

## CAPITULO I: ANTECEDENTES

### 1.1 CONTEXTO

La paternidad a temprana edad provoca varios problemas para la pareja en muchos casos una separación por parte de los padres, negación hacia el embarazo, abortos, etc.

Se ha detectado una problemática con respecto a la natalidad en el sector norte de la ciudad de Quito, debido a esto se ha tomado la decisión de implementar una campaña de prevención en contra de los embarazos no deseados, esto ha ocasionado varios problemas en las vidas de muchos jóvenes y ese es el fin de esta propuesta el ayudar y prevenir que los jóvenes cometan este error, proveer información sobre el tema a los adolescentes o a las parejas que están pensando tener un bebe a una temprana edad.

Esto ayudaría a que los jóvenes mantengan una postura firme ante una decisión que podría afectar drásticamente sus vidas.

Esto y más son los problemas que se tratan de resolver con este proyecto el concientizar a los adolescentes y a las parejas jóvenes para que piensen de una manera más coherente y decidir que es mejor lo para ellos

### 1.2 Justificación

Una campaña de prevención contra los embarazos no deseados debido al incremento natal en el país, el plan es prevenir que las parejas jóvenes no tomen una decisión errónea y que puedan

llevar una vida en pareja sin presiones y sin ningún tipo de duda, para ello, se les proveerá información detallada y explícita sobre los riesgos de un relación sexual sin protección.

Los jóvenes con dudas sobre el tema pueden optar por esta propuesta para resolver todos sus problemas y tomar una decisión acerca de tener un hijo.

### 1.3 MATRIZ T

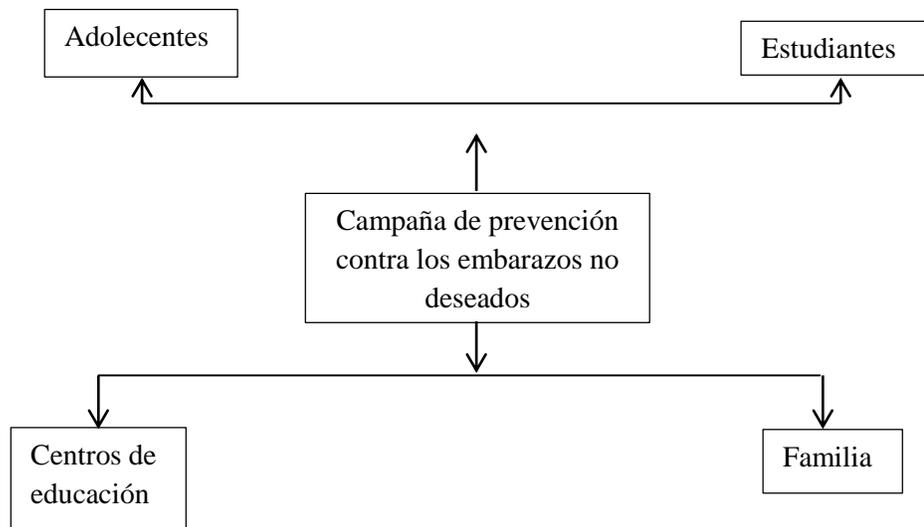
Situación empeorada	Situación actual				Situación mejorada
Incremento de abortos en el sector norte de la ciudad de Quito	Desconocimiento de cómo prevenir un embarazo no deseado				Ayudar a concientizar a los jóvenes sobre el tema y a como prevenirlo
<b>FUERZAS IMPULZADORAS</b>	I	PC	I	PC	<b>FUERZAS BLOQUEADORAS</b>
Selección adecuada de información sobre el tema	5	5	4	4	No existe información sobre el tema
Ayudar los jóvenes para que tomen una buena decisión	5	5	4	4	Falta de interés por parte de los jóvenes
Concientizar a los jóvenes del riesgo de tener un bebe a una temprana edad	5	5	5	5	Poco o nulo interés de los jóvenes sobre el tema
Creación de material didáctico que los jóvenes	5	5	5	5	No existe material didáctico eficaz que ayude a los

puedan utilizar como guía sobre el tema					jóvenes sobre el tema
Capacitar a los futuros padres para prevenir abortos	5	5	5	5	Los adolescentes prefieren un aborto a tener que responsabilizarse de sus actos
Facilitar a los jóvenes material publicitario para mantenerlos informados sobre el tema	5	5	5	5	Los jóvenes no prestan atención al material

Cuadro MATRIZ T

## CAPITULO II: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

### 2.01 Mapeo de involucrados



## 2.02 Matriz y selección con los involucrados

<b>Actores involucrados</b>	<b>Interés sobre el problema</b>	<b>Problemas percibidos</b>	<b>Recursos Mandatos y capacidades</b>	<b>Interés sobre el proyecto</b>	<b>Conflictos potenciales</b>
<b>Adolescentes</b>	Necesitan información más detallada sobre el tema	La información que se brinda es demasiado simple	Humano Tecnológico Investigativo	Obtienen más conocimientos sobre la prevención de un embarazo	Poco interés por parte de los adolescentes
<b>Estudiantes</b>	Curiosidad sobre el tema y sus beneficios	Los estudiantes no tienen información que satisfaga su curiosidad	Humano Tecnológico Investigativo	Aprovechar la información para responder a sus interrogantes	Nulo interés por el tema y sus consecuencias
<b>Centros de educación</b>	Prevenir a los jóvenes de los	La información que proveen	Humano Tecnológico	Generar más opciones de prevención	Poca información para los

