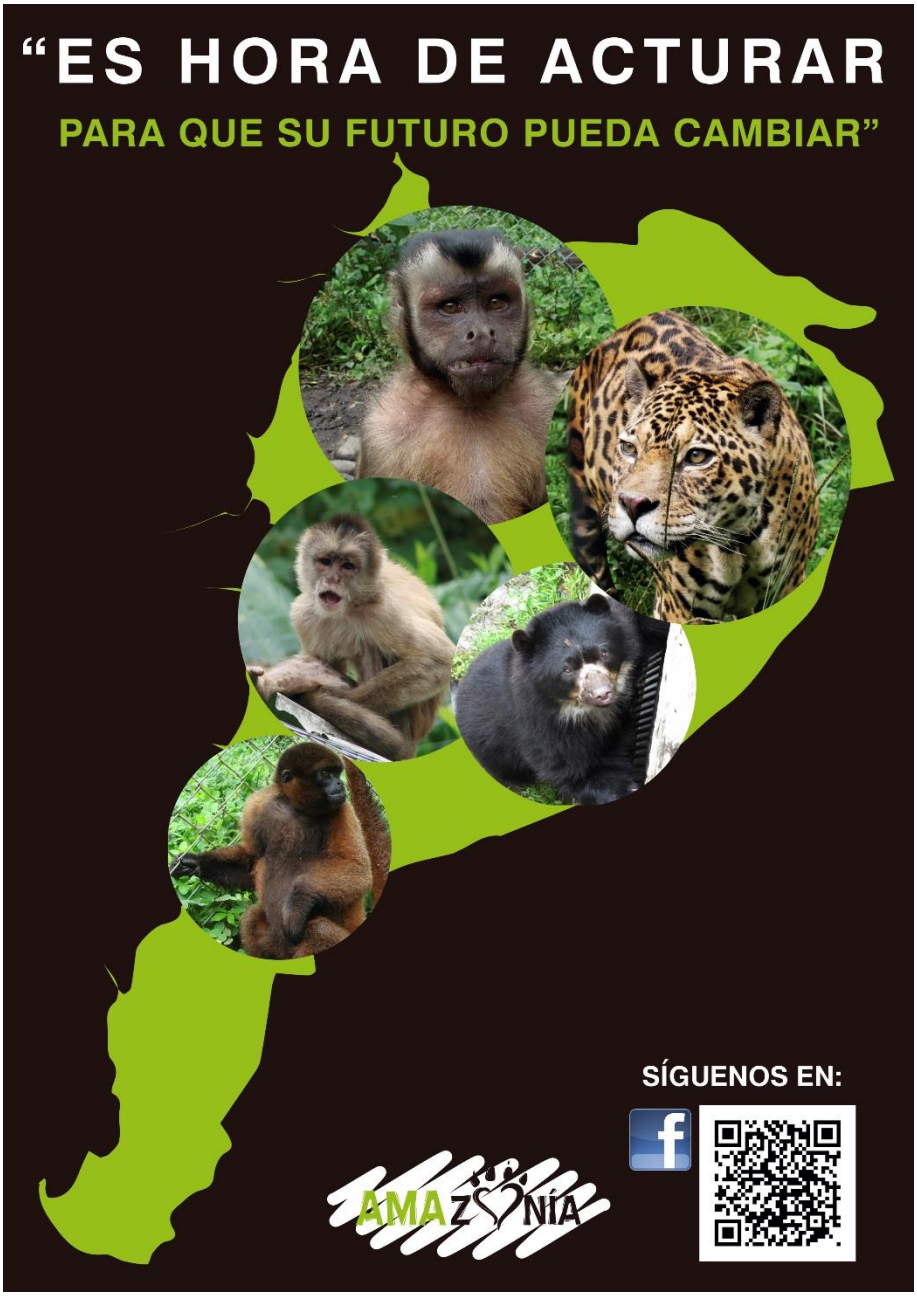


Figura 10 Arte Flyer 2

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.03 Material P.O.P

Botones

Figura 11 Botón 1

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 12 Botón 2

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 13 Botón 3

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 14 Botón 1

Elaborado por: Luisa Zambrano

Camiseta

Figura 15 Diseño camiseta

Elaborado por: Luisa Zambrano

Bolso

Figura 16 Diseño bolso

Elaborado por: Luisa Zambrano

Pulseras

Figura 17 Diseño pulsera1

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 18 Diseño pulsera 2

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.04 Postales

Figura 19 Postal 1 Tiro y Retiro

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 20 Postal 2 Tiro y Retiro

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.05 Folleto

5.12.05.01 Formato

El formato del folleto será de 21 x 14,8cm cerrado, el motivo de este tamaño es debido a que es fácil de llevarlo

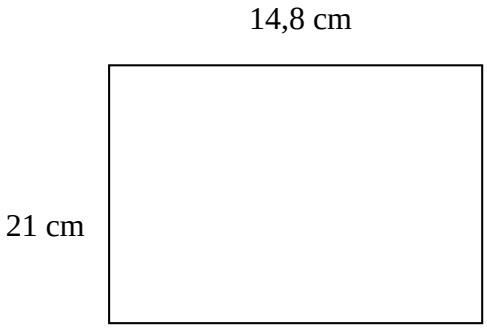


Figura 21 Formato

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.05.02 Número de páginas:

El folleto contiene 6 páginas las cuales van a informar detalladamente sobre los animales en peligro del Oriente ecuatoriano.

5.12.05.03 Estilos

Estilo	**Familia**
Century Gothic	A B S D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Tabla 13 Estilos

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.05.04 Mapa de contenido

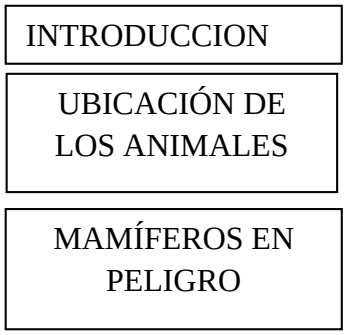


Figura 22 Mapa de contenido

