



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR**  
**“CORDILLERA”**

**CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO**

**CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA  
INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE  
RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS  
EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL  
CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnóloga en  
Diseño Gráfico**

**Autora: Johanna Aranda Flores**

**Tutor: Msc. Ramiro Granda**

**Quito, Octubre 2015**

## DECLARATORIA

El presente documento es de autoría personal del investigador por lo tanto no es copia de algún otro proyecto ni similar al que se expone en estas hojas. Este proyecto no transgrede ninguna norma ética en tan sentido manifiesta la originalidad de su contenido ya que se ha realizado a base de esfuerzo, así como las investigaciones y recopilaciones de información que se mostrarán en el producto final, el cual consiste en la CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Por lo tanto yo **JOHANNA ALEXANDRA ARANDA FLORES** estudiante egresada del Instituto Tecnológico Superior Cordillera declaro conocer y aceptar la autoría proveniente a este documento y en consecuencia asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma.

---

Johanna Alexandra Aranda Flores  
C.I.: 171994744-0

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## **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 **Johanna Alexandra Aranda Flores**, 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 Tecnóloga **Diseño Gráfico**, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado **“CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.”**, por lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrollado la creación de una estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1” con el fin de incentivar el cuidado del medio ambiente, implementando piezas gráficas para así llamar la atención de los

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

estudiantes de 9 a 12 años de la Unidad Educativa “Borja N°1”, estimulando en los alumnos el cuidado y protección del planeta, el 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 será desarrollado en la Unidad Educativa “Borja N°1”.

**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 del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador 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 del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; 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 del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título

personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador 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.

---

Johanna Alexandra Aranda Flores  
C.I.: 171994744-0

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a Dios por haberme guiado por el camino de la felicidad hasta ahora; en segundo lugar a cada uno de los que son parte de mi familia a mi Madre: Mariana de Jesús Flores Calderón, a mi Hermana: Adriana Aranda, a mi Hermosa Sobrina: Dana Pizarra y a mis angelitos a mi Padre y Abuelitos que desde el cielo me envía todos los días la bendición; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional, me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mi mejor amiga: Paulina Calvachi por ser mi compañera en los momentos más alegres y tristes de mi vida. Y a mi tutor y lectora de proyectos quién me ayudó en todo momento.

LO HEMOS LOGRADO COMPAÑEROS.

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de grado a Dios y a mi madre. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mi madre quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Mi madre depositado su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento de mi inteligencia y capacidad. Le amo con mi vida.



---

**ÍNDICE**

<b>Portada</b>	_____	
<b>Carátula</b>	_____	
<b>Acta</b>	_____	
<b>Declaratoria</b>	_____	<b>i</b>
<b>Contrato de cesión sobre derechos propiedad intelectual</b>	_____	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b>	_____	<b>iv</b>
<b>Dedicatoria</b>	_____	<b>vi</b>
<b>Índice general</b>	_____	<b>viii</b>
<b>Índice de tablas</b>	_____	<b>xix</b>
<b>Índice figuras</b>	_____	<b>xxi</b>
<b>Índice de gráficos</b>	_____	<b>xx</b>
<b>Resumen ejecutivo</b>	_____	<b>xxii</b>
<b>Abstract</b>	_____	<b>xxv</b>
<b>Introducción</b>	_____	<b>xxvii</b>

## CAPÍTULO I

### Antecedentes

1.01 Contexto	1
1.02 Justificación	2
1.03 Definición del Problema Central (Matriz T)	5

## CAPÍTULO II

### Análisis de los Involucrados

2.01 Mapeo de involucrados	6
2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados	7

## CAPÍTULO III

### Problemas y Objetivos

3.01 Árbol de problemas	9
3.02 Árbol De Objetivos	10

## CAPÍTULO IV

### Análisis de alternativas

4.01 Matriz de análisis de alternativas y acciones	11
4.01.01 Tamaño del Proyecto	12
4.01.02 Fórmula de la muestra	12
Población	12
Muestra	12
Representativa	12
Adecuada y válida	12
4.01.02 Localización del Proyecto	14

<b>4.01.03 Análisis Ambientales</b>	<b>14</b>
<b>4.02 Matriz De Análisis De Impacto De Objetivos</b>	<b>16</b>
<b>4.03 Diagrama De Estrategias</b>	<b>17</b>
<b>4.04 Construcción De La Matriz De Marco Lógico</b>	<b>18</b>
4.04.01 Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores	18
4.04.02 Selección de Indicadores	26
4.04.03 Medios de Verificación	33
4.04.04 Supuestos	42
4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)	50

## CAPÍTULO V

### Propuesta

<b>5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta</b>	<b>57</b>
<b>5.01.01 Estrategia informativa</b>	<b>57</b>
5.01.01.01 Definición	57
5.01.01.02 Características	58
<b>5.01.01.03 Proceso</b>	<b>58</b>
<b>5.01.01.03.01 Persuadir</b>	<b>58</b>
5.01.01.03.01.a Definición	58
5.01.01.03.01.b Características	59
<b>5.01.01.03.02 Informar</b>	<b>60</b>
5.01.01.03.02.a Definición	60
<b>5.01.01.03.02.b Características</b>	<b>60</b>
Significado	60

Importancia _____	60
Vigencia _____	61
Validez _____	61
<b>5.01.01.03.03 Mantener _____</b>	<b>62</b>
5.01.01.03.03.a Definición _____	62
<b>5.01.01.03.03.b Características _____</b>	<b>62</b>
Planificación _____	62
Técnica _____	62
Ejecución _____	62
Control _____	62
Mejora _____	61
<b>5.01.01.03.04 Recordar _____</b>	<b>63</b>
5.01.01.03.04.a Definición _____	63
5.01.01.03.4.b Características _____	63
<b>5.01.01.04 Medios informativos _____</b>	<b>63</b>
<b>5.01.01.04.01 Medios Atl _____</b>	<b>64</b>
5.01.01.04.01.a Definición _____	64
5.01.01.04.01.b Características _____	64
<b>5.01.01.04.02 Medios Btl _____</b>	<b>65</b>
5.01.01.04.02.a Definición _____	65
5.01.01.04.02.b Características _____	66
<b>5.01.01.05 Publicidad _____</b>	<b>66</b>
5.01.01.05.01 Medios impresos _____	66

5.01.01.05.01.a Definición	66
5.01.01.05.01.b Características	67
5.01.01.05.01.d Afiches	68
5.01.01.05.01.e Folletos	69
5.01.01.05.01.f Volantes	69
5.01.01.05.02. Material P.O.P	69
5.01.01.05.03. Story board	69
5.01.01.05.03.01. ¿Para qué se hace un storyboard?	70
5.01.01.05.03.02. ¿Tipos de Storys?	70
5.01.01.05.03.03. ¿Qué es lo que aparece en el Story?	70
5.01.01.05.03.04. ¿Dónde se indica la información?	70
5.01.01.05.03.05. Características básicas de estructura del storyboard	71
5.01.01.05.03.05. Características básicas de formato del storyboard	72
<b>5.1.2 Reciclaje</b>	<b>72</b>
5.01.02.01 Definición	72
5.01.02.02 Características	72
<b>5.01.02.03 Proceso</b>	<b>73</b>
<b>5.01.02.03.01 Rechazar</b>	<b>73</b>
5.01.02.03.01.a Definición	73
5.01.02.03.01.b Características	73
<b>5.01.01.03.02 Reducir</b>	<b>74</b>
5.01.02.03.02.a Definición	74
5.01.02.03.02.b Características	74

<b>5.01.01.03.03 Reutilizar</b>	<b>75</b>
5.01.02.03.03.a Definición	75
5.01.02.03.03.b Características	75
<b>5.01.01.03.04 Reciclar</b>	<b>75</b>
5.01.02.03.04.a Definición	75
5.01.02.03.04.b Características	75
<b>5.01.02.04 Materiales no biodegradables</b>	<b>76</b>
<b>5.01.02.04.01 Papel</b>	<b>76</b>
5.01.02.04.1.a Definición	76
5.01.02.04.01.b Características	76
<b>5.01.02.04.02 Plástico</b>	<b>77</b>
5.01.02.04.02.a Definición	77
5.01.02.04.02.b Características	78
<b>5.01.02.05 Actividades de reciclaje</b>	<b>79</b>
<b>5.01.02.05.01 Programa de reciclaje continuo o periódicamente</b>	<b>79</b>
5.01.01.05.01.a Definición	79
5.01.01.05.01.b Características	79
<b>5.01.01.05.02 Normas de reciclaje</b>	<b>80</b>
5.01.01.05.02.a Definición	80
5.01.01.05.20.b Características	80
Papel	80
Plásticos	83
<b>5.02 Descripción de la herramienta</b>	<b>83</b>

<b>5.02.01 Software</b>	<b>83</b>
5.02.01.a Adobe Ilustrador Cs6	83
5.02.01.b Microsoft Word 2013	83
5.02.01.c Microsoft Excel 2013	84
5.02.01.d Adobe Reader 2015	84
5.02.01.e Adobe Flash Cs6	84
<b>Encuestados</b>	
<b>5.02.02 Modelo de la Encuesta</b>	<b>85</b>
<b>5.02.02.01 Encuestas y Tabulación</b>	<b>85</b>
1. ¿Qué es reciclaje?	87
2. ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?	88
3. ¿Conoces las normas para reciclar?	89
4. ¿Ha realizado actividades de reciclaje?	90
5. ¿Cuál de estos nombres le eliges para la mascota?	91
6. ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?	92
7. ¿En dónde recomendarías poner la información?	93
8. ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa "Borja N°1"?	94
9. ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?	93
<b>5.03 Formulación del proceso de aplicación</b>	<b>96</b>
<b>5.03.01 Brief Publicitaria</b>	<b>96</b>
<b>5.03.02 Misión</b>	<b>97</b>

<b>5.03.03 Visión</b>	<b>98</b>
<b>5.03.04 Educación Inicial</b>	<b>99</b>
<b>5.03.05 Educación Básica</b>	<b>101</b>
<b>5.03.06 Bachillerato General Unificado (B.G.U)</b>	<b>101</b>
<b>5.03.07 Departamento de Talento Humano</b>	<b>104</b>
<b>5.03.08 Departamento de Consejería Estudiantil</b>	<b>105</b>
<b>5.03.09 Departamento Financiero</b>	<b>106</b>
<b>5.03.10 Secretaría</b>	<b>106</b>
<b>5.03.11 Área de Ciencias Exactas</b>	<b>107</b>
<b>5.03.12 Área de Cultura Estética</b>	<b>107</b>
<b>5.03.13 Religión y valores</b>	<b>108</b>
<b>5.03.14 Área de Lengua Extranjera</b>	<b>108</b>
<b>5.03.15 Área de Ciencias Naturales</b>	<b>108</b>
<b>5.03.16 Área de Estudios Sociales</b>	<b>109</b>
<b>5.03.17 Área de Lengua y Literatura</b>	<b>109</b>
<b>5.03.18 Área de Cultura Física</b>	<b>109</b>
<b>5.03.19 Área de Informática</b>	<b>109</b>
<b>5.03.20 Investigación Desarrollo del Pensamiento</b>	<b>110</b>
<b>5.03.21 Grupo Objetivo</b>	<b>110</b>
<b>5.03.22 Problemas Comunicacionales</b>	<b>110</b>
Información	110
Persuasión	110
Posicionamiento	110

Mantenimiento _____	111
<b>5.03.23 Objetivos Comunicacionales _____</b>	<b>111</b>
Información _____	111
Persuasión _____	111
Posicionamiento _____	111
Mantenimiento _____	111
<b>5.03.24 Estrategia Creativa _____</b>	<b>112</b>
Beneficios racionales _____	112
Beneficios emocionales _____	112
Mensaje básico _____	112
Tono _____	112
Estilo _____	112
Insight _____	112
Reason Why _____	112
Mensaje básico _____	112
Tono _____	112
Estilo _____	112
Insight _____	112
Eje de campaña _____	112
Slogan _____	112
<b>5.03.25 Diseños de Piezas Gráficas _____</b>	<b>113</b>
<b>Medios primarios _____</b>	<b>113</b>
<b>Información _____</b>	<b>113</b>

Tríptico AIDA	113
Volantes AIDA	115
<b>Persuasión</b>	<b>116</b>
Afiche AIDA	116
Volantes AIDA	117
Video Ubicación: Sala de Audiovisuales	118
Storyboard	118
Stickeys	121
<b>Medios secundarios</b>	<b>123</b>
<b>Posicionamiento</b>	<b>123</b>
BTL1 AIDA	123
BTL2 AIDA	124
Afiche AIDA	125
<b>Medios auxiliares</b>	<b>125</b>
<b>Mantenimiento</b>	<b>126</b>
Materiales P.O.P	126
Llaveros de madera	126
Esferos ecológicos	126
Manilla de tela	126
<b>5.03.27 Plan y Estrategia de medios</b>	<b>127</b>
Medios Primarios	127
Información	127
Persuasión	127

Medio Secundario _____	127
Posicionamiento _____	127
Medio Auxiliar _____	127
Mantenimiento _____	127
<b>5.03.28 Flow Chart _____</b>	<b>127</b>
<b>5.03.29 Presupuesto de medios _____</b>	<b>128</b>
<b>5.03.30 Producción _____</b>	<b>128</b>
<b>5.03.31 Proyectos publicitarios _____</b>	<b>129</b>
BTL _____	129
Medios impresos _____	129

## CAPÍTULO VI

### 6. Aspectos Administrativos

<b>6.01 Recursos _____</b>	<b>130</b>
Tecnológicos _____	130
<b>Hardware _____</b>	<b>130</b>
Software _____	130
Humanos _____	130
Económico _____	131
<b>6.02 Presupuesto _____</b>	<b>131</b>
Gastos Operativos _____	131
Aplicación del proyecto _____	132
<b>6.03 Cronograma _____</b>	<b>133</b>



## CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones _____	137
Referencias bibliográficas _____	139



## Tablas

<b>Tabla 1: Matriz T</b>	<b>5</b>
<b>Tabla 2: Matriz de análisis y selección con los involucrados</b>	<b>7</b>
<b>Tabla 3: Tamaño de población</b>	<b>13</b>
<b>Tabla 4: Matriz de análisis de impacto de objetivos</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores</b>	<b>18</b>
<b>Tabla 6: Selección de Indicadores</b>	<b>26</b>
<b>Tabla 7: Medios de Verificación</b>	<b>33</b>
<b>Tabla 8: Supuestos</b>	<b>42</b>
<b>Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)</b>	<b>50</b>
<b>Tabla 10: Plásticos</b>	<b>78</b>
<b>Tabla 11: Papel</b>	<b>81</b>
<b>Tabla 12: ¿Qué es reciclaje?</b>	<b>87</b>
<b>Tabla 13: ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?</b>	<b>88</b>
<b>Tabla 14: ¿Conoces las normas para reciclar?</b>	<b>89</b>
<b>Tabla 15: ¿Ha realizado actividades de reciclaje?</b>	<b>90</b>
<b>Tabla 16: ¿Qué nombre le pones a esta mascota?</b>	<b>91</b>
<b>Tabla 17: ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?</b>	<b>92</b>
<b>Tabla 18: ¿En dónde recomendarías poner la información?</b>	<b>93</b>
<b>Tabla 19: ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa "Borja N°1"?</b>	<b>94</b>



---

<b>Tabla 20 ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?</b>	<b>95</b>
<b>Tabla 21 storyboard</b>	<b>121</b>
<b>Tabla 22 Flow Chart</b>	<b>127</b>
<b>Tabla 23 Presupuesto de medios</b>	<b>128</b>
<b>Tabla 24 Producción</b>	<b>128</b>
<b>Tabla 25 Gastos Operativos</b>	<b>131</b>
<b>Tabla 26 Aplicación del proyecto</b>	<b>132</b>
<b>Tabla 27 Cronograma</b>	<b>133</b>

## Figuras

<b>Figura 1: Mapeo de involucrados</b>	<b>6</b>
<b>Figura 2: Árbol de Problemas</b>	<b>9</b>
<b>Figura 3: Árbol de Objetivos</b>	<b>10</b>
<b>Figura 4: Matriz de análisis de alternativas y acciones</b>	<b>11</b>
<b>Figura 5: Localización del proyecto</b>	<b>24</b>
<b>Figura 6: Diagrama De Estrategias</b>	<b>37</b>
<b>Figura 8: Normas de reciclaje</b>	<b>80</b>

## Gráficos

<b>Grafico 1: ¿Qué es reciclaje?</b> _____	<b>87</b>
<b>Grafico 2: ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?</b> _____	<b>88</b>
<b>Grafico 3: ¿Conoces las normas para reciclar?</b> _____	<b>89</b>
<b>Grafico 4: ¿Ha realizado actividades de reciclaje?</b> _____	<b>90</b>
<b>Grafico 5: ¿Qué nombre le pones a esta mascota?</b> _____	<b>91</b>
<b>Grafico 6: ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?</b> _____	<b>92</b>
<b>Grafico 7: ¿En dónde recomendarías poner la información?</b> _____	<b>93</b>
<b>Grafico 8: ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa "Borja N°1"?</b> _____	<b>94</b>
<b>Grafico 9: ¿Cuáles de los siguientes materiales de desecho puedes reciclar más fácilmente en la Escuela?</b> _____	<b>95</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha elaborado con la finalidad de crear una estrategia publicitaria informativa en la Unidad Educativa “Borja N°1” cuyo interés es en aumentar las actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años, por lo tanto es necesario la implementación de un plan de información que permita dar a conocer nuevas actividades de reciclaje. Básicamente el proyecto contiene siete capítulos a desarrollarse.

El primer capítulo se analiza la situación actual de las actividades de reciclaje el que se pretende enseñar a través del diagnóstico se determinaron fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades; una de las principales fortalezas. Es la experiencia en el ámbito al cuidar el medio ambiente, se destaca la oportunidad de un crecimiento en la protección del planeta como valor agregado, teniendo como premisa principal una excelente educación, explotando el conocimiento y sin dejar a un lado el cuidado el medio ambiente fortaleciendo a futuro para que reciclen de manera creativa al implementar la estrategia publicitaria informativa. Una de las debilidades que se encontró son las escasas actividades de reciclaje en la Unidad Educativa “BorjaN°1”, además de un gran desconocimiento del cómo y cuándo se debe cuidar el medio ambiente y realizar la recolección de los materiales reciclados como el papel y plástico por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

El segundo capítulo se hace una revisión de los involucrados, es muy importante aclarar los principales temas con lo que se trabaja el desarrollo del proyecto.

El capítulo tres es el árbol de problemas donde se muestra la escasez de actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “BorjaN°1” sus causa y efectos, también contiene el árbol de objetivos donde se muestra el incremento de

actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1” de toda la información correspondiente al estudio que se obtuvo por parte de los estudiantes de 9 a 12 años y por la directora, lo cual se desarrolló en la Unidad Educativa “Borja N°1” en el sector Centro Histórico de Quito.

En el capítulo cuarto se muestra el desarrollo del análisis de alternativas como es la matriz de análisis de alternativas y acciones, tamaño del proyecto, la fórmula de la muestra, la localización del proyecto en donde está ubicado la Unidad Educativa “Borja N°1” y el diagrama de estrategias, también se realiza la construcción de la matriz de Marco Lógico, revisión de los criterios para los indicadores.

El capítulo quinto se realiza la propuesta mediante la investigación, recopilación de información, resume todo lo que se necesita para realizar el proyecto, también incluye el objetivo de la comunicación, estrategia creativa, AIDA, piezas gráficas, plan y estrategia de medios, se muestra el desarrollo de la propuesta técnicas para informar, se desarrollará la estrategia creativa y medios comunicacionales como el BTL (below the line), y también los materiales P.O.P (Point of Purchase) punto de compra son artículo decorativo impreso con un diseño ilustrado, por último el presupuesto de la propuesta.

El capítulo sexto se pone el Aspectos Administrativos como son: Recursos, Tecnológicos, Hardware, Software, Humanos, Económico y también se pone Presupuesto que son: Gastos Operativos, Aplicación del proyecto y por último el Cronograma.

El capítulo séptimo se realiza las Conclusiones y recomendaciones al final de esto se anexa todo los materiales utilizados que se realizó para desarrollar este proyecto.

---

## ABSTRACT

This project has been developed in order to create an advertising information strategy in the Education Unit "Borja N°1" whose interest is to increase recycling activities by students 9 to 12 years, so it is necessary the implementation of a plan that allows information to publicize new recycling activities. Basically the project contains seven chapters to develop.

The first chapter of the current situation of the recycling activities to be taught through the diagnostic strengths, opportunities, weaknesses and threats analyzes were determined; one of the main strengths. It is the experience in the field to help the environment, highlights the opportunity for growth in the protection of the planet as an added value, with the main premise an excellent education, exploiting knowledge and without leaving aside the environmental care strengthening future to recycle creatively to implement the advertising information strategy. One of the weaknesses found are the few recycling activities in the Education Unit "Borja N°1", and a little knowledge of how and when to protect the environment and make the collection of recycled materials such as paper and Plastic by students of 9-12 years.

The second chapter reviews is involved, it is very important to clarify the main issues with which the project works.

Chapter Three is the problem tree where the shortage of recycling activities shown by the students of 9-12 years in the Education Unit "Borja N°1" its causes and effects, it also contains the objectives tree which shows increased recycling activities by the students of 9-12 years in the Education Unit "Borja N°1" all relevant information to the study which was obtained by students 9-12 years and director , which was developed in the Educational Unit "Borja N°1" in the historic center of Quito sector.

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

The fourth chapter analyzes the development of alternatives is shown as matrix analysis of alternatives and actions, project size, the formula shows, the project location where is located the Education Unit "Borja N°1" and chart strategies, building the logical framework matrix, revised criteria for the indicators is also performed.

The fifth chapter the proposal is carried out through research, information gathering, sums up all that is needed for the project also includes the aim of communication, creative strategy, AIDA, graphic pieces, plan and media strategy, it is shown the development of the technical proposal to inform the creative strategy and communication media such as BTL (below the line) will be developed, and also the POP materials (Point of Purchase) point of purchase are decorative paper printed with a pictorial design, finally the budget proposal.

The sixth chapter puts the Administrative Aspects such as: Resources, Technology, Hardware, Software, Human, Economic and Budget is also set to include operating expenses, project implementation and finally the Schedule.

Chapter seven Conclusions and recommendations at the end of this is done all the materials used that are made to develop this project is attached.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto es sobre una estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje de una forma informativa, y educacional, se creó con el fin de concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1” se trata de la recopilación y recuperación de los desechos que no son biodegradable como lo son: papel y plástico, en otras palabras, el reciclaje.

A pesar de que en la actualidad es muy fácil recibir información acerca de este proceso (el reciclaje), ya que contamos con medios de comunicación como la radio, prensa, tv entre otros, medios impresos como los carteles, afiches, volantes, trípticos, hemos notado que todavía no se ha podido lograr la concientización de los estudiantes de 9 a 12 años porque esta información no se enfocó a ellos y además hay pocas actividades que incluyen a los estudiantes, por esta razón se realizó un proyecto que favorezca al medio ambiente en el que se incluyó a los estudiantes de 9 a 12 años para que contribuyan y tomen conciencia de que nuestro planeta necesita que los seres humanos sepamos aprovechar al máximo los recursos que tenemos, para poder mantener el equilibrio ecológico, que es imprescindible para nuestra vida y para el futuro del mundo.

## CAPÍTULO I

### Antecedentes

#### 1.01 Contexto

El reciclaje es un proceso donde se reutilizan materiales, tales como plástico y papel con fines diferentes a sus funciones primordiales, con el fin de maximizar el uso de los materiales.

La Unidad Educativa Pedro Pablo “Borja N°1”, es una Institución Educativa Católica Diocesana con experiencia, calidad y calidez; brindando a los estudiantes una educación integral que forma seres humanos responsables y capaces de responder críticamente a los retos que la sociedad exige; empleando nuevas técnicas, metodologías alternativas y profesionales competentes, para fortalecer la identidad ecuatoriana, el sentido de Iglesia y la excelencia académica en los niños y jóvenes, teniendo a Cristo como Hermano, Amigo y Maestro.

Sin embargo, La Unidad Educativa “Borja N°1” posee pocas actividades de reciclaje provocando desinterés por parte de los estudiantes entre 9 y 12 años por aprender sobre la reutilización de materiales.

Debido a esto se va desarrollar una estrategia publicitaria con el fin de que los alumnos aprendan sobre la reutilización los materiales antes mencionados, con el fin de apoyar el incremento de las actividades relacionadas con el reciclaje y reforzar el aprendizaje para concientizar los hábitos por resguardar el ambiente, reducir los desechos que no son biodegradables para ahorrar dinero y energía, y de esta forma demostrar a los estudiantes cómo los desechos afectan sus vidas y su ambiente.

## 1.02 Justificación

Es importante promover e incentivar el cuidado del medio ambiente para proteger nuestro planeta. En este orden de ideas para informar sobre las actividades de reducción de desechos, existen diferentes tipos de actividades permanentes de reciclaje. Para las actividades de reciclaje la escuela necesita implementar contenedores de recolección para los materiales que no son biodegradables como son: el papel y plástico.

Se debe estimular a los estudiantes desde temprana edad ya que ellos son los futuros profesionales, el conocimiento debe ser impartido desde el hogar y reforzado en las aulas de la Unidad Educativa “Borja N°1” para concientizar a los alumnos a reciclar y proteger nuestro medio ambiente, y así poner en práctica las actividades de reciclaje.

Este proyecto se realizará cuando inicien las clases en la Unidad Educativa “Borja N°1”, siguiendo un plan adecuado para informar sobre las actividades de reducción de desechos con la ayuda del personal administrativo, docentes, padres de familia y principalmente los estudiantes, para que tengan conciencia sobre el cuidado del planeta.

Todo esto mediante una adecuada estrategia publicitaria informativa que dé a conocer las normas de cómo reciclar y promulgar este tipo de actividades en los estudiantes entre 9 y 12 años, generando conciencia al reciclar los materiales que no son biodegradables.

El proyecto se respalda con el objetivo que está estipulado en “El plan nacional del buen vivir”, mismo objetivo que tiene como principal función garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad global y territorial.

“En el plan del buen vivir existen varios tipos de objetivos, en este caso el proyecto se hará en base al reciclaje de desechos como son los papeles y plásticos, (...)” (Plan Nacional de buen vivir, 2013-2017)

Para este proyecto se toman una serie de parámetros de guía los cuales son presentados a continuación:

1. Promover patrones de consumo conscientes, sostenibles y eficientes con criterios de suficiencia dentro de los límites del planeta.
2. Impulsar procesos integrales y campañas en la escuela para fomentar la conciencia y la ética ambiental y prácticas de consumo responsable y consciente que generen una cultura de suficiencia, ahorro y mínimo impacto ambiental negativo.
3. Diseñar y aplicar mecanismos de incentivos para el cambio de patrones de consumo de la escuela, la reducción de las compras suntuarias, la reutilización de los activos, la clasificación de los residuos y el reciclaje de materiales.
4. Optimizar el reciclaje y la clasificación en la fuente de los residuos, y disminuir el uso de embalajes innecesarios, fomentar su reciclaje.
5. Consolidar mecanismos de responsabilidad social y ambiental extendida del productor, que sean diseñados con la participación de los consumidores para reducir el impacto ambiental del consumo de bienes y servicios.
6. Incorporar criterios ambientales en las pautas de compras públicas para la toma de decisiones, con una visión de consumo ambiental responsable y sustentable.

Dentro de este marco, para el presente estudio se consideró como propósito diseñar para los estudiantes entre 9 y 12 años un proyecto de reducción de materiales que no sean biodegradables acumulados en las instalaciones de la escuela “Borja N°1” que está ubicada en el en el Centro Histórico de Quito, el estudio busca además, plantear lineamientos que permitan mejorar el aprovechamiento de los desechos generados mediante la reutilización del papel y el plástico prioritariamente.