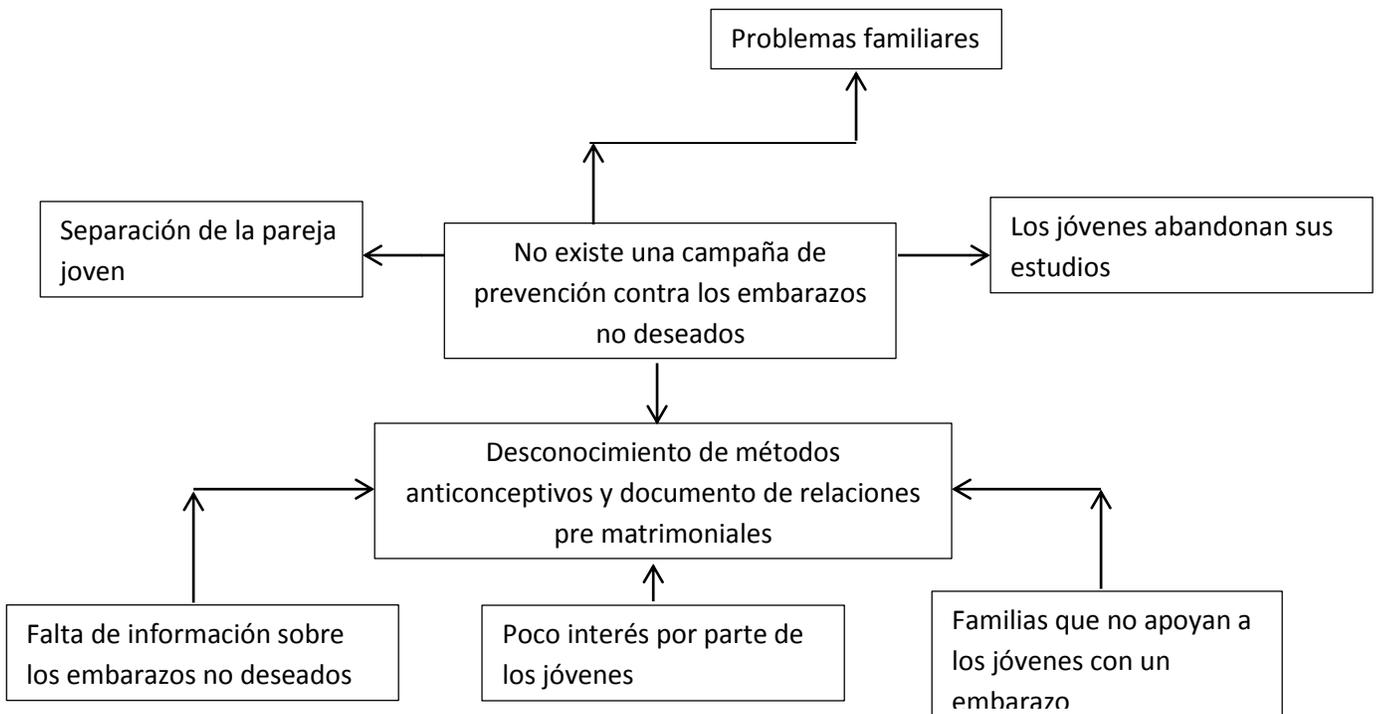
LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

	embarazos a un temprana edad	es muy básica	Investigativo	para los jóvenes	jóvenes
<b>Familias</b>	Instruirse de manera eficiente para sobrellevar un embarazo	Las familias no apoyan a las parejas con un hijo a una edad temprana	Humano Tecnológico Investigativo	Prevenir que los jóvenes tomen una buena decisión sobre un embarazo	En muchos casos las familias no permiten que ellos tengan a su hijo y optan por el aborto

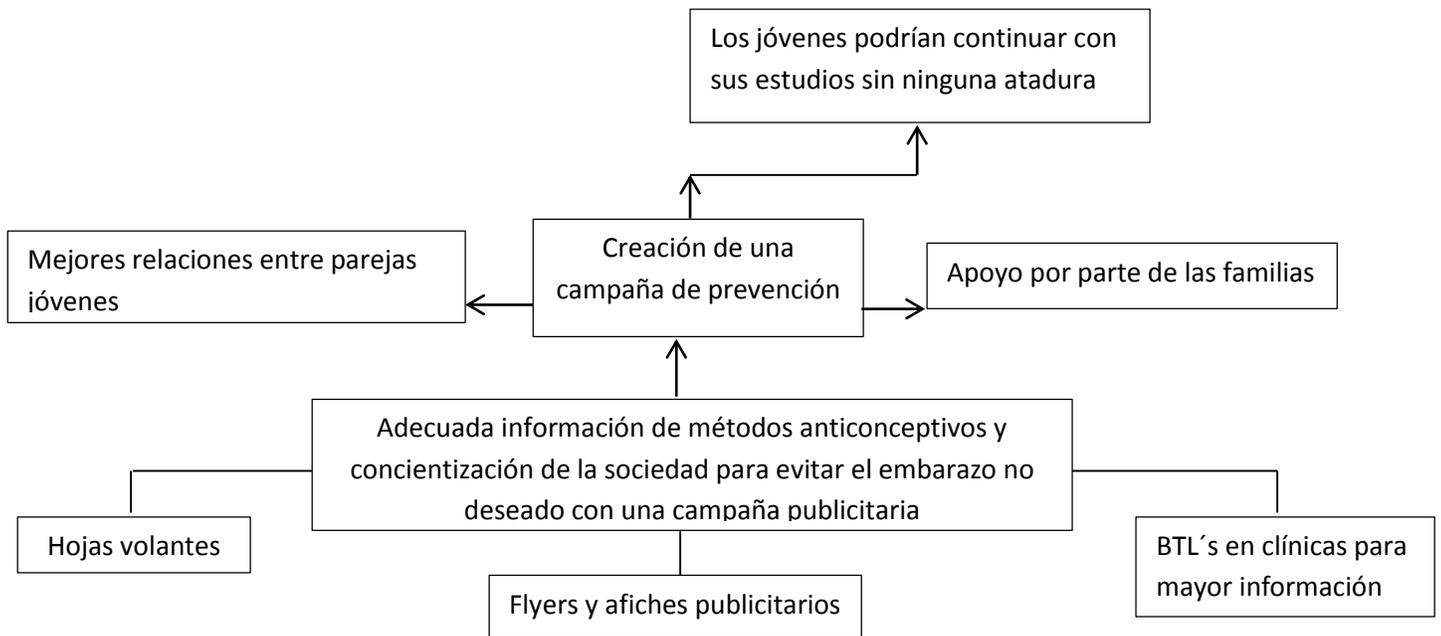
Cuadro Matriz y selección con los involucrados

### CAPITULO III: PROBLEMAS Y OBJETIVOS

#### 3.01 Árbol de Problemas

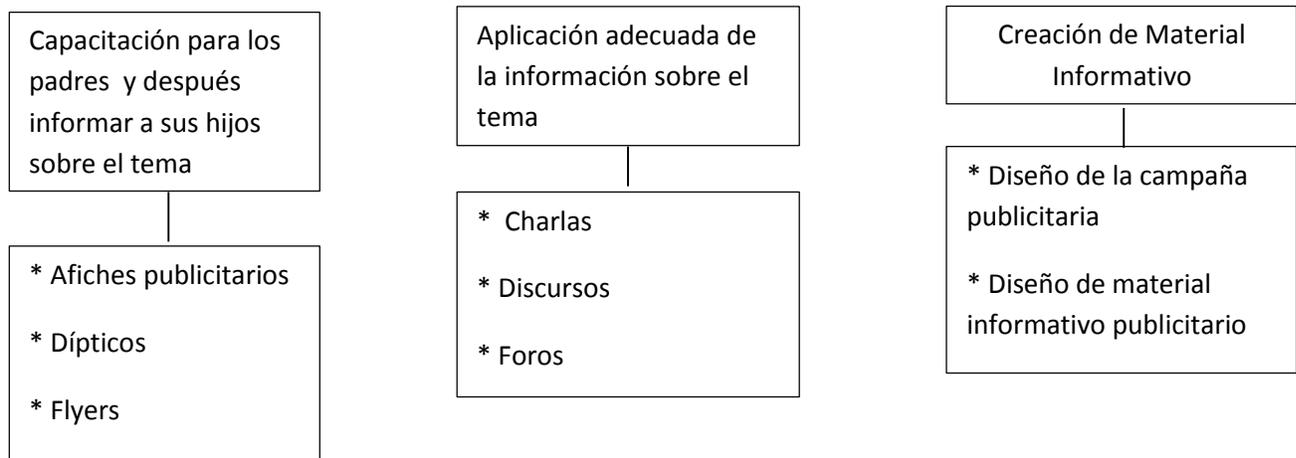


### 3.02 Árbol de Objetivos



## CAPITULO: IV

### MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES



#### 4.01.01 Tamaño del proyecto

El propósito de crear esta propuesta para prevenir los embarazos no deseados, se enfocara en los jóvenes y en las jóvenes parejas con dudas, la ayuda que se brindara será accesible para todo público.