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.12.05.05 Pre prensa:

Máquina de impresión: GTO 45

5.12.05.06 Post prensa:

Tipo de papel: Couche 200 gr

Acabados: Portada y contraportada barnizado para así poder darle más realce al diseño.

Lomo: Grapado para una mejor manipulación

5.12.05.07 Diseño Folleto

Figura 23 Portada y Contraportada

Elaborado por: Luisa Zambrano

Hojas internas

Figura 24 Contenido

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 25 Introducción

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 26 Página 2

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 27 Página 3

Elaborado por: Luisa Zambrano

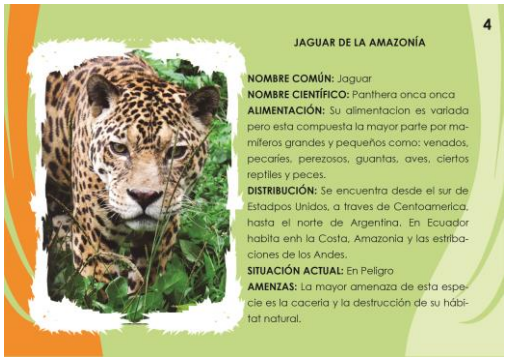


Figura 28 Página 4

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 29 Página 5

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 30 Página 6

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 31 Página 7

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 32 Página 8

Elaborado por: Luisa Zambrano

Figura 33 Página 9

Elaborado por: Luisa Zambrano

5.13 Marketing y distribución

Se requiere llegar hacia el grupo objetivo de una manera efectiva a través de medios publicitarios los cuales llevarán claramente el mensaje de concienciación entregando así la publicidad en lugares o centros educativos en los que se encuentran los jóvenes a los que se quiere llegar de esta manera.

De esta forma el mensaje de concienciación se lo realizara efectivamente transmitiéndolo de una manera directa, y toda la información para así lograr crear una conciencia de cuidado hacia los animales en peligro del Oriente ecuatoriano.