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

ANÁLISIS DE FUERZAS T					
<i>Situación Empeorada</i>	<i>Situación Actual</i>				<i>Situación Mejorada</i>
Desinterés en actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.	Escasas actividades del reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1"				Incremento en actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.
<i>Fuerzas Impulsoras</i>	<i>I</i>	<i>PC</i>	<i>I</i>	<i>PC</i>	<i>Fuerzas Bloqueadoras</i>
Establecer estrategias comunicacionales.	4	4	3	2	Los estudiantes de 9 a 12 años carecen de información sobre el reciclaje.
Establecer actividades de desechos que no son biodegradables.	4	4	4	3	Poca iniciativa en actividades de desechos que no son biodegradable.
Colocar los contenedor en un lugar estratégico de la escuela	4	2	4	1	Carece de contenedor para almacenar materiales que no son biodegradables.
Implementación actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	4	4	4	3	Deficiente actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.
Determinar estrategias publicitarias creativas.	4	3	4	3	Deficiencia en la creación de piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.

Tabla 1: Matriz T  
Elaborado por: Johanna Aranda

## CAPÍTULO II

### Análisis de los Involucrados

#### 2.01 Mapeo de involucrados

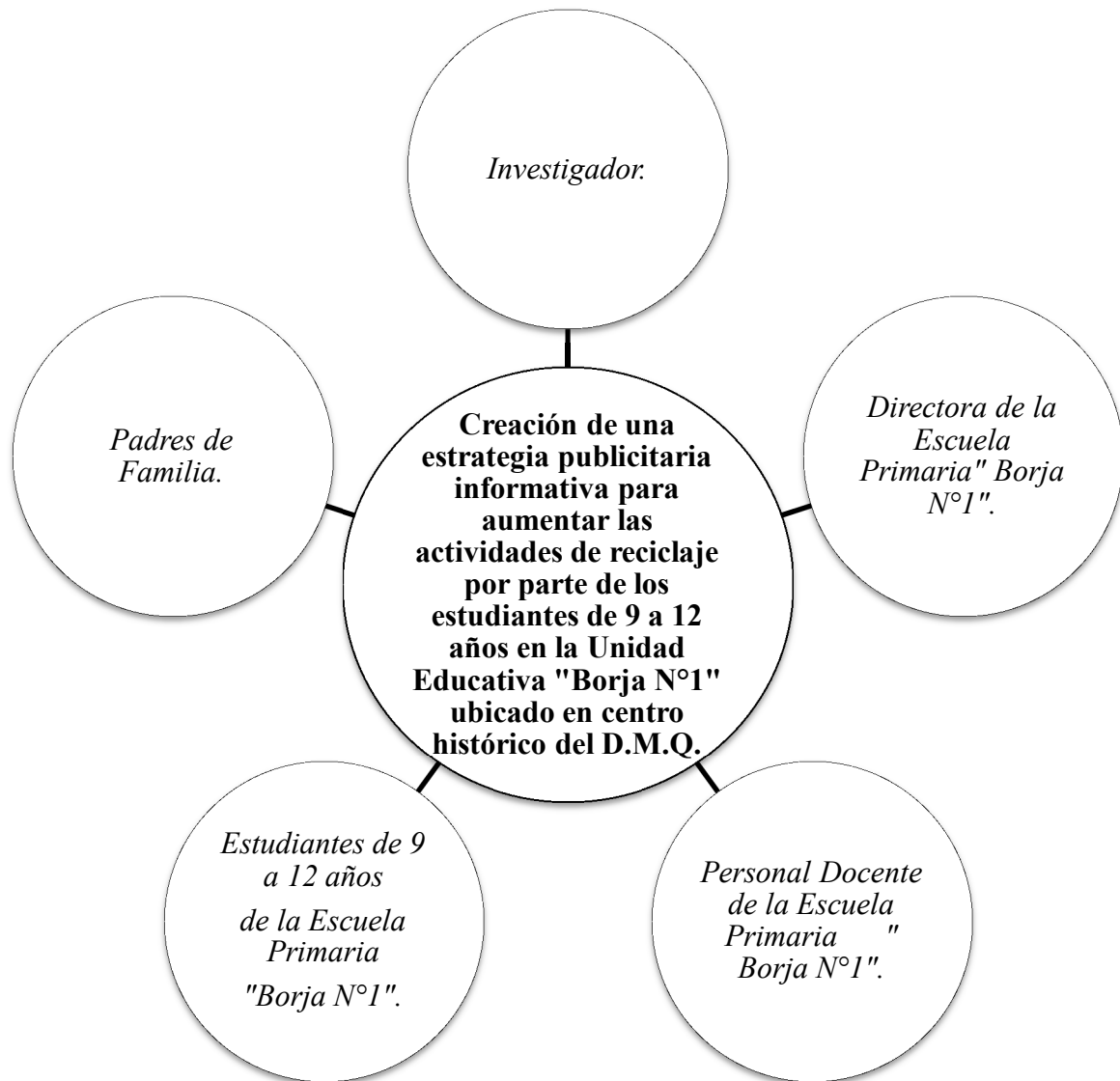


Figura 1: Mapeo de involucrados  
Elaborado por: Johanna Aranda

## 2.02 Matriz de análisis y selección con los involucrados

<i>Actores Involucrados</i>	<i>Interés sobre el problema</i>	<i>Problemas Percibidos</i>	<i>Recursos Mandatos y Capacidades</i>	<i>Interés sobre el proyecto</i>	<i>Conflictos Potenciales</i>
<b>Investigador</b>	Diseñar una estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje para promover la importancia para enfatizar el cuidado del medioambiente.	Pocas actividades de reciclaje en la escuela "Borja N°1"	Información General. Capacidad Intelectual. R. Tecnológico. R. Técnico. R. Humano. R. Económico. R. Creativo. R. Social.	Implementar y poner en práctica las actividades de reciclaje en los estudiantes de la Escuela "Borja N°1".	Falta de recursos económicos. Falta de cronograma que no se ponga en práctica las actividades en la Escuela.
<b>Directora de la Escuela Primaria " Borja N°1 "</b>	Implementar la aprobación de las actividades para promover el reciclaje en los estudiantes de 9 a 12 años.	Ausencia de interés sobre las actividades de reciclaje	Información General. Capacidad Intelectual. Permisos. R. Tecnológico. R. Técnico. R. Humano.	Garantizar y promover las actividades de reciclaje en las aulas de la clase.	Falta de interés, tiempo y coordinación y a la vez que no se ponga en práctica las actividades por parte de la directiva de la escuela "Borja N°1".

Tabla 2: Matriz de análisis y selección con los involucrados

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

<b>Personal Docente de la Escuela Primaria " Borja N°1"</b>	Perfeccionar el método de enseñanza para incentivar la practica el reciclaje a los estudiantes.	Escasa información sobre las actividades de reciclaje para los estudiantes de 9 12 años.	Capacidad Intelectual. Información Específica. R. Humano. R. Creativo. R. Social.	Impartir en el estudiante de 9 a 12 años de la Escuela para incentivar el interés la práctica de actividades de reciclaje.	Falta de tiempo. Desinterés por enseñar las actividades de reciclaje en las clases por parte de los profesores.
<b>Estudiantes de la Escuela Primaria " Borja N°1"</b>	Conocer la forma de reciclar mediante varias actividades de reciclaje.	Insuficiente actividades e información que muestren las formas de reciclar.	Capacidad Intelectual. Información Específica. R. Humano. R. Creativo. R. Social.	Aprender sobre el uso de los materiales para las actividades de reciclaje.	Falta de interés y motivación para aprender sobre las actividades del reciclaje.
<b>Padres de la familias</b>	Enseñar el reciclaje en los hijos en los hogares.	Desinformación para impulsar el reciclaje en los hogares y desprecupan de cuidar al medio ambiente.	Capacidad Intelectual. Información Específica. R. Humano. R. Creativo. R. Social.	Poner en práctica las actividades en los hogares para impulsar el conocimiento de reciclaje y aprendan a cuidar el medio ambiente.	Desinterés para realizar el proyecto desde los hogares .

*Tabla 2: Matriz de análisis y selección con los involucrados  
Elaborado por: Johanna Aranda*

## CAPÍTULO III

### Problemas y Objetivos

#### 3.01 Árbol de problemas

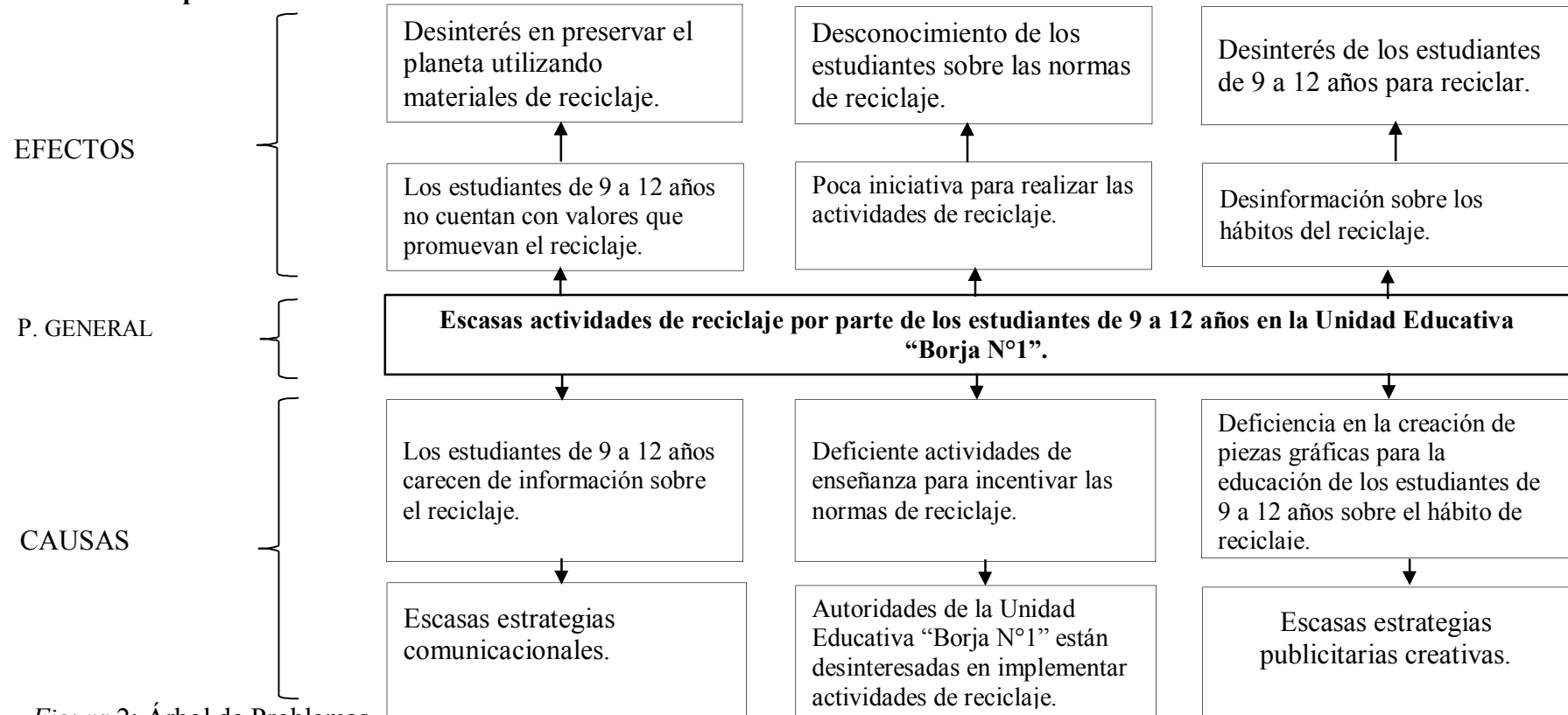


Figura 2: Árbol de Problemas  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 3.02 Árbol De Objetivos

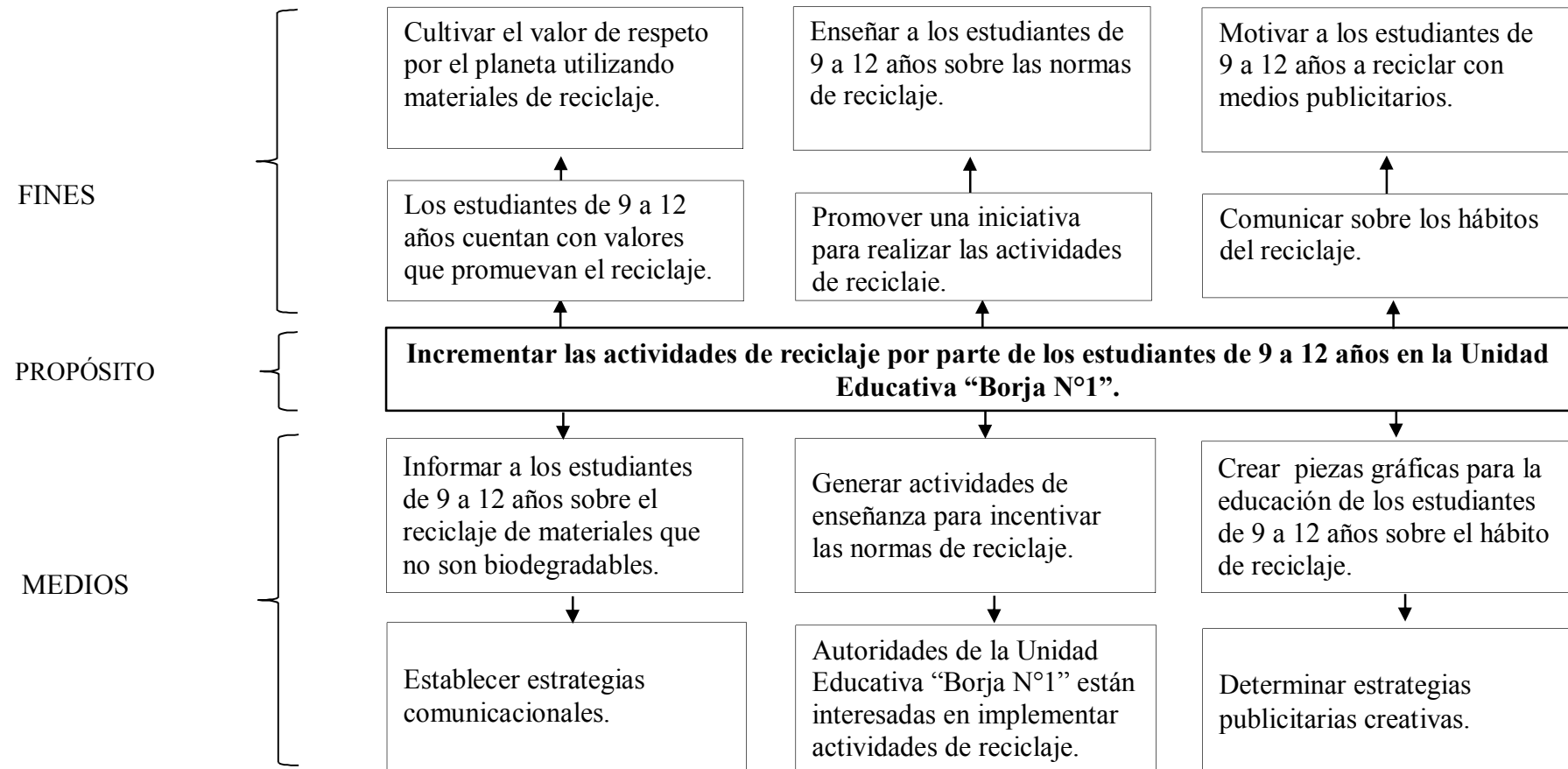


Figura 3: Árbol de Objetivos  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## CAPÍTULO IV Análisis de alternativas