Es una propuesta sin fines de lucro, el objetivo es informar a los jóvenes para que puedan aprender de la manera más clara sobre las medidas que se deben tomar para la prevención de un embarazo no deseado.

#### 4.01.02 Localización del proyecto

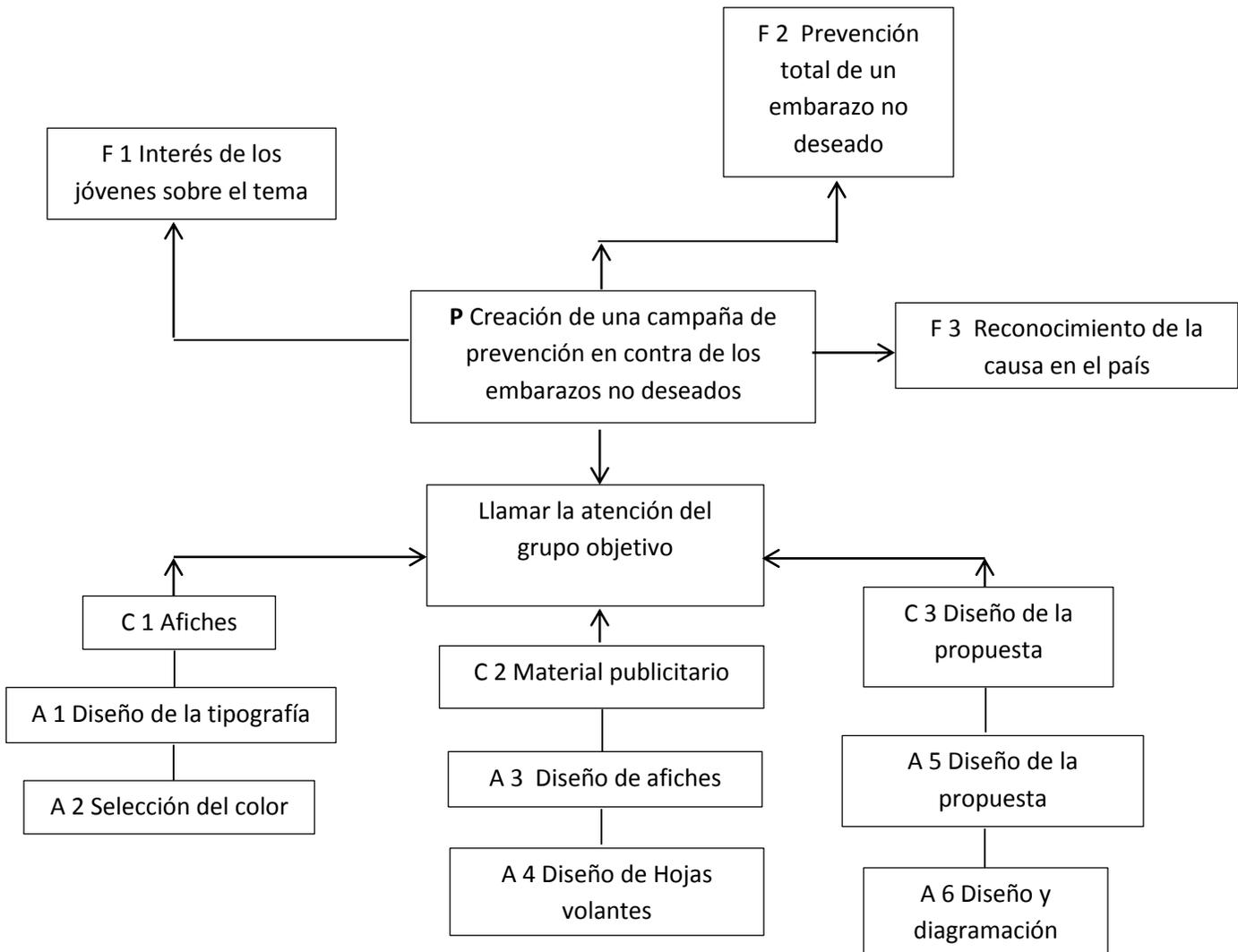
El proyecto se llevara a cabo en el sector norte de la ciudad de Quito, debido a que es un sector mucho más centralizado y más asequible para difundir este proyecto, Se localizara en las clínicas centros de salud, hospitales, farmacias, etc. Dentro del rango del sector norte de la ciudad de Quito

#### 4.02 Matriz de análisis de impacto de los objetivos

Objetivos	Impacto sobre el propósito	Facilidad técnica	Factibilidad financiera	Factibilidad social	Factibilidad política	Total	Categorías
<b>Brindar información detallada sobre el tema</b>	5	5	4	5	5	24	Alta
<b>Crear material informativo sobre el tema</b>	5	4	4	5	5	23	Alta
<b>La información será proporcionada de manera gratuita</b>	5	5	4	5	4	23	Alta

Cuadro Matriz de análisis de impacto de los objetivos

### 4.03 Diagrama de estrategia



#### 4.04 Construcción de la matriz de marco lógico

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

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Tema				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo social
<b>Fin.1</b>	<b>F 1 Interés de los jóvenes sobre el tema</b>	Tratar de llegar al grupo objetivo	70%	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Fin.2</b>	<b>F 2 Prevención total de un embarazo no deseado</b>	Determinar a qué número de personas se puede informar sobre el tema en el sector norte de la ciudad de Quito	300	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Fin.3</b>	<b>F 3 Reconocimiento de la causa en el país</b>	Determinar qué tan lejos puede expandirse la propuesta en el país	Todo el Sector Norte	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
	<b>Propósito</b>						

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>P</b>	<b>Creación de una campaña de prevención en contra de los embarazos no deseados</b>	Reducir el número de embarazos y abortos en el país	1 objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Comp 1</b>	<b>Componente 1 Afiches</b>	Difundir la información de manera rápida y sencilla	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Comp 2</b>	<b>Componente 2 Material publicitario</b>	Aumentar el interés de los jóvenes por medio de obsequios sobre la campaña	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Comp 3</b>	<b>Componente 3 Diseño de la propuesta</b>	Determinar el grupo objetivo	Jóvenes	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Ac 1</b>	<b>Acción 1 diseño de la tipografía</b>	Difundir de manera clara la información sobre el tema	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
	<b>Acción 2</b>	Capturar la atención de				Sector norte	Adolescentes Estudiantes