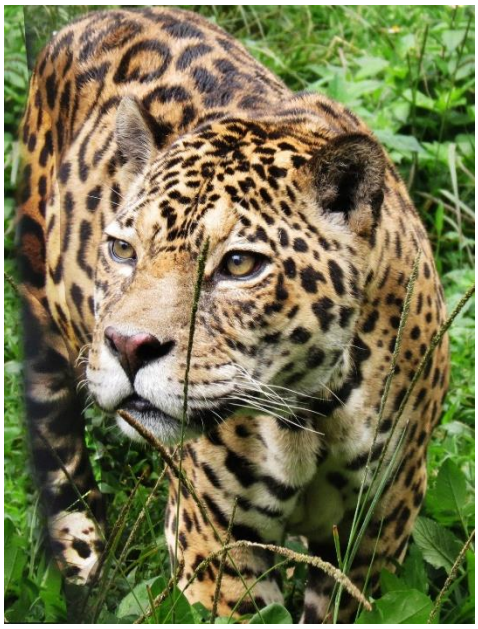
5.14 Imágenes utilizadas

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

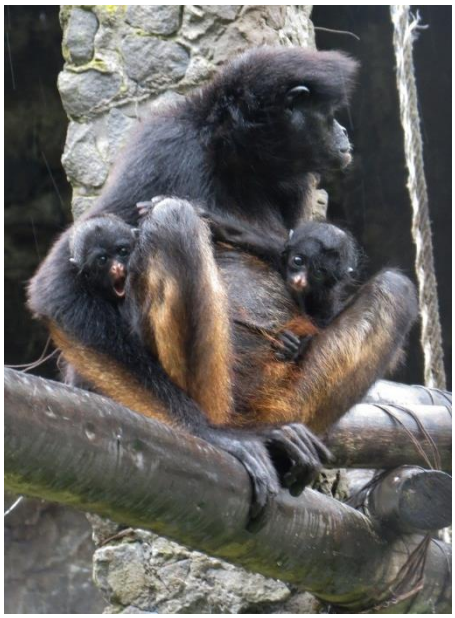
Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano



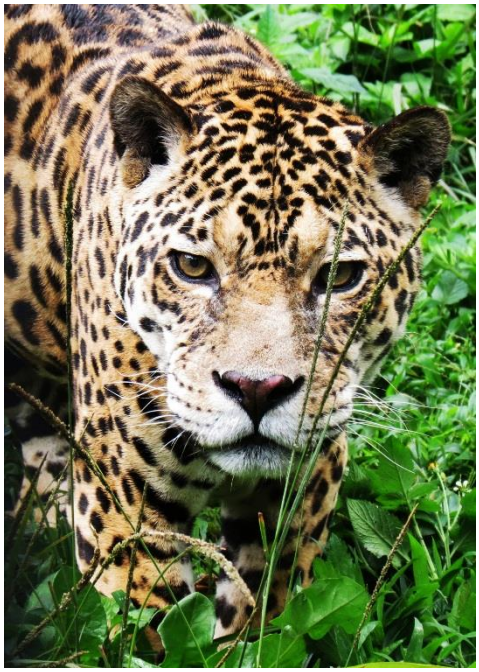
Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano



Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano



Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

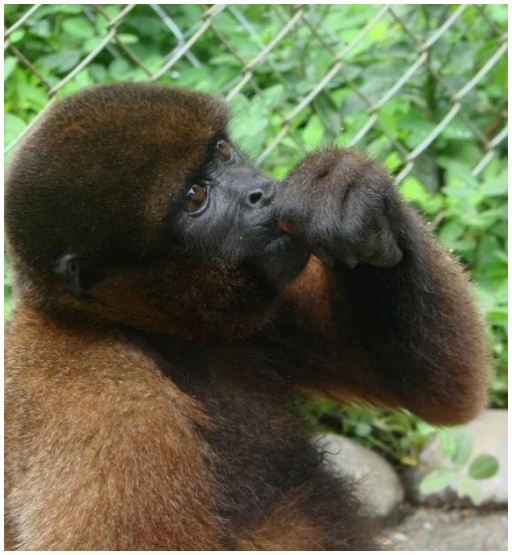
Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