### 4.01 Matriz de análisis de alternativas y acciones

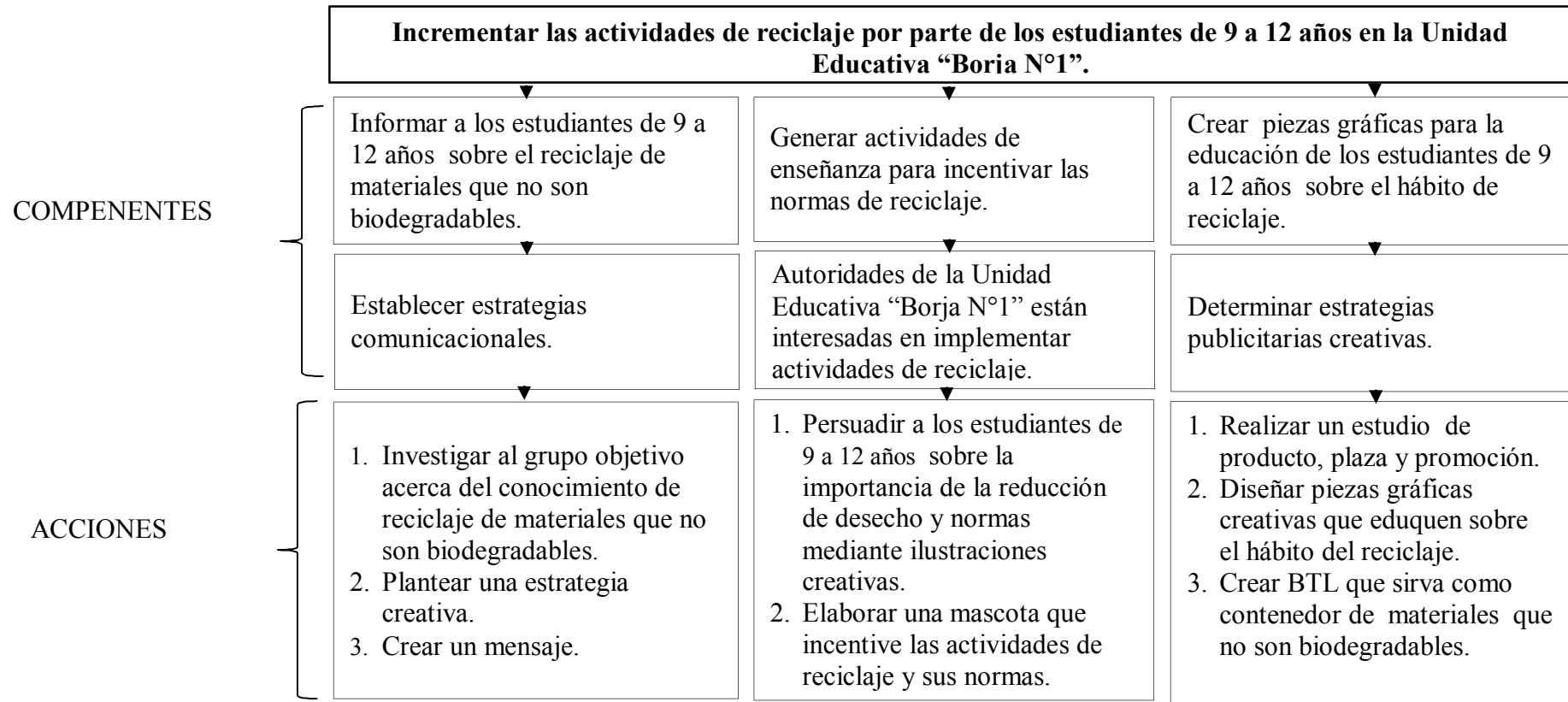


Figura 4: Matriz de análisis de alternativas y acciones

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

#### 4.01.01 Tamaño del Proyecto

El proyecto consiste en crear una estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje mediante un programa de reducción de desechos. El grupo objetivo al que se quiere llegar son los estudiantes entre 9 y 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1”, ubicada en el Centro Histórico del D.M.Q. Hay que tener en cuenta que la magnitud del proyecto se mide según la necesidad que presenten los estudiantes por adquirir conocimientos sobre los métodos de reciclaje que mejor les parezca.

#### 4.01.02 Fórmula de la muestra

**Población.-** Llamado también universo o colectivo, es el conjunto de todos los elementos que tienen una característica común. Una población puede ser finita o infinita. Es **población finita** cuando está delimitada y conocemos el número que la integran. Es **población infinita** cuando a pesar de estar delimitada en el espacio, no se conoce el número de elementos que la integran.

**Muestra.-** La muestra es un subconjunto de la población. Ejemplo: Estudiantes de 9 a 12 años

Sus principales características son:

**Representativa.-** Se refiere a que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser tomados en cuenta para formar dicha muestra.

**Adecuada y válida.-** Se refiere a que la muestra debe ser obtenida de tal manera que permita establecer un mínimo de error posible respecto de la población.

Para que una muestra sea fiable, es necesario que su tamaño sea obtenido mediante procesos matemáticos que eliminen la incidencia del error.

$$n = \frac{(Z^2) \cdot p \cdot q \cdot N}{(Ne^2) + (Z^2) \cdot pq}$$

Nivel de confianza	Z
99	3.09
98	2.33
97	2.17
96	2.06
95	1.96
94	1.89
93	1.83
92	1.76
91	1.70
90	1.68
80	1.28
70	1.04
68	1.00

Z (nivel de confianza)	94%	1,89
p (probabilidad de éxito)	50%	0,5
q (probabilidad de fracaso)	50%	0,5
e (error muestra)	6%	0,06

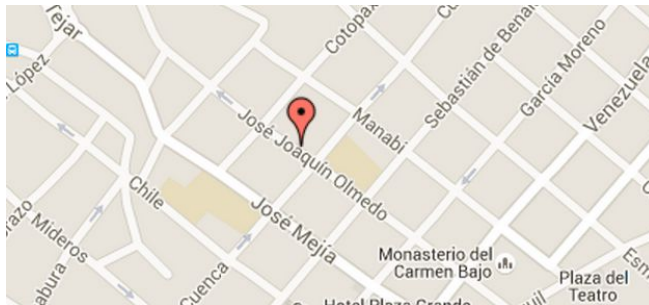
N (población) **133**

**87**

*Tabla 3: Tamaño de población  
Elaborado por: Johanna Aranda*

#### 4.01.03 Localización del Proyecto

El proyecto se localiza en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Belisario Quevedo. Sector centro histórico de Quito, calle Olmedo Oe6 154 Entre Cuenca y Cotopaxi, Contactos Teléfono: 2 582 490, 2 957 083, Email: ueborjauno@borjauno.edu.ec



*Figura 5: Localización del proyecto*

*Fuente: Google maps*

#### 4.01.04 Análisis Ambientales

La contaminación que se produce al desechar los materiales que no son biodegradables afecta la capa de ozono, lo cual contribuye con el calentamiento global que perjudica a todo ser vivo. Este proyecto tiene por objetivo que los estudiantes entre 9 y 12 años hagan conciencia a la hora de desechar los materiales reciclados, por lo cual se ha propuesto la elaboración de una estrategia publicitaria informativa que contribuirá con aspectos positivos para las instalaciones de la Unidad Educativa.

Entrando en contexto sobre los materiales reciclables tenemos en primer plano al plástico, el cual se elabora de compuestos derivados del petróleo, que son fuentes no renovables. Es importante mencionar que también otras materias primas son

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

utilizadas para la fabricación de plástico como sustancias naturales como el carbón y el gas natural. El plástico es resultado de una mezcla de recursos naturales que tardaran muchos años en descomponerse.

El papel por su parte, es la extracción de pulpa de madera. El pasteado consiste en convertir la madera en masa fibrosa, la madera puede ser sometida a procesos mecánicos o químicos o una combinación de ambos. También se puede obtener con pulpas de paja, la mezclan las pulpas para obtener distintas calidades de papel. Se presenta en forma de hojas y láminas de diferentes tamaños, grosores y colores. Los recursos naturales como son los árboles que cada vez que se talan kilómetros de ellas para la fabricación del papel, se están perdiendo plantas nativas.

Los materiales como el papel y plástico ponen en peligro la fauna y la flora, por sustraer los recursos de la tierra para su elaboración, con este proyecto se pretende disminuir el impacto que puedan tener los desechos derivados de estos materiales en el contexto geográfico presentado anteriormente, esto se consolidará con la creación de una estrategia publicitaria informativa para concientizar a los estudiantes entre 9 y 12 años, además de las actividades a realizar en pro del reciclaje de estos materiales.

#### 4.02 Matriz De Análisis de Impacto de Objetivos

Objetivos	Impactos sobre el propósito	Factibilidad Técnica	Factibilidad Financiera	Factibilidad Social	Factibilidad Política	Total	Categoría
Informar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	5	5	5	3	4	22	Alto
Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje.	5	4	4	2	5	20	Alto
Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	5	4	3	3	4	19	Medio Alto
Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	4	4	3	3	4	18	Medio Alto
Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	5	5	4	3	4	21	Alto
Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	5	5	3	2	4	19	Medio Alto

Tabla 4: Matriz de análisis de impacto de objetivos

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 4.03 Diagrama de Estrategias

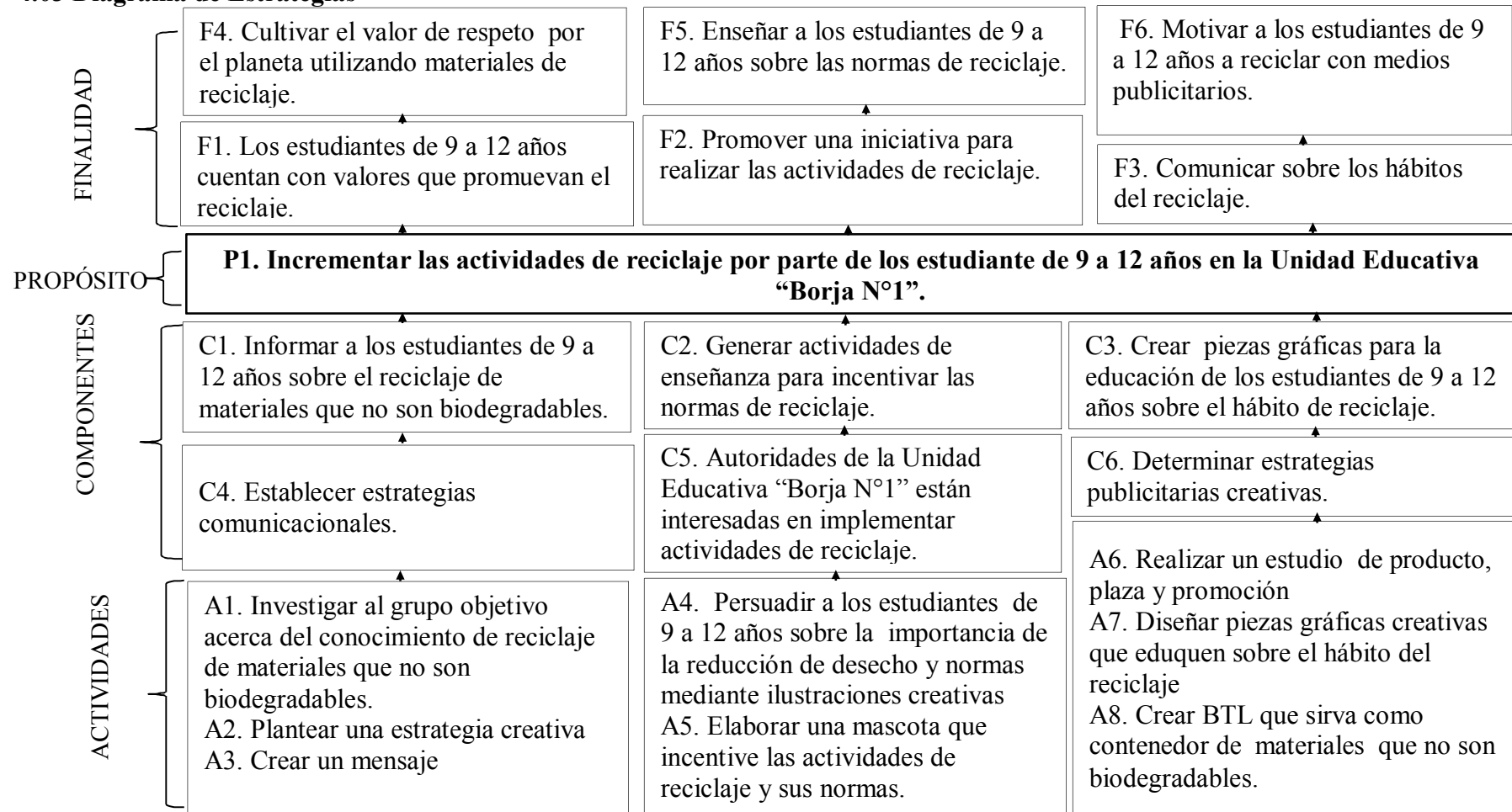


Figura 6: Diagrama De Estrategias Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

#### 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	F1. Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años saben proteger el medioambiente.	115	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1" y adultos
	F2. Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años desean aprender como reciclar el papel y plástico para proteger el medioambiente.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	F3. Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en conocer las actividades de reciclar.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1" y adultos

Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
FIN	F4. Cultivar el valor de respeto por el planeta utilizando materiales de reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren cuidar el medio ambiente utilizando los materiales reciclados en las aulas y en el hogar	115	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1" y adultos
	F5. Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender como reciclar y tener en cuenta la protección del medioambiente	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	F6. Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años necesitan información sobre la forma adecuada de reciclar.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"

Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
<b>PROPÓSITO</b>	P1. Incrementar las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años obtendrán conocimiento sobre el adecuado manejo de los materiales que no son biodegradables.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1" y adultos
<b>COMPONENTES</b>	C1. Informar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en aprender las normas para reciclar	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	C2. Generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender sobre las actividades y sus normas de reciclaje	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"

Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
COMPONENTES	C3. Crear piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años aprenderán normas y actividades para reciclar el papel y plástico	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	C4. Establecer estrategias comunicacionales.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se informarán con un mensaje que contendrán ilustraciones creativas	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	C5. Autoridades de la Unidad Educativa "Borja N°1" están interesadas en implementar actividades de reciclaje.	Un 100% de las autoridades están interesados en enseñar cómo cuidar el medioambiente.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Personas docentes de la escuela "Borja N°1"

Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
<b>COMPONENTES</b>	C6. Determinar estrategias publicitarias creativas.	Informar al 100% de los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desechos y uso de normas mediante ilustraciones creativas	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
<b>ACTIVIDADES</b>	A1. Investigar al grupo objetivo acerca del conocimiento de reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender cómo pueden reciclar y cuidar el medioambiente reciclando papel y plástico.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"

*Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
ACTIVIDADES	A2. Plantear una estrategia creativa	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se motivarán con la creación de una mascota para estimular las actividades de reciclar.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	A3. Crear un mensaje	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años entenderán el mensaje de reciclar en la Unidad Educativa "BorjaN°1".	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	A4. Persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desecho y normas mediante ilustraciones creativas	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años crearán conciencia a la hora de reciclar con estas estrategias publicitarias.	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"

Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
ACTIVIDADES	A5. Elaborar una mascota que incentive las actividades de reciclaje y sus normas.	La ilustración creativa comunicará el 100% las normas y los hábitos del reciclaje a los estudiantes de 9 a 12 años	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	A6. Realizar un estudio de producto, plaza y promoción.	Investigar qué factores son necesarios para llamar la atención en un 100% de los estudiantes de 9 a 12 años para que se informen sobre las actividades del reciclaje	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"

*Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Meta				
			Cantidad	Calidad	Tiempo	Lugar	Grupo Social
	A7. Diseñar piezas gráficas creativas que eduquen sobre el hábito del reciclaje	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años encuentran interesante la estrategia publicitaria informativa que indica como reciclar en la escuela	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1"
	A8. Crear BTL que sirva como contenedor de materiales que no son biodegradables.	Los contenedores creativos que atraerá la atención el 100% a los estudiantes de 9 a 12 años y profesores para reciclar el papel y plástico	133	Alto	6 meses	D.M.Q	Estudiantes de 9 a 12 años "Borja N°1" y adultos

*Tabla 5: Revisión De Los Criterios Para Los Indicadores  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

#### 4.04.02 Selección de Indicadores

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
FIN	F1. Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años saben proteger el medioambiente.	X		X	X	X	4	SI
	F2. Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años desean aprender como reciclar el papel y plástico para proteger el medioambiente.	X	X		X		3	SI
	F3. Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en conocer las actividades de reciclar.	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
FIN	F4. Cultivar el valor de respeto por el planeta utilizando materiales de reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren cuidar el medio ambiente utilizando los materiales reciclados en las aulas y en el hogar	X	X		X	X	4	SI
	F5. Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender como reciclar y tener en cuenta la protección del medioambiente	X	X	X	X	X	5	SI
	F6. Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años necesitan información sobre la forma adecuada de reciclar.	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
<b>PROPÓSITO</b>	P1. Incrementar las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años obtendrán conocimiento sobre el adecuado manejo de los materiales que no son biodegradables.	X	X	X	X	X	5	SI
<b>COMPONENTES</b>	C1. Informar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en aprender las normas para reciclar	X	X	X		X	4	SI
	C2. Generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender sobre las actividades y sus normas de reciclaje	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
COMPONENTES	C3. Crear piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años aprenderán normas y actividades para reciclar el papel y plástico	X	X	X	X	X	5	SI
	C4. Establecer estrategias comunicacionales.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se informarán con un mensaje que contendrán ilustraciones creativas	X	X	X	X	X	5	SI
	C5. Autoridades de la Unidad Educativa "Borja N°1" están interesadas en implementar actividades de reciclaje.	Un 100% de las autoridades están interesados en enseñar cómo cuidar el medioambiente.	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
<b>COMPONENTES</b>	C6. Determinar estrategias publicitarias creativas.	Informar al 100% de los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desechos y uso de normas mediante ilustraciones creativas	X	X	X	X	X	5	SI
<b>ACTIVIDADES</b>	A1. Investigar al grupo objetivo acerca del conocimiento de reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender cómo pueden reciclar y cuidar el medioambiente reciclando papel y plástico.	X	X	X		X	4	SI
	A2. Plantear una estrategia creativa	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se motivarán con la creación de una mascota para estimular las actividades de reciclar.	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

Tabla 6: Selección de Indicadores

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
ACTIVIDADES	A3. Crear un mensaje	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años entenderán el mensaje de reciclar en la Unidad Educativa "BorjaN°1".	X	X	X	X	X	5	SI
	A4. Persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desecho y normas mediante ilustraciones creativas	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años crearán conciencia a la hora de reciclar con estas estrategias publicitarias.	X	X	X	X	X	5	SI
	A5. Elaborar una mascota que incentive las actividades de reciclaje y sus normas.	La ilustración creativa comunicará el 100% las normas y los hábitos del reciclaje a los estudiantes de 9 a 12 años	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen Narrativo	Indicador	Clasificador De Indicadores					Puntaje	Selección
			A	B	C	D	E		
ACTIVIDADES	A6. Realizar un estudio de producto, plaza y promoción.	Investigar qué factores son necesarios para llamar la atención en un 100% de los estudiantes de 9 a 12 años para que se informen sobre las actividades del reciclaje	X	X	X	X	X	5	SI
	A7. Diseñar piezas gráficas creativas que eduquen sobre el hábito del reciclaje	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años encuentran interesante la estrategia publicitaria informativa que indica como reciclar en la escuela	X	X	X	X	X	5	SI
	A8. Crear BTL que sirva como contenedor de materiales que no son biodegradables.	Los contenedores creativos que atraerá la atención el 100% a los estudiantes de 9 a 12 años y profesores para reciclar el papel y plástico	X	X	X	X	X	5	SI

A: Es claro.

B: Existe información disponible.

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

D: Es tangible y se puede observar

E: Es representativo.

*Tabla 6: Selección de Indicadores*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

#### 4.04.03 Medios de Verificación

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
FIN	F1. Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años saben proteger el medioambiente.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Padres de familia y Profesores
	F2. Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años desean aprender como reciclar el papel y plástico para proteger el medioambiente.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	F3. Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en conocer las actividades de reciclar.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

Tabla 7: Medios de Verificación

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
FIN	F4. Cultivar el valor de respeto por el planeta utilizando materiales de reciclaje.	El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren cuidar el medio ambiente utilizando los materiales reciclados en las aulas y en el hogar	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	F5. Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender como reciclar y tener en cuenta la protección del medioambiente	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	F6. Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años necesitan información sobre la forma adecuada de reciclar.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

Tabla 7: Medios de Verificación *Elaborado por:* Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
<b>PROPÓSITO</b>	P1. Incrementar las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años obtendrán conocimiento sobre el adecuado manejo de los materiales que no son biodegradables.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
<b>COMPONENTES</b>	C1. Informar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en aprender las normas para reciclar	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	C2. Generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender sobre las actividades y sus normas de reciclaje	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
COMPONENTES	C3. Crear piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años aprenderán normas y actividades para reciclar el papel y plástico	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	C4. Establecer estrategias comunicacionales.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se informarán con un mensaje que contendrán ilustraciones creativas	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
COMPONENTES	C5. Autoridades de la Unidad Educativa "Borja N°1" están interesadas en implementar actividades de reciclaje.	El 100% de las autoridades están interesados en enseñar cómo cuidar el medioambiente.	Datos Primarios	Entrevista	Cualitativo	3 meses	Investigador
	C6. Determinar estrategias publicitarias creativas.	Informar al 100% de los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desechos y uso de normas mediante ilustraciones creativas	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
ACTIVIDADES	A1. Investigar al grupo objetivo acerca del conocimiento de reciclaje de materiales que no son biodegradables.	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender cómo pueden reciclar y cuidar el medioambiente reciclando papel y plástico.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	A2. Plantear una estrategia creativa	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se motivarán con la creación de una mascota para estimular las actividades de reciclar.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	A3. Crear un mensaje	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años entenderán el mensaje de reciclar en la Unidad Educativa "BorjaN°1".	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
ACTIVIDADES	A4. Persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desecho y normas mediante ilustraciones creativas	El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años crearán conciencia a la hora de reciclar con estas estrategias publicitarias.	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	A5. Elaborar una mascota que incentive las actividades de reciclaje y sus normas.	La ilustración creativa comunicará el 100% las normas y los hábitos del reciclaje a los estudiantes de 9 a 12 años	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
ACTIVIDADES	A6. Realizar un estudio de producto, plaza y promoción.	Investigar qué factores son necesarios para llamar la atención en un 100% de los estudiantes de 9 a 12 años para que se informen sobre las actividades del reciclaje	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador
	A7. Diseñar piezas gráficas creativas que eduquen sobre el hábito del reciclaje	El 100% los estudiantes de 9 a 12 años encuentran interesante la estrategia publicitaria informativa que indica como reciclar en la escuela	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Indicador	Medios de verificación				
			Fuentes de indicadores	Método recolección	Método de análisis	Frecuencia de recolección	Responsable
<b>ACTIVIDADES</b>	A8. Crear BTL que sirva como contenedor de materiales que no son biodegradables.	Los contenedores creativos que atraerá la atención el 100% a los estudiantes de 9 a 12 años y profesores para reciclar el papel y plástico	Datos Primarios	Encuesta	Estadístico	3 meses	Investigador

*Tabla 7: Medios de Verificación  
Elaborado por: Johanna Aranda*

#### 4.04.04 Supuestos

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F1. Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	Se dejan influenciar por el medio en el que viven.			X	X	
	F2. Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	Poco apoyo por parte de los padres y profesores.			X	X	
	F3. Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	Que no comprendan el mensaje los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
FIN	F4. Cultivar el valor de respeto por el planeta utilizando materiales de reciclaje.	Los estudiantes de 9 a 12 años se encuentren desmotivados a la hora de reciclar.			X	X	
	F5. Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje.	La estrategia publicitaria informativa no es comprendida por los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	
	F6. Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	Pésimo estructurado que este las piezas publicitarias informativas.			X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
<b>PROPÓSITO</b>	P1. Incrementar las actividades del reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".	La estrategia publicitaria informativa no es atractiva para los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	
<b>COMPONENTES</b>	C1. Informar a los estudiantes de 9 A 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	La comunicación no sea clara para los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa "Borja N°1"			X	X	
	C2. Generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	Que las actividades no sean realizadas por los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
COMPONENTES	C3. Crear piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.	Las piezas gráficas no son llamativas para los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	
	C4. Establecer estrategias comunicacionales.	La información no llega a los estudiantes de 9 a 12 años			X	X	
	C5. Autoridades de la Unidad Educativa "Borja N°1" están interesadas en implementar actividades de reciclaje.	Las autoridades retiran el apoyo hacia el proyecto.			X	X	X

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
<b>COMPONENTES</b>	C6. Determinar estrategias publicitarias creativas.	La estrategia publicitaria informativa es inadecuada para los estudiantes de 9 a 12 años.			X	X	
<b>ACTIVIDADES</b>	A1. Investigar al grupo objetivo acerca del conocimiento de reciclaje de materiales que no son biodegradables.	Poco apoyo por parte de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa "Borja N°1"			X	X	
	A2. Plantear una estrategia creativa	La estrategia no sea clara y concisa para los estudiantes de 9 a 12 años			X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
ACTIVIDADES	A3. Crear un mensaje	Que el mensaje es incomprendido por parte de los estudiantes de 9 a 12 años			X	X	
	A4. Persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desecho y normas mediante ilustraciones creativas	Que los estudiantes de 9 a 12 años no tengan claro el mensaje brindado por la estrategia publicitaria.			X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
ACTIVIDADES	A5. Elaborar una mascota que incentive las actividades de reciclaje y sus normas.	La mascota no llama la atención de los estudiantes de 9 a 12 años.	X		X	X	
	A6. Realizar un estudio de producto, plaza y promoción.	No se realiza un estudio con referencia al tema			X	X	
	A7. Diseñar piezas gráficas creativas que eduquen sobre el hábito del reciclaje	El material no es apropiado para la realización de la propuesta.	X		X	X	

Tabla 8: Supuestos

Elaborado por: Johanna Aranda

Nivel	Resumen narrativo	Supuesto	Factores de riesgo				
			Financiero	Político	Social	Ambiental	Legal
ACTIVIDADES	A8. Crear BTL que sirva como contenedor de materiales que no son biodegradables.	Mal uso del BTL por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.	X		X	X	

*Tabla 8: Supuestos  
Elaborado por: Johanna Aranda*

#### 4.04.05 Matriz Marco Lógico (MML)

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fines</b>			
<b>F.1.</b> Los estudiantes de 9 a 12 años cuentan con valores que promuevan el reciclaje.	<b>F.1.1.</b> El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años saben proteger el medioambiente.	<b>F.1.1.1.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.1.1.1.1.</b> Se dejan influenciar por el medio en el que viven.
<b>F.2.</b> Promover una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje.	<b>F.2.2.</b> El 100% los estudiantes de 9 a 12 años desean aprender como reciclar el papel y plástico para proteger el medioambiente.	<b>F.2.2.2.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.2.2.2.2.</b> Poco apoyo por parte de los padres y profesores.
<b>F.3.</b> Comunicar sobre los hábitos del reciclaje.	<b>F.3.3.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en conocer las actividades de reciclar.	<b>F.3.3.3.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.3.3.3.3.</b> Que no comprendan el mensaje los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>F.4.</b> Cultivar el valor de respeto por el planeta utilizando materiales de reciclaje.	<b>F.4.4.</b> El 86% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren cuidar el medio ambiente utilizando los materiales reciclados en las aulas y en el hogar.	<b>F.4.4.4.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.4.4.4.4.</b> Los estudiantes de 9 a 12 años se encuentren desmotivados a la hora de reciclar.