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>Ac 2</b>	<b>selección del color</b>	los jóvenes para una mayor acogida	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	de Quito	Centros de educación Familias
<b>Ac 3</b>	<b>Acción 3 Diseño de afiches</b>	Proporcionar información	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de Educación Familias
<b>Ac 4</b>	<b>Acción 4 diseño de Hojas volantes</b>	Difundir la propuesta de manera rápida	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de educación Familias
<b>Ac 5</b>	<b>Acción 5 Diseño de la propuesta</b>	Captar la atención de los jóvenes	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de educación Familias
<b>Ac 6</b>	<b>Acción 6 Diseño y diagramación</b>	Determinar el estilo y la calidad de la propuesta	1 Objetivo	<b>Optima</b>	1 año	Sector norte de Quito	Adolescentes Estudiantes Centros de educación Familias

Cuadro Revisión de los criterios para indicadores

#### 4. 04.02 Selección de indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificación de Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>Fin 1</b>	Interés de los jóvenes sobre el tema	50% del grupo objetivo	X	X		X	X	20	Buena
<b>Fin 2</b>	Prevención total de un embarazo no deseado	35%	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Fin 3</b>	Reconocimiento de la causa en el país	35%	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Propósito</b>	Creación de una campaña de prevención en contra de los embarazos no deseados	50% del grupo objetivo	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Componente 1</b>	Diseño de la campaña	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Componente 2</b>	Crear material publicitario	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Componente 3</b>	Aplicación y diseño de la propuesta	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Actividad 1</b>	Diseño de la tipografía	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Actividad 2</b>	Selección del color	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Actividad 3</b>	Diseño de afiches	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Actividad 4</b>	Diseño de Hojas volantes	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>Actividad 5</b>	Diseño de la propuesta	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta
<b>Actividad 6</b>	Diseño y diagramación	100% realizado	X	X	X	X	X	25	Alta

Cuadro Selección de indicadores

#### 4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuente de información	Método de Recolección	Método de Análisis	Frecuencia de Recolección	Responsable
<b>Fin 1</b>	Interés de los jóvenes sobre el tema	Tratar de llegar al grupo objetivo	Primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Fin 2</b>	Prevención total de un embarazo no deseado	Determinar a qué número de personas se puede informar sobre el tema en el sector norte de la ciudad de Quito	Primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Fin 3</b>	Reconocimiento de la causa en el país	Determinar qué tan lejos	Primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

		puede expandirse la propuesta en el país					
<b>Propósito</b>	Creación de una campaña preventiva en contra de los embarazos no deseados	Reducir el número de embarazos y abortos en el país	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Componente 1</b>	Diseño de la campaña	Difundir la información de manera rápida y sencilla	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Componente 2</b>	Crear material publicitario	Aumentar el interés de los jóvenes por medio de obsequios sobre la campaña	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Componente 3</b>	Aplicación y diseño de la propuesta	Determinar el grupo objetivo	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Actividad 1</b>	Diseño de la tipografía	Difundir de manera clara la información sobre el tema	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador

<b>Actividad 2</b>	Diseño de la tipografía	Capturar la atención de los jóvenes para una mayor acogida	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Actividad 3</b>	Diseño de afiches	Proporcionar información	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Actividad 4</b>	Diseño de Hojas volantes	Difundir la propuesta de manera rápida	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Actividad 5</b>	Diseño de la propuesta	Captar la atención de los jóvenes	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador
<b>Actividad 6</b>	Diseño y diagramación	Determinar el estilo y la calidad de la propuesta	primaria	Observación	Cualitativo	1 año	Investigador

Cuadro Medios de verificación

#### 4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen Narrativo	Supuestos	Medios de verificación				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>Fin 1</b>	Interés de los jóvenes sobre el tema	Tratar de llegar al grupo objetivo	X		X		
<b>Fin 2</b>	Prevención total de un embarazo no deseado	Determinar a qué número de personas se puede informar sobre el tema en el sector norte de la ciudad de Quito	X	X			X
<b>Fin 3</b>	Reconocimiento de la causa en el país	Determinar qué tan lejos puede expandirse la propuesta en el país		X			X
<b>Propósito</b>	Creación de una campaña de prevención en contra de los embarazos no deseados	Reducir el número de embarazos y abortos en el país			X		X
<b>Componente 1</b>	Diseño de la campaña	Difundir la información de manera rápida y sencilla	X		X		X
<b>Componente 2</b>	Crear material publicitario	Aumentar el interés de los jóvenes por medio de obsequios sobre la campaña	X				
<b>Componente</b>	Aplicación y	Determinar el					

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<b>te 3</b>	Diseño de la propuesta	grupo objetivo	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 1</b>	Diseño de la tipografía	Difundir de manera clara la información sobre el tema	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 2</b>	Diseño de la tipografía	Capturar la atención de los jóvenes para una mayor acogida	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 3</b>	Diseño de afiches	Proporcionar información	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 4</b>	Diseño de Hojas volantes	Difundir la propuesta de manera rápida	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 5</b>	Diseño de la propuesta	Captar la atención de los jóvenes	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>
<b>Actividad 6</b>	Diseño y diagramación	Determinar el estilo y la calidad de la propuesta	<b>X</b>		<b>X</b>		<b>X</b>

Cuadro de supuestos

## CAPITULO V: LA PROPUESTA

### **5.1 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta (Editorial, Comparativo, Multimedia, Publicitario)**

**1.- DISEÑO GRÁFICO:** Se trata de crear, Diseñar, Dibujar, etc. Es una carrera que demanda creatividad y seriedad en la misma, un diseñador es capaz de concebir miles de ideas y plasmarlas en un papel, se encarga de interpretar lo que el arte significa.

**1.1: Montajes Digitales.** Método por el cual se superpone una imagen sobre otra por medio de programas de diseño gráfico.

**1.2: Arte digital.** Es la forma de arte más accesible para un diseñador gráfico es esencial para crear nuevas ideas, diseños, dibujos, etc.

**1.3: Logotipo.** Es el sello de una empresa un símbolo que la representa y es necesario para que los clientes lo reconozcan.

**1.4: Imagen.** Es la representación visual de un objeto real.

**2.- TEORÍA DEL COLOR:** Es la percepción que nosotros los humanos generamos en nuestros cerebros.

**2.1: Estados de Ánimo:** Aunque no lo parezca los colores tiene propiedades muy específicas al momento de influir en el estado de ánimo de una persona por ejemplo.

**Azul:** Se le atribuye el título de color frío, se le asocia a la calma y a la relajación.

**Rojo:** Se le atribuye el factor de la calidez, sensualidad y la pasión.

**Amarillo:** El amarillo representa la vitalidad y la energía.

**Verde:** Es fácilmente asociado con la naturaleza, crea un ambiente balanceado y limpio.

**Purpura:** Al igual que el color azul este se asocia a la calma y a la tranquilidad, casi siempre se lo utiliza para ayudar a pacientes con problemas mentales.