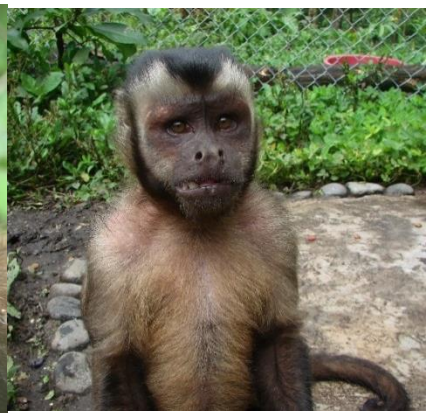


Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano



Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Sony Cyber-Shot DSC-H5

Tomada por: Luisa Zambrano

Cámara: Canon PowerShot SX30 IS

Tomada por: Luisa Zambrano

CAPITULO VI

Aspectos administrativos

6.01 Recursos

6.01.01 Humanos:

Para la realización de la campaña de concienciación se contó con la ayuda de distintas personas como miembros del Ministerio del Medio Ambiente los cuales ayudaron con la información necesaria a cerca de los animales que se encuentran en peligro de extinción del Oriente Ecuatoriano así como personal de los refugios de los animales a los que se visitó donde se tomó las diferentes fotografías necesarias también se contó con guías los cuales se encargaron de dar asistencia correcta en el respectivo refugio animal.

6.01.02 Tecnológicos:

Fueron de gran utilidad estos recursos para la realización efectiva de la campaña de concienciación.

Software:

Adobe Ilustrator CS6: En este programa se realizó los artes publicitarios como herramienta de la campaña.

Adobe Photoshop CS6: Este programa fue de mucha utilidad para retocar las imágenes como también de lograr efectos en las diferentes fotografías editadas.

Hardware:

Computador (Laptop SonnyVaio)

Procesador Intel (R Core (TM i5-3337U CPU @ 1.80 GHz 1.80 GHz)

RAM 6,00 GB

Disco Duro 1 TB Software Windows 8

Computador PC

Procesador Intel (R) Core (TM) i3-3220 CPU @ 3.306 GHz 3.30 GHz

MEMORIA RAM 4,00 GB

Disco Duro 500 GB Software Windows 7

Cámara Sony Cyber-Shot DSC-H5 (Semi profecional)

Resolución:	7,20 megapixeles
Tamaño del sensor	½.5``
Lente:	12.00x20m (eq 36-432 mm)
Visor:	EF F/LCD
Iso:	80-1000

CANON (Semiprofecional)

Nombre completo modelo:	Canon PowerShot SX30 IS
Resolución:	12,1 MP
Lente:	35x optical zoom

6.01.03 Económicos:

Mediante los siguientes medios se ha dado posible la realización de una campaña de concienciación de los animales en peligro de extinción del Oriente ecuatoriano

6.02 Presupuesto

6.02.01 Gastos operativos

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	FINANCIAMIENTO
Copias	**$0.05**	**$20.00**	**Propio**
Impresiones	**$0.60**	**$80.00**	**Propio**
Sum. De Oficina	**$0.40**	**$25.00**	**Propio**
Servicios básicos	**$3.00**	**$3.00**	**Propio**
Anillados	**$10.00**	**$30.00**	**Propio**
Internet(6meses)	**$24.00**	**$144**	**Propio**
Estadía(2 días)		**$60**	**Propio**
Alimentación		**$40**	**Propio**
Transporte		**$80**	**Propio**
Imprevistos		**65,00**	**Propio**
TOTAL		**$547**	**Propio**