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Fines</b>			
<b>F.5.</b> Enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre las normas de reciclaje	<b>F.5.5.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender como reciclar y tener en cuenta la protección del medioambiente la proteger el medioambiente	<b>F.5.5.5.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.5.5.5.5.</b> La estrategia publicitaria informativa no es comprendida por los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>F.6.</b> Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar con medios publicitarios.	<b>F.6.6.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años necesitan información sobre la forma adecuada de reciclar.	<b>F.6.6.6.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>F.6.6.6.6.</b> Pésimo estructurado que este las piezas publicitarias informativas.
<b>Propósito</b>			
<b>P.1</b> Incrementar las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".	<b>P.1.1.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años obtendrán conocimiento sobre el adecuado manejo de los materiales que no son biodegradables.	<b>F.1.1.1.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>P.1.1.1.1.</b> La estrategia publicitaria informativa no es atractiva para los estudiantes de 9 a 12 años.

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Componentes</b>			
<b>C.1.</b> Informar a los estudiantes de 9 a 12 años sobre el reciclaje de materiales que no son biodegradables.	<b>C.1.1.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años están interesados en aprender las normas para reciclar.	<b>C.1.1.1.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>C.1.1.1.1.</b> La comunicación no sea clara para los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa "Borja N°1"
<b>C.2.</b> Generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje.	<b>C.2.2.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender sobre las actividades y sus normas de reciclaje	<b>C.2.2.2.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>C.2.2.2.2.</b> Que las actividades no sean realizadas por los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>C.3.</b> Crear piezas gráficas para la educación de los estudiantes de 9 a 12 años sobre el hábito de reciclaje.	<b>C.3.3.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años aprenderán normas y actividades para reciclar el papel y plástico	<b>C.3.3.3.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>C.3.3.3.3.</b> Las piezas gráficas no son llamativas para los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>C.4.</b> Establecer estrategias comunicacionales.	<b>C.4.4.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se informarán con un mensaje que contendrán ilustraciones creativas	<b>C.4.4.4.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>C.4.4.4.4.</b> La información no llega a los estudiantes de 9 a 12 años

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Componentes</b>			
<b>C.5.</b> Autoridades de la Unidad Educativa “Borja N°1” están interesadas en implementar actividades de reciclaje.	<b>C.5.5.</b> El 100% de las autoridades están interesados en enseñar cómo cuidar el medioambiente.	<b>C.5.5.5.</b> Datos Primarios. Entrevista	<b>C.5.5.5.5.</b> Las autoridades retiran el apoyo hacia el proyecto.
<b>C.6.</b> Determinar estrategias publicitarias creativas.	<b>C.6.6.</b> Informar al 100% de los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desechos y uso de normas mediante ilustraciones creativas	<b>C.6.6.6.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>C.6.6.6.6.</b> La estrategia publicitaria informativa es inadecuada para los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>Actividades</b>			
<b>A.1.</b> Investigar al grupo objetivo acerca del conocimiento de reciclaje de materiales que no son biodegradables.	<b>A.1.1.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años quieren aprender cómo pueden reciclar y cuidar el medioambiente reciclando papel y plástico.	<b>A.1.1.1.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.1.1.1.1.</b> Poco apoyo por parte de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1”

*Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)  
Elaborado por: Johanna Aranda*

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Actividades</b>			
<b>A.2.</b> Plantear una estrategia creativa	<b>A.2.2.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años se motivarán con la creación de una mascota para estimular las actividades de reciclar.	<b>A.2.2.2.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.2.2.2.2.</b> La estrategia no sea clara y concisa para los estudiantes de 9 a 12 años
<b>A.3.</b> Crear un mensaje	<b>A.3.3.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años entenderán el mensaje de reciclar en la Unidad Educativa "BorjaN°1".	<b>A.3.3.3.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.3.3.3.3.</b> Que el mensaje es incomprendido por parte de los estudiantes de 9 a 12 años
<b>A.4.</b> Persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años sobre la importancia de la reducción de desecho y normas mediante ilustraciones creativas	<b>A.4.4.</b> El 100% de los estudiantes de 9 a 12 años crearán conciencia a la hora de reciclar con estas estrategias publicitarias.	<b>A.4.4.4.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.4.4.4.4.</b> Que los estudiantes de 9 a 12 años no tengan claro el mensaje brindado por la estrategia publicitaria.

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Actividades</b>			
<b>A.5.</b> Elaborar una mascota que incentive las actividades de reciclaje de reciclaje y sus normas.	<b>A.5.5.</b> La ilustración creativa comunicará el 100% las normas y los hábitos del reciclaje a los estudiantes de 9 a 12 años	<b>A.5.5.5.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.5.5.5.5.</b> La mascota no llama la atención de los estudiantes de 9 a 12 años.
<b>A.6.</b> Realizar un estudio de producto, plaza y promoción.	<b>A.6.6.</b> Investigar qué factores son necesarios para llamar la atención en un 100% de los estudiantes de 9 a 12 años para que se informen sobre las actividades del reciclaje.	<b>A.6.6.6.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.6.6.6.6.</b> No se realiza un estudio con referencia al tema
<b>A.7.</b> Diseñar piezas gráficas creativas que eduquen sobre el hábito del reciclaje	<b>A.7.7.</b> El 100% los estudiantes de 9 a 12 años encuentran interesante la estrategia publicitaria informativa que indica como reciclar en la escuela	<b>A.7.7.7.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.7.7.7.7.</b> El material no es apropiado para la realización de la propuesta.

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

Resumen narrativo	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
<b>Actividades</b>			
<b>A.8.</b> Crear BTL que sirva como contenedor de materiales que no son biodegradables.	<b>A.8.8.</b> Los contenedores creativos que atraerá la atención el 100% a los estudiantes de 9 a 12 años y profesores para reciclar el papel y plástico.	<b>A.8.8.8.</b> Datos Primarios. Encuesta	<b>A.8.8.8.8.</b> Mal uso del BTL por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

Tabla 9: Matriz Marco Lógico (MML)

Elaborado por: Johanna Aranda

## CAPÍTULO V

### Propuesta

#### 5.01 Antecedentes de la herramienta del perfil de la propuesta

##### 5.01.01 Estrategia informativa

###### 5.01.01.01 Definición

Una comunicación estructurada, debe tener un planteamiento estratégico. Es cierto que se encuentran agentes de cambio que no implementan procesos estratégicos de comunicación correctos, pero lo normal es que las estrategias informativas se acompañen de un seguimiento a través de publicidad. (Orozco, 2010, p. 8).

“Los contenidos informativos, por sí solos, no constituyen elementos preventivos, debiendo necesariamente complementarse con estrategias formativas que permitan consolidar intervenciones preventivas integrales” (Bassat, 2012, p.14).

Se consideró para el presente proyecto: como elemento primordial un planteamiento de los objetivos de manera que se pueda enfocar la estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje que se quieren llevar a cabo. Este planteamiento estratégico incluye la investigación del tema y de las situaciones anexas; incluye el tipo de mensaje que se quiere comunicar, la forma en que se quiere llegar y muchas otras estrategias necesarias para su realización.

###### 5.01.01.02 Características

“Deben huir del lenguaje alarmista, sensacionalista o de cualquier otro sesgo que despierte curiosidad o desconfianza” (Orozco, 2010, p.10).

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

“Adaptar la información al contexto para los estudiantes de 9 a 12 años” (Bassat, 2012, p.14).

Se consideró para el presente proyecto: Deben ofrecer datos objetivos y veraces en el marco de un programa integral de prevención e insertar la información dentro de un proceso activo de aprendizaje.

### **5.01.01.03 Proceso**

“Este planteamiento comunicacional y estratégico deberá ser la parte fundamental de una estrategia publicitaria” (Beltrán y Cruces, 2010 p.16).

Se consideró para el presente proyecto: Para comunicar sobre una estrategia publicitaria se necesita investigar las necesidades del grupo objetivo para resolver su problema, tenemos que tomar en cuenta que se va a fundamentar con una estrategia publicitaria.

#### **5.01.01.03.01 Persuadir**

##### **5.01.01.03.01.a Definición**

Persuasión es sinónimo de cambio de actitudes y las actitudes son evaluaciones, favorables o desfavorables, que realizan las personas sobre objetos, situaciones, personas, etc. y que están estrechamente relacionadas con el comportamiento, mediante argumentos bien sustentados y veraces, la publicidad convence al público de las ventajas de adquirir el satisfactor que se anuncia y de adquirirlo (Beltrán y Cruces, 2010 p.18).).

Se consideró para el presente proyecto: Persuadir significa: Inducir, mover, obligar a alguien a creer o hacer algo, el diseñador gráfico actual crea imágenes que verdaderamente logren persuadir a sus receptores.

#### **5.01.01.03.01.b Características**

La credibilidad no es sólo una característica del emisor del mensaje que potencia su eficacia persuasiva, también puede ser una característica que el receptor atribuye al emisor basándose en su apariencia.

Además de la competencia y de la sinceridad hay otras características de la fuente persuasiva que pueden tener un impacto positivo en la audiencia, como por ejemplo el atractivo y la simpatía que el emisor.

La calidad en los argumentos siempre es algo deseable, aunque argumentos muy buenos pueden resultar igual de eficaces que argumentos muy malos porque el resultado final depende del receptor y sus circunstancias y si éste no está dispuesto a analizar el mensaje, de nada sirve que sean impecables desde el punto de vista lógico (Orozco, 2010, p.30).

Se consideró para el presente proyecto: El mensaje es el instrumento que contiene palabras e imágenes las ideas y los sentimientos del emisor. Técnicamente el mensaje incluye un tema que se va a realizar.

### **5.01.01.03.02 Informar**

#### **5.01.01.03.02.a Definición**

Informar es enterar, instruir o dar a conocer. Por medio de la redacción publicitaria se informa al público de la existencia y las bondades de un satisfactor; se le instruye acerca de sus aplicaciones, sobre la forma de adquirirlo, sobre su origen, sobre sus elementos constitutivos, etc. (Beltrán y Cruces, 2010 p.20).

Se consideró para el presente proyecto: La palabra informar es expresar aquella acción a través de la cual una persona da cuenta de algún hecho, evento, acontecimiento, es decir, nos pone en conocimiento de algo.

#### **5.01.01.03.02.b Características**

**Significado:** Del significado extraído de una información, cada individuo evalúa las consecuencias posibles y adecúa sus actitudes y acciones de manera acorde a las consecuencias previsibles que se deducen del significado de la información. Esto se refiere a qué reglas debe seguir el individuo o el sistema experto para modificar sus expectativas futuras sobre cada posible alternativa (Beltrán y Cruces, 2010 p.21).

Se consideró para el presente proyecto: La información de los estudiantes de 9 a 12 años que fueron encuestados para saber sus necesidades que carecen de información acerca de las actividades de reciclaje.

**Importancia:** La importancia de la información para un receptor, se referirá a en qué grado cambia la actitud o la conducta de los individuos. En las modernas sociedades, los individuos obtienen de los medios de comunicación masiva gran cantidad de

información, una gran parte de la misma es poco importante para ellos, porque altera de manera muy poco significativa la conducta de los individuos... A veces se sabe que un hecho hace menos probables algunas cosas y más otras, la importancia tiene que ver con cuanto menos probables serán unas alternativas respecto a las otras (Beltrán y Cruces, 2010 p.21).

Se consideró para el presente proyecto: Es muy importante la información recopilada para la persona que está encargada de informar o comunicar la importancia más relevante para a los estudiantes de 9 a 12 años.

**Vigencia:** En la práctica la vigencia de una información es difícil de evaluar, ya que en general acceder a una información no permite conocer de inmediato si dicha información tiene o no vigencia. Esto tiene que ver con la sincronización en el tiempo de los indicios que permiten reevaluar las expectativas con las expectativas en un momento dado (Beltrán y Cruces, 2010 p.22).

Se consideró para el presente proyecto: Es evaluar la información, no permite conocer de inmediato si dicha investigación es válida o no.

**Validez:** "Esto tiene que ver si los indicios deben ser considerados en la reevaluación de expectativas o deben ser ignorados por no ser indicios fiables" (Beltrán y Cruces, 2010 p.22).

Se consideró para el presente proyecto: Es importante tener en cuenta que un argumento puede ser válido, aunque la conclusión no sea fiable.

### 5.01.01.03.03 Mantener

#### 5.01.01.03.03.a Definición

“Conservación del mensaje en una situación determinada para reforzar la actividad de publicidad” (Beltrán y Cruces, 2010 p.23).

Se consideró para el presente proyecto: Cuando se elaboran un plan para mantener el mensaje. Es importante considerar la evaluación y monitoreo de una publicidad. El plan estratégico de la información sobre las actividades de reciclaje. Son indicador de que el sistema se está utilizando, de que tiene una función útil que se están informando los estudiantes de 9 a 12 años.

#### 5.01.01.03.03.b Características

- **Planificación:** Se debe establecer una misión y una visión, delimitando los objetivos generales y específicos, de manera que se puedan evaluar las metas y aplicar las estrategias de acuerdo a las necesidades que se tenga.
- **Técnica:** Son aquellos estándares.
- **Ejecución:** Es la supervisión y seguimiento constante de la realización del proyecto de grado.
- **Control:** Se encarga revisar los datos encontrados y de la verificación de los mismos.
- **Mejora:** Permite trabajar mejor, para realizar las cosas bien (Beltrán y Cruces, 2010 p.23).

#### **5.01.01.03.04 Recordar**

##### **5.01.01.03.04.a Definición**

“Traer a la memoria propia algo percibido, aprendido o conocido, o retener algo en la mente” (Beltrán y Cruces, 2010 p.30).

Se consideró para el presente proyecto: Mantener la información en la mente de los estudiantes de 9 a 12 años.