Otros nombres (Violeta, Morado)

**Blanco:** Se le conoce como la representación máxima de la luz, generador de vida para todos los colores de la rosa cromática excepto del negro, tiene la capacidad de generar ambientes sumamente agradables, alegres y vivaces para la gente.

**Característica Principal:** Se puede combinar con cualquier color y darle una tonalidad más clara se les conoce como colores pastel, (esta combinación se puede utilizar incluso con el color negro)

**Negro:** Catalogado como un no color, esto se refiere a que es una sombra en la rosa cromático, se le considera la representación mínima de la luz y tiene la propiedad de generar un ambiente hostil, lúgubre, aterrador y sombrío para las personas.

**Característica Principal:** Se puede combinar con cualquier color para crear una tonalidad oscura se le conoce como color sucio. (La suciedad se nota aún más con el color amarillo y el rojo)

**2.2: Colores Sustractivos.** Son colores que tienen la particularidad de absorber ciertas ondas y reflejar otras se utiliza más para tintas de ámbito digital, programas de diseño utilizan este tipo

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

de colores para poder generar los colores reales de una imagen, Adobe Ilustrador utiliza este sistema de color (CMYK)

**2.3: Colores Aditivos.** Utiliza la luz roja verde y azul se utiliza en programas de diseño como por ejemplo Adobe Photoshop (RGB)

**3.- TEORÍA DE PRE PRENSA:** Conocimiento que destaca la forma correcta de impresión dobles y manejo de los papeles que se pueden comerciar

**3.1: Sublimación.** Técnica de impresión que tiene la función de plasmar imágenes sobre varias superficies se utiliza comúnmente en material publicitario tazas, esferos, camisetas etc.

**3.2: Repujado.** Es una técnica de impresión artesanal se utiliza para grabar o plasmar imagen en superficies como plata, oro, bronce.

**3.3: Grabado.** Es una técnica de impresión que se usa en superficies rígidas

**3.4: Litografía.** Técnica de impresión que implementa el uso de una piedra caliza sobre la que se tiene que dibujar la imagen que se desea imprimir de forma invertida.

**4.- MATERIAL POP:** Es un material publicitario que se distribuye junto con algún producto o como regalo para promocionar algún artículo.

**4.1: Flyer.** Una pequeña hoja de información se utiliza para fines publicitarios y la información implementada en este medio tiene que ser clara y concisa

**4.2: Hoja volante:** Son documentos muy importantes para publicitar un artículo, una campaña, una empresa, etc.

**4.3: Valla Publicitaria:** Son medios publicitarios que se utilizan para informar a los clientes o a la gente de algún producto nuevo, campaña publicitaria o publicitar una empresa

### Estrategia de la campaña

**Brief:** una campaña de prevención contra los embarazos no deseados dirigida a un público juvenil

### ANÁLISIS F.O.D.A.

	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<b>Análisis interno</b>	1.- El grupo objetivo se le informara de una forma gráfica. 2.- Se manejara una estrategia creativa para resolver este problema. 3.- Se manejara un plan de medios adecuado.	1.- El grupo objetivo no tiene información sobre el tema. 2.- el grupo objetivo no presenta un interés sobre el problema. 3.-No existe una campaña completa que transmita esta información.
	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>Análisis experto</b>	1.- La campaña utilizara varios medios para llegar al objetivo. 2.- La campaña manejara un eje creativo para crear los diferentes artes.	1.- El grupo objetivo no se siente persuadido de la campaña publicitaria. 2.- Desinterés del grupo objetivo.

### GRUPO OBJETIVO.

**Genero.-** Hombres y Mujeres.

**Edad.-** desde los 16 hasta los 25 años de edad.

**Nivel socio económico.-** Medio.

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

**Ubicación.-** Norte del distrito metropolitano de Quito.

**Ocupación.-** Estudiantes profesionales.

## **PROBLEMAS COMUNICACIONALES.**

**Problema de información.-** El problema principal de información para la campaña, radica en que el grupo objetivo no ha recibido información sobre el tema, desconocen la causa y efectos que ocasiona la no prevención de un embarazo no deseado.

**Problema de persuasión.-** Para la presente problemática del grupo objetivo no ha sido sobre la presencia de embarazos no deseados.

**Problema de posicionamiento.-** El tema al ser un problema social no se encuentra posicionado en la mente del grupo objetivo ya que no se han manejado una estrategia por lo cual el posicionamiento es difícil

**Problema de mantenimiento.-** dentro del grupo objetivo no existe un recuerdo sobre el tema

## **OBJETIVOS PUBLICITARIOS.**

**Problema de información.-** Brindar toda la información necesaria sobre el tema, para impactar al grupo objetivo por medio de flayers y dípticos.

**Problema de persuasión.-** Persuadir de una manera directa al grupo objetivo utilizando las redes sociales con la finalidad de interactuar con los involucrados.

**Problema de posicionamiento.-** posicionar el tema en la mente del grupo objetivo con la finalidad de obtener resultados positivos sobre el impacto en la prevención de embarazos no deseados mediante banners y vallas ubicadas en sitios estratégicos.

**Problema de mantenimiento.-** Recordarle al grupo objetivo que esta problemática social se encuentra presente y le puede suceder a cualquier persona, por este medio se creara una concientización permanente para prevenir un embarazo no deseado mediante material pop y redes sociales.

## **ESTRATEGIA CREATIVA**

**Beneficios Emocionales:** Prevención, tranquilidad, responsabilidad, confiabilidad.

**Tono:** Indiferente.

**Estilo:** Juvenil.

**Reason Why:** Esta campaña se creó para concientizar a los jóvenes para que así puedan tomar decisiones con respecto a sus vidas sexuales.

**Mensaje Básico:** Concientizar a los jóvenes de hoy.

**Tono:** Porque nos dedicamos a difundir información sobre la presente problemática social.

**Estilo:** Ya que estamos dirigidos a un público joven.

**Eje de la campaña:** Joven infórmate y piensa en tu futuro.

**Slogan de la campaña:** No estas solo pide ayuda antes de que sea tarde

## PLAN DE MEDIOS

**Medios Principales:** Flayers, Dípticos, Redes Sociales.

**Medios Secundarios:** Banners, Vallas.

**Medios Auxiliares:** POP, Redes Sociales.

## PRESUPUESTO DE CAMPAÑA.

<b>Medios Principales</b>		
Flayers		\$ 80.00
Dípticos		\$ 120.00
Redes sociales		\$ 100.00
<b>Medios Secundarios</b>		
Banners	3 unid	\$ 240.00
Vallas	2 unid	\$ 960.00
<b>Medios Auxiliares</b>		
POP		\$ 200.00
Redes Sociales		\$ 100.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1980.00</b>

## FLAYER.

**TIP DE PREVENCIÓN**

- Chequeos medicos:** para verificar si estas contagiado antes y despues de una relacion sexual.
- Relaciones personales:** Ten en cuenta las personas que frecuentas para evitar posibles violaciones.
- Ser prudente:** No frecuentar lugares de baja reputacion esto es primordial para tu seguridad.
- Fidelidad:** Es muy importante el ser fiel te permite asegurar tu salud sexual.
- Conocimiento de la pareja:** Tomate el tiempo necesario para conocer a tu pareja ya sea hombre o mujer.