Tabla 14 Gastos operativos

Elaborado: Luisa Zambrano

6.03 Cronograma de actividades

N°	Actividad	Responsable	Tiempo					
			Mes	1	2	3	4	Resultado esperado
1	Aprobación del Tema del Proyecto	Dirección de Escuela	Abril			x	x	Aprobación del formulario para el inicio del proyecto
2	Desarrollo de Antecedentes del Tema	Luisa Gabriela Zambrano	Mayo		x	x		Investigar los antecedentes del proyecto
3	Desarrollo de la justificación y el problema central	Luisa Gabriela Zambrano	.Mayo	x	x			Analizar el problema central de la matriz de fuerzas T
4	Análisis de involucrados	Luisa Gabriela Zambrano	.Junio			X	X	Seleccionar los involucrados del proyecto
5	Problemas y objetivos	Luisa Gabriela Zambrano	Junio	X	X			Determinar el problema del proyecto
6	Análisis de Alternativas	Luisa Gabriela Zambrano	Julio			X	X	Encontrar los indicadores, métodos de verificación y
7	Realizar la matriz de marco lógico	Luisa Gabriela Zambrano	Julio	X	X			Desarrollar la Matriz de Marco Lógico
8	Desarrollo de la Propuesta construcción de la campaña	Luisa Gabriela Zambrano	Julio	X	X			Se elabora la estrategia de la campaña

9	Realización de los artes publicitarios	Luisa Gabriela Zambrano	Agosto			X	X	Se realizan las fotos respectivas
10	Aspectos Administrativos	Luisa Gabriela Zambrano	Septiembre	X	X			Realizar el presupuesto del proyecto
11	Conclusiones y recomendaciones	Luisa Gabriela Zambrano	Septiembre			X	X	Analizar las conclusiones y recomendaciones

Tabla 15 Cronograma de actividades

Elaborado: Luisa Zambrano

CAPITULO VII

Conclusiones y recomendaciones

7.01 Conclusiones

- La campaña de concienciación realizada sobre los animales en peligro de extinción del Oriente ecuatoriano logrará crear un cambio de actitud de los jóvenes al conocer los problemas que causan que una especie se considere en peligro de extinción y así promover acciones positivas de parte de ellos y de la población en general.
- Se podrá cumplir con los objetivos planteados anteriormente que es dar a conocer la información de los animales en peligro para que así puedan identificarlos y de esta manera se pueda crear una conciencia ambiental y de protección de toda especie animal que se encuentra en peligro.
- Con el presente proyecto se desea que los animales que están en peligro puedan tener respeto por parte de la población y la juventud con los debidos hábitos de cuidado de sus hábitats naturales para así poder mantener a las especies que se encuentran en peligro.
- Con la debida elaboración de la campaña de concienciación utilizando las piezas graficas importantes que atraigan al grupo objetivo se puede generar interés por parte de ellos haciendo que la campaña sea efectiva y positiva para la finalidad deseada .

- La campaña de concienciación propuesta creará una actitud positiva en los jóvenes mediante el uso de la estrategia de comunicación para lograr las medidas de protección necesarias.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda entregar la información indispensable hacia la juventud de los problemas ambientales que se pueden producir con las diferentes actividades que se realizan las cuales pueden perjudicar directa o indirectamente la vida de los animales silvestres.
- Los jóvenes deben considerar a la naturaleza como suya y acercarse más hacia los animales que están en peligro para que los puedan ayudar en las diferentes reservas que están en todo el país.
- Las autoridades locales deben crear estrategias comunicacionales que generen conciencia en la juventud en general sobre la problemática de los anímales en peligro de extinción del Oriente y de otras regiones importantes del país
- Tener conciencia ambiental educándose con información que podemos acceder en los diferentes medios para saber las acciones que podamos realizar para ayudar a toda especie del país que se encuentra en peligro

7.03 Bibliografía

Tiria, D. G. (ed.). 2011. Libro Rojo de los mamíferos del Ecuador. 2ª. Edición. Fundación Mamíferos, Pontificia Universidad Católica del Ecuador y Ministerio del Ambiente del Ecuador. Publicación especial sobre los mamíferos del Ecuador 8. Quito.

Michael Busselle, Introducción a la Fotografía, Editorial Vidorama-Jaimes. Barcelona en 1981.

Les Meehan , Fotografía Digital, Manual Básico, Primera Edición en la lengua española 2004.