##### **5.01.01.03.4.b Características**

Se caracteriza en la evocación de sucesos, eventos o información almacenada en el pasado. Desde el punto de vista del procesamiento de la información,... Estas formas de recuerdo se han estudiado desde el campo de la psicología como un modo de comprender el funcionamiento de los procesos memorísticos en humanos y otros animales (Beltrán y Cruces, 2010 p.30).

Se consideró para el presente proyecto: Es recordar los eventos y sucesos del pasado para así procesar la información que se tenga en la mente.

##### **5.01.01.04 Medios informativos**

Hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (medios de comunicación de masas o más media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales (Beltrán y Cruces, 2010 p.33).

Se consideró para el presente proyecto: Como medios de comunicación se denominan todos aquellos instrumentos, canales o formas de transmisión de la información para realizar el proceso comunicativo.

#### **5.01.01.04.01 Medios Atl**

##### **5.01.01.04.01.a Definición**

ATL o Publicidad sobre la línea es el tipo de publicidad que utiliza medios publicitarios convencionales. Con esta estrategia pretende llegar a una audiencia más amplia, ya que se sirve de los medios llamados masivos, donde la inversión en campañas publicitarias suele ser elevada (Joannis, 1992, p.42).

Se consideró para el presente proyecto: ATL significa, por sus siglas en inglés "Above the Line". Se refiere a toda la publicidad que se realiza a través de medios publicitarios tradicionales con la finalidad de alcanzar el mayor número de audiencia posible.

##### **5.01.01.04.01.b Características**

- Medios masivos: Impresos (folletos)
- Funcionan mejor cuando el P.O.P. es entregado en las manos de cada uno de los estudiantes de 9 a 12 años, para que sea un recordatorio.
- Feedback no es inmediato. (retroalimentación)
- La efectividad de la estrategia es difícil de medir.
- La publicidad se coloca junto a contenidos que son de interés general y atraen a gran número de estudiantes de 9 a 12 años (Joannis, 1992, p.42).

#### **5.01.01.04.02 Medios Btl**

##### **5.01.01.04.02.a Definición**

Podemos definir el concepto BTL como una serie de técnicas y prácticas publicitarias que intentan crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor. Las siglas BTL (Below the Line - debajo de la línea) hacen referencia a las prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado. Para esto se intenta utilizar formas impactantes, creativas y sorprendentes que establezcan formas novedosas de contacto para difundir un mensaje publicitario (Joannis, 1992, p.45).

BTL, en la teoría se lleva a cabo mediante acciones que se caracterizan por el empleo de altas dosis de creatividad, sorpresa y sentido de la oportunidad; lo cual crearía novedosos canales para comunicar mensajes publicitarios (Bassat, 2009, p.258).

Se consideró para el presente proyecto: Las siglas BTL (Below the Line - debajo de la línea). Son herramientas que son dirigidas a segmentos específicos, desarrollada para llamar la atención del grupo objetivo. Debe ser elaborado por el diseñador de una manera novedosa, con el fin que sea más atractivo y tenga mayor impacto visual.

#### **5.01.01.04.02.b Características**

“Se coloca en sitios específicos de interés del target” (Bassat, 2009, p.258).

- Utilizan canales de comunicación directa con P.O.P. específicos, la creatividad y sentido de oportunidad.
- Más económicos que los medios ATL.
- Medir mejor la efectividad de la publicidad.

#### **5.01.01.05 Publicidad**

“Un conjunto de medios para dar a conocer un producto comercial, industrial o un servicio. Una actividad cuyo propósito es vender un producto o los servicios de una empresa con apoyo de los medios masivos” (Bassat, 2012, p.12).

Se consideró para el presente proyecto: La publicidad es una técnica de comunicación comercial que intenta fomentar la información a través de los medios de comunicación. Según el tipo de soportes que utilice para llegar a su grupo objetivo.

#### **5.01.01.05.01 Medios impresos**

##### **5.01.01.05.01.a Definición**

Pueden distinguirse al público en distintos tipos de publicaciones desde el punto de vista general, como revistas especializadas, diarios, guías telefónicas y directorios industriales en los que una empresa puede publicar sus anuncios (Rodríguez del Bosque, Suárez Vázquez, & García de los Salmones, 2008, p.136, 137).

Se consideró para el presente proyecto: Los medios impresos sigue siendo una forma viable para anunciar actividades, sin importar el tamaño. La publicidad en afiches, carteles y folletos, los medios impresos para ofrecerles en la Unidad Educativa “Borja N°1” una oportunidad para difundir sus mensajes básico para los estudiantes de 9 a 12 años que quieren aprender sobre las actividades de reciclaje.

#### **5.01.01.05.01.b Características**

- Constituyen el origen de la denominada cultura de masas, un alto porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea.
- Son generadores de nuevas tendencias sociales, desde las actitudes políticas hasta las normas o los valores, y las necesidades del grupo objetivo.
- Estableciéndose como herramientas imprescindibles del desarrollo la información que llega al grupo objetivo.
- Favorecen el intercambio de ideas, promoviendo el conocimiento de otras culturas, realidades, las realidades locales o actividades que se puede hacer.
- Las características de los medios de comunicación impresos están marcadas por el tipo de mensaje, la forma de entrega y de producción. Cuando se usa este medio conviene tener en claro qué es lo que quieres decir y cuál es la mejor manera de decirlo (Rodríguez del Bosque, et al, 2008, p. 137).

#### **5.01.01.05.01.d Afiches**

Se consideró para el presente proyecto: El afiche, hecho en papel ya sea que esté manuscrito o impreso, con dibujos y palabras, aunque se sugiere que las palabras sean pocas, y más las ilustraciones, para provocar mayor impacto visual.

#### **5.01.01.05.01.e Folletos**

“Es un impreso de una o varias páginas, ilustrado o no. Expone las cualidades del satisfactor y proporciona información completa, pero sucinta. Su formato puede ser de cualquier tamaño (preferentemente múltiplo o submúltiplo de tamaño carta)” (Beltrán y Cruces, 2010 p.133).

Se consideró para el presente proyecto: El folleto es un ejemplo de un documento de tamaño específico con el cuál se debe trabajar. No se puede agregar una página de más. Su texto e imágenes deben caber dentro de un espacio preciso, o de lo contrario el folleto no se doblará correctamente. El folleto debe llamar la atención y evitar ser de lectura difícil.

#### **5.01.01.05.01.f Volantes**

“Es un impreso en papel delgado, sin un tamaño determinado. Se usa en una cara o dos. Se reparte al público en la calle.” (Beltrán y Cruces, 2010 p.133).

Se consideró para el presente proyecto: es una publicidad que se entrega en la calle o se pone en los buzones de las casas es una publicidad factible que llama la atención.

#### **5.01.01.05.02. Material P.O.P**

“Materiales publicitarios o promocional utilizado para la decoración de supermercados o tiendas por departamentos, o para dar a conocer diversas calidades de un producto.” (Chong, et al, 2006, p.33).

Se consideró para el presente proyecto: P.O.P. (Point of Purchase) literalmente, punto de compra. Es todo artículo, producto y objeto útil o decorativo impreso con un diseño ilustrado. Publicitario con el fin de dar a conocer dicha actividad de reciclaje a través de este medio. Es asociado para regalar estos o artículos promocionales. Ejemplos: carteleras, calcos, regalos a clientes, afiches, flyers, colgantes, banners, vitrinas, tarjeteros, etiquetas especiales para los precios promocionales, etc.

#### **5.01.01.05.03. Story board**

Es un conjunto de ilustraciones presentadas de forma secuencial con el objetivo de servir de guía para entender una historia, pre visualizar una animación o planificar la estructura de una película.

Un story es básicamente una serie de viñetas que se ordenan conforme a una narración previa. Se utiliza como planificación gráfica, como documento organizador de las secuencias, escenas y por lo tanto planos (determinado en el guion técnico) aquí (en el story) ya visualizamos el tipo de encuadre y ángulo de visión que se va a utilizar.

#### **5.01.01.05.03.01. ¿Para qué se hace un storyboard?**

La elaboración de un storyboard está en función directa con su uso: en publicidad a menudo es mucho más general para que el director y el productor aporten con su talento y enriquezcan la filmación, mientras que en cine es mucho más técnico y elaborado para que sirva de guía a cada miembro del equipo de trabajo.

#### **5.01.01.05.03.02. ¿Tipos de Storys?**

Podemos encontrar storyboard llenos de color (Story Comercial) o en blanco y negro (Story Editorial), colmados de detalles o simplemente con trazos que esbozan una idea de figuras.

#### **5.01.01.05.03.03. ¿Qué es lo que aparece en el Story?**

- Número de Secuencia, Escena y Plano.
- El movimiento o efecto de la cámara.
- La Acción de cada escena se presenta en términos visuales.
- Cada dibujo va acompañado de un comentario descriptivo de la acción, narración o diálogo.

El producto final es muy parecido a una tira cómica, con viñetas individuales que presentan las imágenes importantes del desarrollo de la historia.

#### **5.01.01.05.03.04. ¿Dónde se indica la información?**

Los detalles más técnicos y complicados del trabajo de una película pueden ser descritos de manera eficiente en el cuadro (la imagen), o en una anotación al pie del mismo.

### 5.01.01.05.03.05. Características básicas de estructura del storyboard

1. El storyboard está formado por viñetas o cuadros en los que se dibujan las imágenes más importantes de la acción.
2. Normalmente, estas imágenes corresponden a planos o tomas específicas de cada escena, determinados por el realizador del storyboard con base en emplazamientos o posiciones de cámara específicos. Esto significa que el dibujante debe de poseer un conocimiento básico del lenguaje visual de cine y televisión, en lo referente a planos, emplazamientos y movimientos de cámara.
3. Existen infinidad de variantes en la ordenación de las viñetas. Algunos storyboard se leen de arriba hacia abajo; otros presentan una lectura de izquierda a derecha, lo recomendable es diseñarlo tomando en cuenta que la cultura occidental nos ha acostumbrado a leer de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo.
4. Debajo de cada viñeta se escribe brevemente la siguiente información: ✓Número de la escena
  - ✓Identificación de la escena
  - ✓Número del plano o imagen dentro de la escena.
  - ✓Breve descripción del audio (diálogo, música y/o sonidos)
  - ✓Observaciones técnicas (opcional y breves por ser el espacio muy pequeño debajo de las viñetas)
  - ✓Entre una viñeta y otra, se indica la manera en que se dará la transición entre imágenes. Estas transiciones pueden ser:

Por corte directo

Por movimiento de cámara o del lente de la cámara (zoom).

Por disolvencia entre una imagen y otra.

#### **5.01.01.05.03.05. Características básicas de formato del storyboard**

“El tamaño de las viñetas debe ser proporcional al formato de pantalla utilizado en la producción final. Los trabajos hechos para televisión, producidos en cine o video” (Beltrán y Cruces, 2010 p.133).

#### **5.1.2 Reciclaje**

##### **5.01.02.01 Definición**

“El reciclaje es la actividad de recuperar los desechos sólidos al fin de reintegrarlos al ciclo económico, reutilizándolos o aprovechándolos como materia prima para nuevos productos, con lo que podemos lograr varios beneficios económicos, ecológicos y sociales” (Röben , 2003, p.4).

Se consideró para el presente proyecto: Es el proceso mediante los materiales de reciclaje, son nuevamente utilizados.

##### **5.01.02.02 Características**

“Con el reciclaje se disminuye la cantidad de los desechos también tenemos que tener en cuenta los impactos ambientales” (Röben , 2003, p.4).

Se consideró para el presente proyecto: con el reciclaje, se pueden recuperar materiales por consecuencia, economizar materia prima, energía y agua necesarias para la producción de nuevos materiales y bajar la contaminación ambiental.

### **5.01.02.03 Proceso**

#### **5.01.02.03.01 Rechazar**

##### **5.01.02.03.01.a Definición**

Es dejar de comprar los productos que no nos sirven para nada o rechazar aquellos productos con demasiado envoltorio o rechazar las bolsas de plástico en los supermercados que no puede ser visto con buenos ojos por las empresas que necesitan los envoltorios y los productos inútiles para seguir manteniéndose (Röben , 2003, p.4).

Se consideró para el presente proyecto: Los productos que no sean amigables con el medio ambiente. Elegir aquellos que, son reciclados por las mismas industrias que los fabrican.

##### **5.01.02.03.01.b Características**

“Las etiquetas contienen información del producto para poder elegir y no rechazar”. (Röben , 2003, p.5).

Se consideró para el presente proyecto: Es rechazar productos no biodegradables o no reciclables pueden estar en muchos ámbitos de la Unidad Educativa “Borja N° 1” y siempre que se pueda, hay que rechazar su uso y sustituirlos por otros más respetuosos con el medio ambiente. Los productos que se usa en la casa y en la Unidad Educativa “Borja N°1” se pueden hacer de manera ecológica sin recurrir a productos industriales.

### **5.01.01.03.02 Reducir**

#### **5.01.02.03.02.a Definición**

“Reducir como su nombre indica significa disminuir el volumen de productos que consumimos y que provienen de recursos materiales no renovables” (Röben , 2003, p.5).

Se consideró para el presente proyecto: Disminuir todo aquello que genera desperdicio innecesario.

#### **5.01.02.03.02.b Características**

“Utilizar menos recursos (agua, energía, etc.) se puede lograr en la escuela para que este bien mantenida y buenos hábitos para mejorar el medio ambiente”. (Röben , 2003, p.6).

Comprar menos reduce el uso de energía, agua, materia prima (madera, metal, minerales, entre otros). Y químicos que utilizan en las fábricas para la producción de productos, también minimiza la contaminación producida por los desechos.

### **5.01.01.03.03 Reutilizar**

#### **5.01.02.03.03.a Definición**

“Desarrolla la capacidad de encontrar una utilidad porque evitaremos tener que fabricarlos de nuevo (...) cada unidad de recursos se puede aprovechar al máximo” (Röben , 2003, p.6).

Se consideró para el presente proyecto: Dar máxima utilidad a los residuos reciclados como el papel y plástico.

#### **5.01.02.03.03.b Características**

- Utilizar ambas caras del papel como Ejemplo: deberes, dibujos, notas, etc.  
También utilizar sobrantes de papel ya usado por los estudiantes de 9 a 12 años.
- Sacar fotocopias de doble faz.
- Organizar en la escuela talleres de reciclado de papel y plástico.
- En lo posible comprar bebidas en botellas retornables.