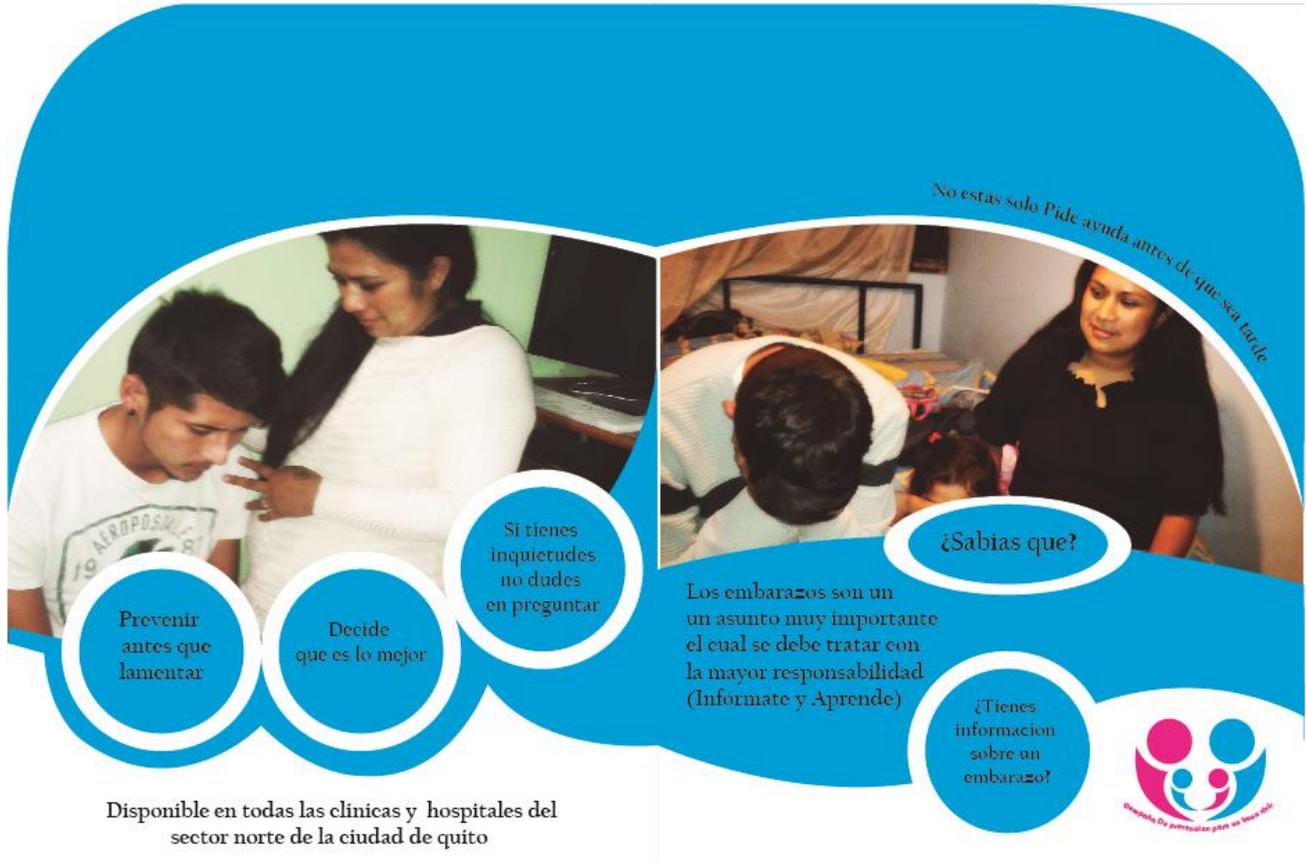
Estos tips te pueden ayudar para tener un mejor control en el desarrollo de tu vida sexual.

TU PUEDES PREVENIR UN EMBARAZO SI TE LO PROPONES  
PIENSA EN TU FUTURO

No estas solo pide ayuda antes de que sea tarde

Imagen Flayer

## DÍPTICO.



No estás solo Pide ayuda antes de que sea tarde

Prevenir antes que lamentar

Decide que es lo mejor

Si tienes inquietudes no dudes en preguntar

¿Sabías que?

Los embarazos son un asunto muy importante el cual se debe tratar con la mayor responsabilidad (Infórmate y Aprende)

¿Tienes información sobre un embarazo?

Disponible en todas las clínicas y hospitales del sector norte de la ciudad de Quito