(Raúl E. Beltrán y Cruces, Creatividad publicitaria, Técnicas para crear anuncios publicitarios, Editorial Trillas, S.A. México, Segunda edición, Marzo 2010.)

Dr. Msc. Juan Eduardo Pilataxi Almendariz, Didactica del lenguaje y comunicación, Editor:CODEU, Tecnologia Educativa, 2008

Fonseca yerena, María del Socorro; Correa Pérez, Alicia; Pineda Ramírez, María Ignacia y Francisco Javier Lemus Hernández, Comunicación Oral y Escrita, Pearson Educación, México, 2011

7.04 Net grafía

http://www.hogarutil.com/mascotas/otras/aves/200902/guacamayo-azul-amarillo-ararauna-6506.html

http://www.monografias.com/trabajos93/sobre-publicidad/sobre-publicidad.shtml

http://www.todomktblog.com/2012/08/tiposdepublicidad.html?m=1

http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop

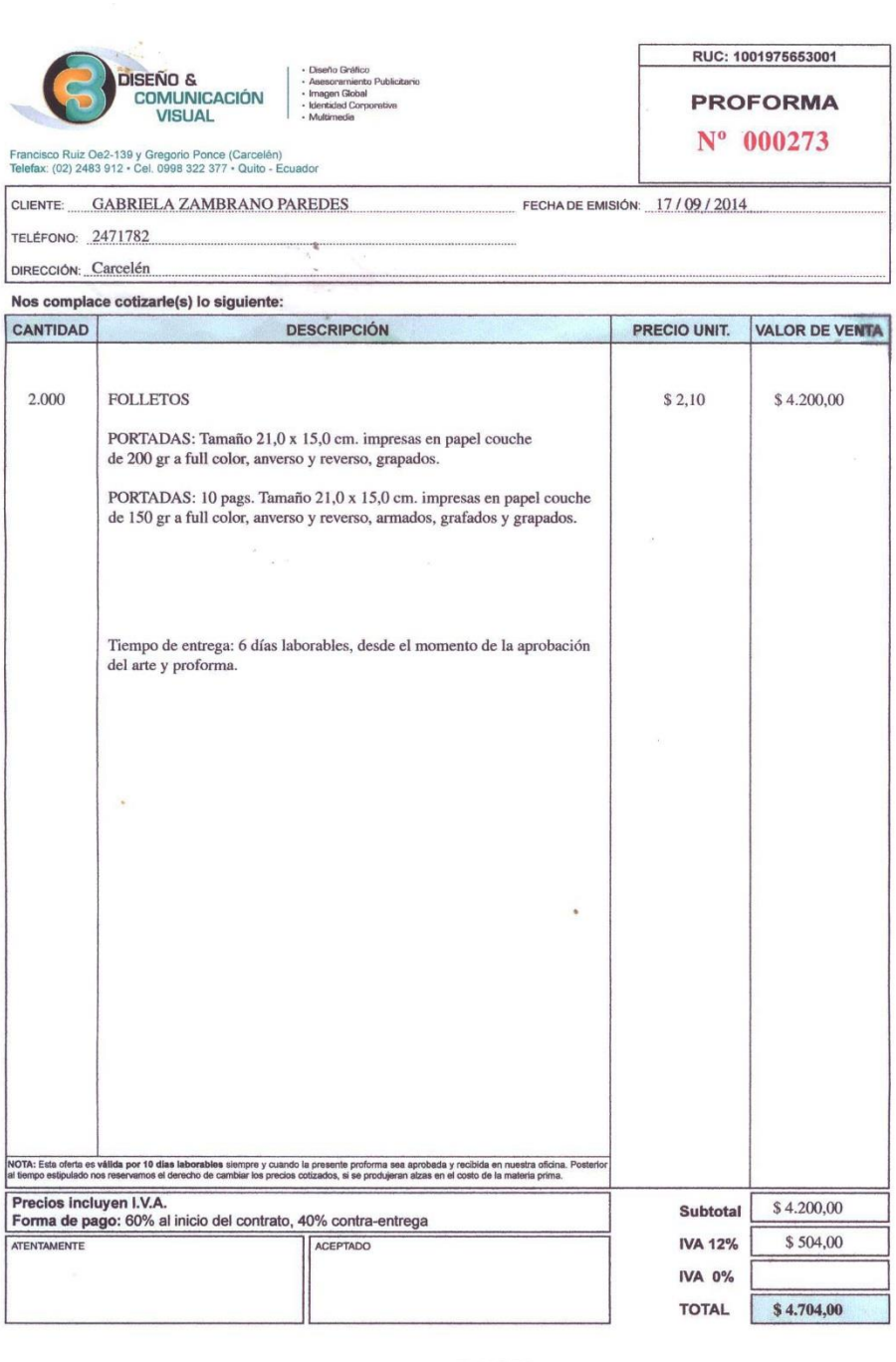
http://es.wikipedia.org/wiki/Adobe_Illustrator

http://10ejemplos.com/tipos-de-folletos

http://recursos.cnice.mec.es/media/publicidad/bloque8/

7.05 Anexos

Proformas



DISEÑO & COMUNICACIÓN VISUAL

- Diseño Gráfico
- Asesoramiento Publicitario
- Imagen Global
- Identidad Corporativa
- Multimedia

Francisco Ruiz Oe2-139 y Gregorio Ponce (Carcelén)
Telefax: (02) 2483 912 • Cel. 0998 322 377 • Quito - Ecuador

RUC: 1001975653001

PROFORMA
Nº 000273

CLIENTE: GABRIELA ZAMBRANO PAREDES FECHA DE EMISIÓN: 17 / 09 / 2014
TELÉFONO: 2471782
DIRECCIÓN: Carcelén

Nos complace cotizarle(s) lo siguiente:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	VALOR DE VENTA
2.000	FOLLETOS PORTADAS: Tamaño 21,0 x 15,0 cm. impresas en papel couche de 200 gr a full color, anverso y reverso, grapados. PORTADAS: 10 pags. Tamaño 21,0 x 15,0 cm. impresas en papel couche de 150 gr a full color, anverso y reverso, armados, grafados y grapados. Tiempo de entrega: 6 días laborables, desde el momento de la aprobación del arte y proforma.	$ 2,10	$ 4.200,00

NOTA: Esta oferta es **válida por 10 días laborables** siempre y cuando la presente proforma sea aprobada y recibida en nuestra oficina. Posterior al tiempo estipulado nos reservamos el derecho de cambiar los precios cotizados, si se produjeran alzas en el costo de la materia prima.

Precios incluyen I.V.A.
Forma de pago: 60% al inicio del contrato, 40% contra-entrega

Subtotal	$ 4.200,00
IVA 12%	$ 504,00
IVA 0%	
TOTAL	$ 4.704,00

ATENTAMENTE

ACEPTADO

DISEÑO & COMUNICACIÓN VISUAL

- Diseño Gráfico
- Asesoramiento Publicitario
- Imagen Global
- Identidad Corporativa
- Multimedia

Francisco Ruiz Oe2-139 y Gregorio Ponce (Carcelén)
Telefax: (02) 2483 912 • Cel. 0998 322 377 • Quito - Ecuador

RUC: 1001975653001

PROFORMA

Nº 000272

CLIENTE: GABRIELA ZAMBRANO PAREDES FECHA DE EMISIÓN: 17 / 09 / 2014

TELÉFONO: 2471782

DIRECCIÓN: Carcelén

Nos complace cotizarle(s) lo siguiente:

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNIT.	VALOR DE VENTA
2.000	FLYERS Tamaño 21,0 x 15,0 cm. impresas en papel couche de 150 gr a full color solo anverso. Tiempo de entrega: 3 días laborables, desde el momento de la aprobación del arte y proforma.	$ 0,14	$ 280,00

NOTA: Esta oferta es **válida por 10 días laborables** siempre y cuando la presente proforma sea aprobada y recibida en nuestra oficina. Posterior al tiempo estipulado nos reservamos el derecho de cambiar los precios cotizados, si se produjeran alzas en el costo de la materia prima.