Comando De prevención para la salud

Imagen Díptico

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

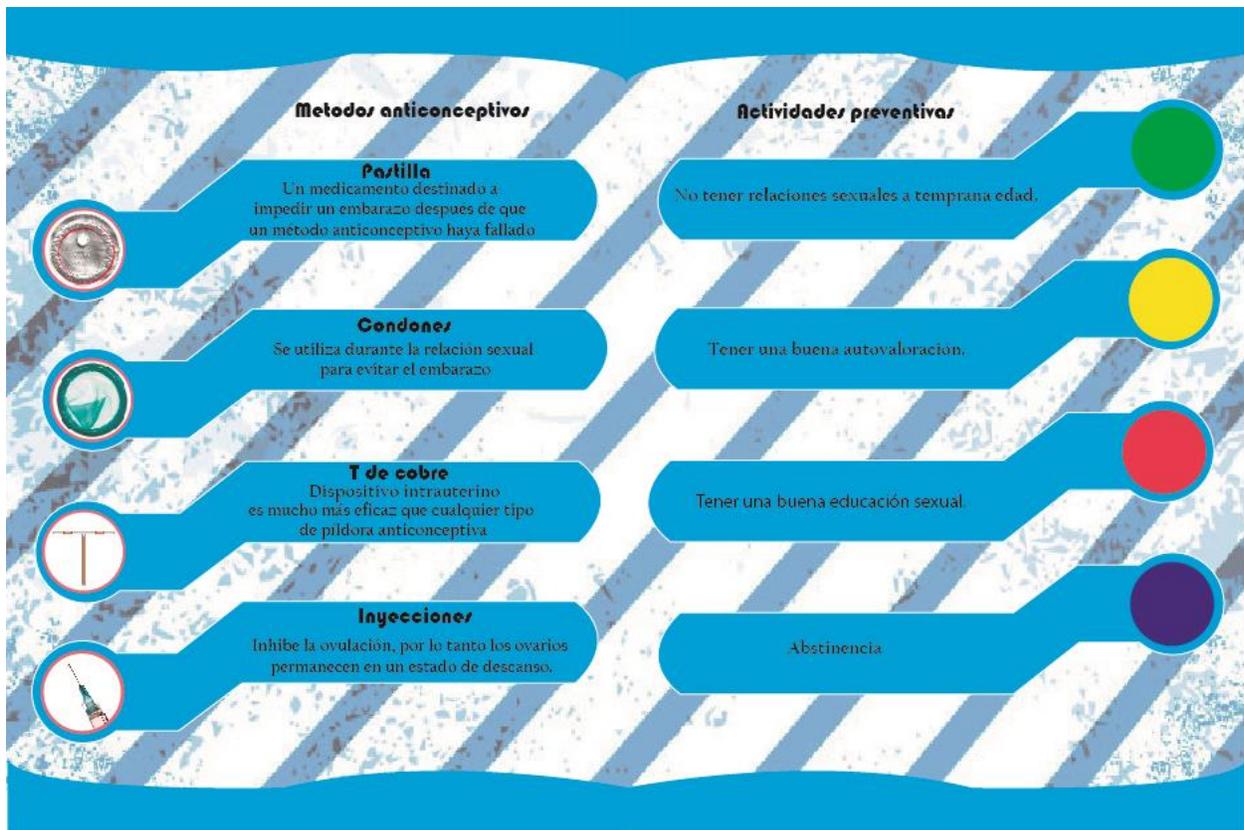


Imagen Retiro diptico

## REDES SOCIALES



Facebook



Twitter

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## ROLL UP

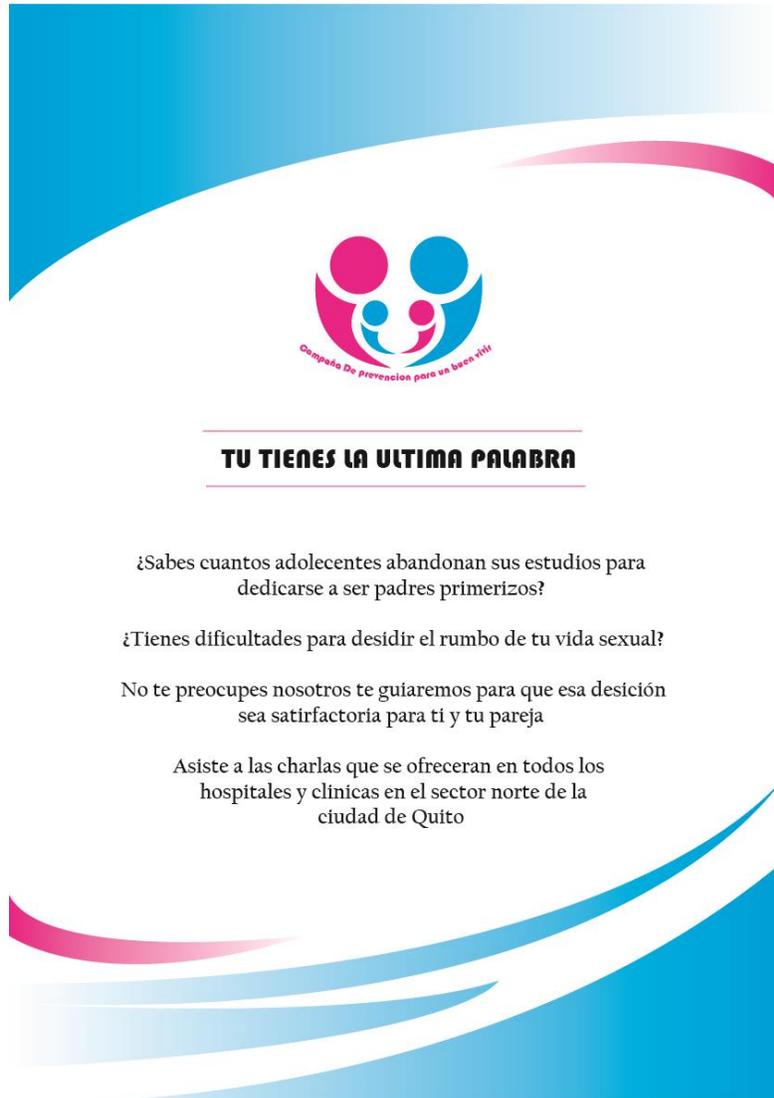


Imagen Roll Up

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## VALLA PUBLICITARIA.



Imagen Valla publicitaria

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## P.O.P



Imagen Taza P.O.P

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO



Imagen Portaminas P.O.P

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## HOJA VOLANTE

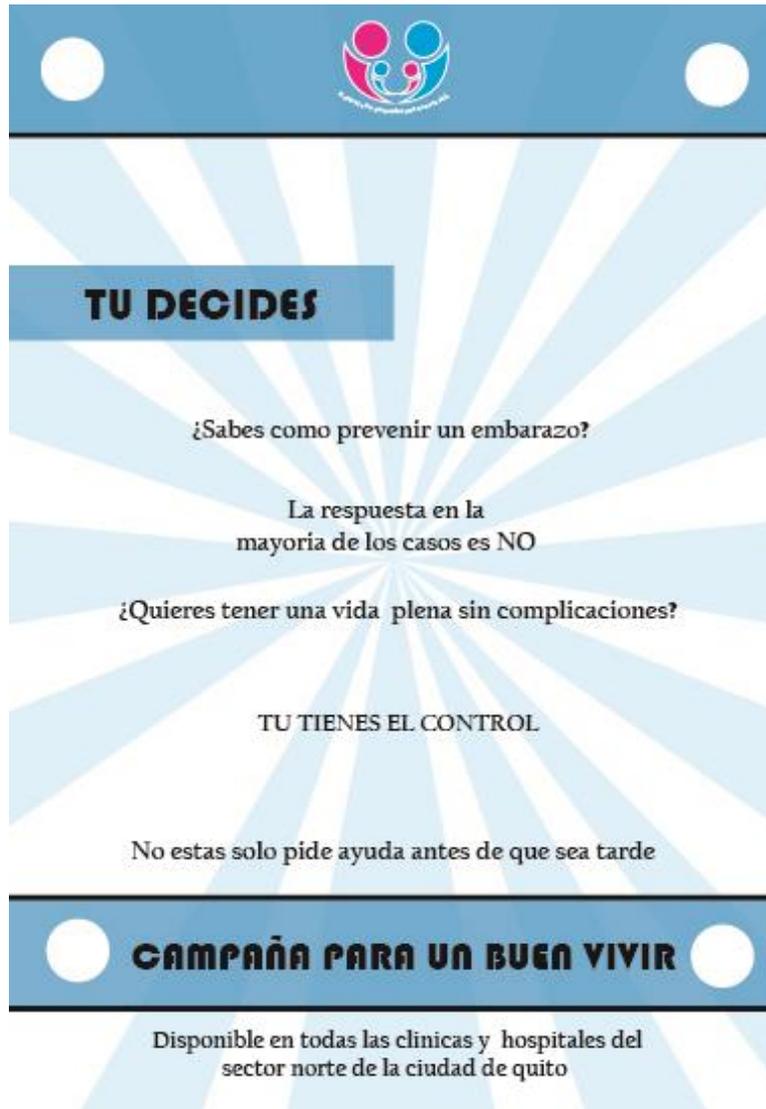


Imagen Hoja volante

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## AFICHE



Imagen Afiche

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

**B.T.L**



Imagen BTL

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## 5.2 DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA

- \* Adobe Ilustrador: Utilizado Para Flayers, Dípticos, Hojas volates.
- \* Adobe Photoshop: Utilizado para montajes de material P.O.P, Valla publicitaria.