Precios incluyen I.V.A.
Forma de pago: 60% al inicio del contrato, 40% contra-entrega

Subtotal	$ 280,00
IVA 12%	$ 33,60
IVA 0%	
TOTAL	**$ 313,60**

ATENTAMENTE

ACEPTADO

AMAYA PUBLICIDAD

CONFECCIONAMOS UNIFORMES DEPORTIVOS, SUBLIMADOS,CALENTADORES
CAMISETAS POLO, PANTALONETAS, MEDIAS, GORRAS, CAMISETAS DE PUBLICIDAD
UNIFORMES IMPORTADOS, MALETAS, CARTUCHERAS,ZAPATERAS,BANDERAS

SERVICIO DE BORDADO Y ESTAMPADO TEXTIL

ROTULOS, IMPRESION EN CAMISETAS, ESFEROS, JARROS, BANDERINES, BANDAS
ALTO RELIEVE, CORDONES, FOTOGRAFIAS, DIGITACION Y PROGRAMACION

amayapublicidad@hotmail.com

RUC. 1712647393001

PERSONALIZAMOS
SUS PRENDAS

PROFORMA No. 2153

Cliente: SRTA. GABRIELA ZAMBRANO Teléfono: _____

Dirección _____ RUC: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. Unit.	V. Total
2000	CAMISETAS DE PUBLICIDAD		
	IMPRESOS 2 COLORES		
	180 GRAMOS	2.70	5.400.00
	PRECIOS NO INCLUYEN IVA		

F.) AmayaPublicidad
Marcelo Tul Castro

SUBTOTAL	$
12 IVA	$
SALDO	$

Buenos Aires 0e3-35 y Zambrano 0979137157 Telf: 02 2545502

AMAYA PUBLICIDAD

CONFECCIONAMOS UNIFORMES DEPORTIVOS, SUBLIMADOS, CALENTADORES
CAMISETAS POLO, PANTALONETAS, MEDIAS, GORRAS, CAMISETAS DE PUBLICIDAD
UNIFORMES IMPORTADOS, MALETAS, CARTUCHERAS, ZAPATERAS, BANDERAS
SERVICIO DE BORDADO Y ESTAMPADO TEXTIL
ROTULOS, IMPRESION EN CAMISETAS, ESFEROS, JARROS, BANDERINES, BANDAS
ALTO RELIEVE, CORDONES, FOTOGRAFIAS, DIGITACION Y PROGRAMACION

PERSONALIZAMOS SUS PRENDAS

amayapublicidad@hotmail.com

RUC. 1712647393001

PROFORMA No. 2153

Cliente: SRTA. GABRIELA ZAMBRANO Teléfono: _____

Dirección _____ RUC: _____

CANT.	DESCRIPCION	V. Unit.	V. Total
2000	BOLSOS ZAPATERAS		
	IMPRESO 1 COLOR		
	TIPO ZAPATERA	4.50	9.000.00
	PRECIOS NO INCLUYEN IVA		

F.) AmayaPublicidad
Marcelo Tul Castro

SUBTOTAL $
12 IVA $
SALDO $

Buenos Aires 0e3-35 y Zambrano 0979137157 Telf: 02 2545502

ALEX SCREEN
IMPRESION DIGITAL PUBLICITARIA

Ruc: 1712530664001
No. 00176

Quito, a Quito, 20 de Octubre del 2014 *Forma de pago:*
Señor(es): Gabriela Zambrano *R.U.C. / C.I.:*
Dirección: *Telf.:*

CAN	D E T A L L E	V. UNIT.	V. TOTAL
2000	Pulceras 1,5x30cm full color impresion en tela.	0,06	120,00
2000	Botones 5,5 x 5,5	1,00	2000,00
2000	Postales couche 300g full color plastificado	0,15	300,00
	Tito / retiro		
	Precios no incluyen IVA		
		SUBTOTAL	2450,00
		I.V.A. 12%	
		TOTAL	

Ing. Betty Cruz
Autorizado por

Recibí Conforme