## 5.3 FORMULACIÓN DEL PROCESO A APLICACIÓN DE LA PROPUESTA

**DÍPTICO:** Para el díptico se utilizaron fotografías reales simulando una pareja con problemas de pareja por un embarazo formas geométricas y texto en cursiva para que sea más atractivo para las mujeres

**FLAYER:** Se utilizó otra foto más adecuada para el flayer y contenido implícito sobre el tema al igual que en el díptico

**VALLA:** Al no contar con algún pariente cercano amigo que sufra de este problema se a optado por imágenes de internet inherentes al tema, se tomaron fotos de diferentes vallas publicitarias para los montajes.

**HOJA VOLANTE:** La hoja volante solo es un refuerzo básico para el díptico y el flayer se provee junto con el flayer y el díptico en ese orden

**P.O.P:** Se utilizó la imagen de varios portaminas como material pop y una taza de color blanco para ayudar a la imagen de la campaña

**AFICHE:** Manera común de proveer información externamente

**BTL:** Se utilizó una idea móvil para que los jóvenes puedan llevar a todos lados a modo de medalla para recordarles que son ganadores por preferir nuestra ayuda

**PERIÓDICO:** El montaje del periódico esta echo para difundir el material y la campaña respectivamente

## CAPITULO VI: ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

### 6.1 RECURSOS.

TIPOS DE RECURSOS	RECURSOS UTILIZADOS
TALENTO HUMANO	INVESTIGADOR, POBLACION, LICENCIADOS
TECNOLOGICO	INTERNET, COMPUTADOR,
ECONOMICO	TRANSPORTE, IMPRECIIONES

### 6.2 PRESUPUESTO.

DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD UTILIZADA	PRECIO TOTAL
<b>RECURSOS ECONOMICOS</b>			
TRANSPORTE	\$ 0.25	20 UNID	\$ 5.00
IMPRECIIONES	AFICHE \$ 1.20	1UNID	\$ 4.08
	FLAYER \$ 1.20	1UNID	
	HOLA VOLANTE \$ 1.20	1UNID	
	DIPTICO \$ 1.20	1UNID	
<b>MATERIALES DE OFICINA</b>			
CARTUCHOS DE IMPRESORA	\$ 20.00	1 UNID	\$ 20,00
HOJAS DE PAPEL BOND	\$ 5.00	200 UNID	\$ 10,00
CUADERNO UNIVBERSITARIO	\$ 1.50	1UNID	\$ 1,50
<b>RECURSOS BIBLIOGRAFICOS</b>			
INTERNET	\$ 20.00	6 MESES	\$ 120.00
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>\$ 160,58</b>

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

## 6.3 CRONOGRAMA.

	Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>CAPITULO 1: ANTECEDENTES</b>																				
1.1 CONTEXTO																				
1.2 JUSTIFICACIÓN																				
1.3 MATRIZ T																				
<b>CAPITULO 2: ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS</b>																				
2.1 MAPEO DE INVOLUCRADOS																				
2.2 MATRIZ Y SELECCIÓN CON LOS INVOLUCRADOS																				
<b>CAPITULO 3: PROBLEMAS Y OBJETIVOS</b>																				
3.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS																				
1.2 ÁRBOL DE OBJETIVOS																				
<b>CAPITULO 4: MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES</b>																				
4.1 MATRIZ DE ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS E IDENTIFICACIÓN DE ACCIONES																				
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO																				
4.3 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO																				
4.4 MATRIZ DE ANÁLISIS DE IMPACTO DE LOS OBJETIVOS																				
4.5 DIAGRAMA DE ESTRATEGIA																				
4.6 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ DE MARCO LÓGICO																				
4.7 REVISIÓN DE LOS																				

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO



## CAPITULO VII:

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

##### 7.1 CONCLUSIONES

Concluido una vez el proyecto y culminado las investigaciones pertinentes, se ha llegado a la siguiente conclusión de que una campaña de prevención en contra de los embarazos no deseados

Es muy útil y hasta necesario para detener este problema de raíz.

La información que se brinda en los hospitales, clínicas, instituciones académicas será más confiable y más detallada para los jóvenes en busca de conocimiento sobre la prevención de un embarazo.

Se crearía una forma de pensar más lógica en los jóvenes de la ciudad de Quito para que puedan tomar decisiones más acertadas

## 7.2 RECOMENDACIONES

Estos son puntos que se pueden tomar en cuenta para que la campaña sea más efectiva y pueda ayudar a los jóvenes del sector norte de la ciudad de Quito y del país con el pasar del tiempo

- 1.- Hacer que la propuesta se expanda a otros medios de difusión como el internet, televisión, etc. par que la campaña pueda ser captada por un público más amplio.
- 2.- Utilizar a la campaña por todos los hospitales, clínicas, etc. Del país.
- 3.- traducir el contenido para que la campaña no solo se centre en la población Quiteña.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

### 1.- Net grafía:

#### **BLOGÍA.- MEDIDAS PREVENTIVAS PARA UN EMBARAZO PRECOZ**

03/02/2009 06:13 Danny

<http://enbarazoprecoz.blogia.com/2009/020307-medidas-preventivas-del-embarazo-precoz.php>

### 2.- Net grafía:

#### **UNIVERSIDAD DE PRINCETON.- El DIU T de cobre método anticonceptivo de emergencia**

12 Noviembre 2013 20:30

[http://ec.princeton.edu/info\\_es/eciud.html](http://ec.princeton.edu/info_es/eciud.html)

### 3.- Net grafía:

#### **MUJER.- Métodos inyectables: anticonceptivos para las mujeres.**

**Fuente: esmas.com**

2014-02-28 17:41

LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO

<http://www2.esmas.com/mujer/sexo-y-amor/salud-sexual/668192/metodos-inyectables/>

**4.- Net grafía:**

**UNIVERSITY OF MERYLAND MEDICLA CENTER.-** Condonos Masculinos

2007 Jan 17. -2/12/2010

<http://umm.edu/health/medical/spanishency/articles/condones-masculinos>

**5.- Net grafía:**

**LAINFORMACION .COM:** Píldora del día después

28/01/2014

<http://relaciones.practicopedia.lainformacion.com/sexualidad/como-funciona-la-pildora-del-dia-despues-2298>

## ÍNDICE DE ANEXOS

### Imagen 1



### Imagen 2



LA PUBLICIDAD EN EL DISEÑO: CREACIÓN DE UNA CAMPAÑA DE CONCIENTIZACIÓN CONTRA LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN LA CIUDAD DE QUITO