Cuando se realiza un paseo educativo/recreativo, las bebidas calientes o frías, pueden llevarse en termos o cantimploras; los sándwiches y otros alimentos, llevarlos en recipientes reusables. Trasladarlos en bolsas propias para reducir los residuos de envoltorio. Llevar los papeles y plásticos de vuelta a la escuela para su reciclaje.

(Röben , 2003, p.7).

#### **5.01.01.03.04 Reciclar**

##### **5.01.02.03.04.a Definición**

“Se trata de rescatar lo posible de un material que ya no sirve para nada (comúnmente llamado basura) y convertirlo en un producto nuevo” (Röben , 2003, p.8).

Se consideró para el presente proyecto: Utilizar los materiales residuales una y otra vez para producir el mínimo impacto que tendrá el medio ambiente.

##### **5.01.02.03.04.b Características**

- Conservación o ahorro de los recursos naturales y energía.
- Disminución del volumen de residuos que hay que eliminar.

- Protección del medio ambiente (Röben , 2003, p.9).

#### **5.01.02.04 Materiales no biodegradables**

##### **5.01.02.04.01 Papel**

###### **5.01.02.04.1.a Definición**

El papel es un material constituido por una delgada lámina elaborada a partir de pulpa de celulosa, una pasta de fibras vegetales molidas suspendidas en agua, generalmente blanqueada, y posteriormente secada y endurecida, a la que normalmente se le añaden sustancias como polipropileno o polietileno con el fin de proporcionarle características especiales. Las fibras que lo componen están aglutinadas mediante enlaces por puente de hidrógeno. También se denomina papel, hoja, o folio, a un pliego individual o recorte de este material (del Val & Jiménez, 1997, p.52).

Se consideró para el presente proyecto: Tarda en degradarse 3 meses a 1 año. Si esta votado en el suelo y se moja tarda menos tiempo.

Se consideró para el presente proyecto: Para fabricar el papel se requieren 3 elementos fundamentales: madera, agua y energía.

###### **5.01.02.04.01.b Características**

- Clasificación las hojas de papel bond, cartulina y cualquier otro tipo de papel que se encuentren limpios.
- Los papeles blancos impresos serán aceptados únicamente cuando tengan impresión soluble en agua (hojas rayadas con tinta azul o verde, como las de los cuadernos que se utiliza en la escuela). (del Val & Jiménez, 1997, p.52).

- El papel que se utiliza en la Unidad Educativa “Borja N°1” para escribir, imprimir, dibujar y recortar son desperdicios y lo botan a la basura comun.
- Es muy importante separar minuciosamente cada hoja.
- Siendo el papel mas utilizado en la Unidad Educativa “Borja N°1”.

#### **5.01.02.04.02 Plástico**

##### **5.01.02.04.02.a Definición**

El término plástico en su significado más general, se aplica a las sustancias de similares estructuras que carecen de un punto fijo de evaporación y poseen, durante un intervalo de temperaturas, propiedades de elasticidad y flexibilidad que permiten moldearlas y adaptarlas a diferentes formas y aplicaciones (del Val & Jiménez, 1997, p.54).

Se consideró para el presente proyecto: Envases Plásticos: 100 a 1.000 años. En el aire pierden su tonicidad. Enterradas duran más. La mayoría está hecha de polietileno (PETE), un material duro de roer.

### 5.01.02.04.02.b Características



Codigo	Nombre	Productos
	<p><b>PET (Polietileno)</b></p>	<p>Botellas de agua, de bebidas y las tapas de los envases plásticos.</p>
	<p><b>PEAD (Polietileno de Alta Densidad)</b></p>	<p>Plástico fino y transparente : Bolsas de plástico.</p>
	<p><b>PVC (Policloruro de vinilo)</b></p>	<p>Productos de limpieza.</p>

Tabla 10: Plásticos

Elaborado por: Johanna Aranda

### **5.01.02.05 Actividades de reciclaje**

#### **5.01.02.05.01 Programa de reciclaje continuo o periódicamente**

##### **5.01.01.05.01.a Definición**

Los estudiantes y grupos pueden establecer campañas de una sola vez o periódicas para recoger artículos reutilizables y reciclables como el papel y el plástico pueden ser llevados o almacenado en un sitio específico de un día o unos días designados. (Agencia de Protección Ambiental, 2015).

Se consideró para el presente proyecto: Esta actividad puede ser continuo o periódicamente que nos ayudara en organizar sobre las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1" por parte de los estudiantes de 9 a 12 años para que recojan los materiales como el papel y el plástico y asignar contenedores para separar estos materiales.

##### **5.01.01.05.01.b Características**

- Recolecta de materiales para un programa de actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".
- Se considera el tiempo que se va a realizar esta actividad.
- Se organiza con las personas encargadas en la Unidad Educativa "Borja N°1", para acordar en donde situarles los contenedores y así evitar acciones.
- Se contará con la ayuda de los profesores al momento de reciclar y así proteger el medio ambiente en la Unidad Educativa "Borja N°1". (Agencia de Protección Ambiental, 2015).

### 5.01.01.05.02 Normas de reciclaje

#### 5.01.01.05.02.a Definición

Se consideró para el presente proyecto: Los pasos a seguir para realizar el proceso del reciclaje que comienza con la separación en origen de los residuos debido que es importante que cada residuo tenga un contenedor por el ciclo de la basura.



*Figura 8:* Normas de reciclaje  
*Fuente:* [www.efdeportes.com/efd154/reciclaje-09.jpg](http://www.efdeportes.com/efd154/reciclaje-09.jpg)

#### 5.01.01.05.20.b Características

##### Papel

Para fabricar papel se requieren 3 elementos fundamentales: madera, agua y energía. Es importante disminuir el consumo de estos tres elementos bajando el consumo de papel, reutilizando y reciclando la mayor cantidad posible, así evitaremos la tala árboles, uso excesivo de agua y el consumo extra de energía.

Se consideró para el presente proyecto: Papel tarda en degradarse de 3 meses a 1 año. Si queda tirado en el suelo y la lluvia tarda menos tiempo. Lo ideal es reciclarlo para evitar que se sigan talando árboles para su fabricación.

Cantidad	Madera	Agua (L)	Energía (KW)
1.00 kg de papeles de calidad	Una hectáreas completa de arboles	Millones	7.000
1.00 kg de papeles de reciclado	Solo papel de deshecho	Mil	1.000

*Tabla 11: Papel*

*Elaborado por: Johanna Aranda*

Se consideró para el presente proyecto: Un mismo papel se puede reciclar 3 y 8 veces

Se consideró para el presente proyecto: Recordamos que los envases que podemos depositar en el color azul:

- Todos los papeles que usamos se pueden reciclar
- Periódicos, libros y revistas y bolsas de papel.

### **Plásticos**

Son un grupo de materiales con características similares que incluyen todos los envases fabricados en material plástico como productos de limpieza y bebidas entre otros.

Termoplásticos: son reciclables más del 80% de los plásticos utilizados se pueden reciclar. Forman parte de estos: bolsas, botellas de agua y refrescos, tetrabriks.

Se consideró para el presente proyecto: 100 a 1.000 años, al aire pierden su tonicidad. Enterradas, duran más. La mayoría está hecha de polietileno (PET), un material duro de roer.

Termoestables: no son reciclables no volviendo a moldearse.

### **Los residuos del contenedor AMARILLO:**

#### **Botellas y envases de plásticos:**

- Botellas de agua
- Botellas de refresco
- Productos de limpieza
- Bolsas de plástico de comercio

#### **NO podemos depositar en el Contenedor AMARILLO:**

- Envases de Cartón, papel y envases de vidrio.
- Envases y cajas de cartón
- Libros y diarios
- Vidrio
- Objetos que “no” son envases:
- Calzado y ropa

- Juguetes
- Desechos orgánicos
- Pequeños electrodomésticos
- Pañales
- Vajilla
- Cd's
- VHS
- Perchas
- Cuchillas de afeitar (Agencia de Protección Ambiental, 2015).

## **5.02 Descripción de la herramienta**

### **5.02.01 Software**

#### **5.02.01.a Adobe Ilustrador Cs6**

Se consideró para el presente proyecto: Es un editor de gráficos vectoriales en forma de taller de arte que trabaja sobre un tablero de dibujo, conocido como «mesa de trabajo» y está destinado a la creación artística de dibujo y pintura para ilustración (ilustración como rama del arte digital aplicado a la ilustración técnica o el diseño gráfico, entre otros).

#### **5.02.01.b Microsoft Word 2013**

Se consideró para el presente proyecto: Es un software destinado al procesamiento de textos. Fue creado por la empresa Microsoft, y actualmente viene integrado en la suite ofimática Microsoft Office.

#### **5.02.01.c Microsoft Excel 2013**

Se consideró para el presente proyecto: Es una aplicación distribuida por Microsoft Office para hojas de cálculo. Este programa es desarrollado y distribuido por Microsoft, y es utilizado normalmente en tareas financieras y contable.

#### **5.02.01.d Adobe Reader 2015**

Se consideró para el presente proyecto: Es el software estándar gratuito más utilizado en todo el mundo para ver, imprimir y añadir comentarios a los archivos PDF con total seguridad.

Es el único visor de PDF que puede abrir e interactuar con todos los tipos de contenido de PDF, incluidos los formularios y los contenidos multimedia.

#### **5.02.01.e Adobe Flash Cs6**

Es una aplicación informática del género reproductor multimedia. Fue creado inicialmente por Macromedia y actualmente distribuido por Adobe Systems. Permite reproducir archivos en formato SWF, creados con la herramienta Adobe Flash, con Adobe Flex o con otras herramientas de terceros.

## 5.02.02 Modelo de la Encuesta

### Encuestados

#### Objetivo:

Conocer el nivel de conocimiento sobre las actividades de reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años de la unidad educativa "Borja N°1"

**Instrucciones:** Marca con una X tu respuesta

#### 1. ¿Qué es reciclaje?

- a.- Quemar los materiales reciclados \_\_\_\_.
- b.- Materiales de uso diario \_\_\_\_.
- c.- Separar los materiales reciclados \_\_\_\_.
- d.- Otros \_\_\_\_.

#### 2. ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?

- a.- Alta \_\_\_\_.
- b.- Baja \_\_\_\_.
- d.- Ninguna \_\_\_\_.

#### 3. ¿Conoces las normas para reciclar?

Sí  No

#### 4. ¿Ha realizado actividades de reciclaje?

Sí  No

**5. ¿Cuál de estos nombres le eliges para la mascota?**



- a.- Súper planeta \_\_\_\_.
- b.- Señor Tierra \_\_\_\_.
- c.- Señor R \_\_\_\_.

**6. ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?**

- a.- Una mascota que te incentive a reciclar \_\_\_\_.
- b.- Posters \_\_\_\_.
- c.- Afiches \_\_\_\_.

**7. ¿En dónde recomendarías poner la información?**

- a.- Afuera del aula \_\_\_\_.
- b.- En la aula \_\_\_\_.
- c.- En el patio \_\_\_\_.
- d.- En otro lugar \_\_\_\_.

**8. ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa "Borja N°1"?**

- a.- Separar los papeles y las botellas del resto de la basura \_\_\_\_.
- b.- Separa solo los papeles de la basura \_\_\_\_.
- c.- Otras actividades \_\_\_\_.

**9. ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?**

- a.- Vidrio \_\_\_\_.
- b.- Aluminio \_\_\_\_.
- c.- Plástico \_\_\_\_.
- d.- Papel \_\_\_\_.

## 5.02.02.01 Encuestas y Tabulación

### 1. ¿Qué es reciclaje?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Quemar los materiales reciclados	35	40%
b.- Materiales de uso diario	4	5%
c.- Separar los materiales reciclados	48	55%
d.- Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 12: ¿Qué es reciclaje?  
Elaborado por: Johanna Aranda

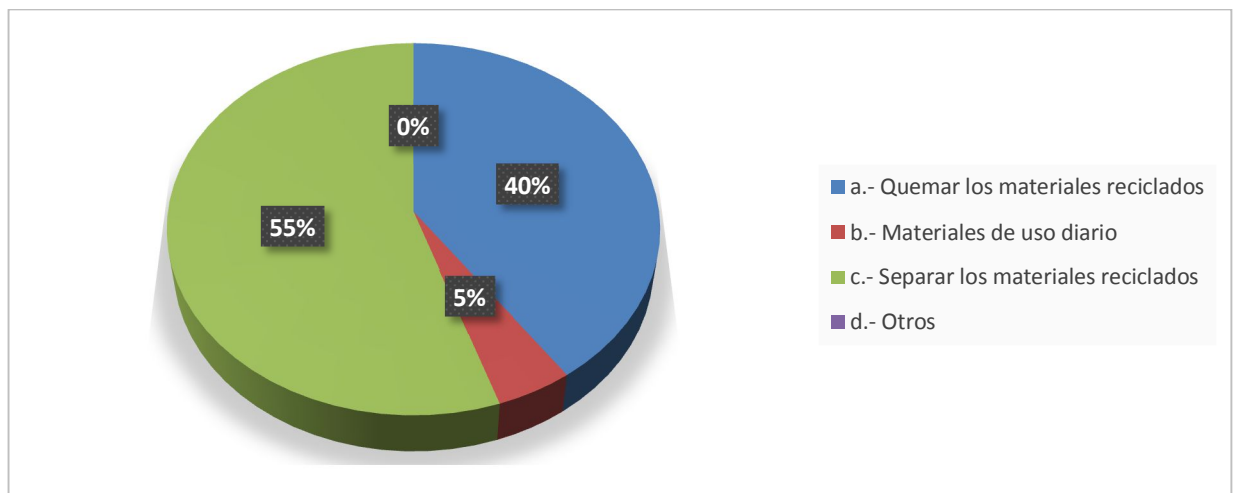


Gráfico 1: ¿Qué es reciclaje?  
Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

En este caso las opiniones de los estudiantes de 9 a 12 años fueron diversas sin embargo, se evidenció un notable conocimiento sobre el reciclaje, lo que refleja un nivel de comprensión que se traducirá progresivamente en los estudiantes, para la recolección de los materiales como el papel y plástico.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## 2. ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Alta	87	100%
b.- Baja	0	0%
d.- Ninguna	0	0%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 13 ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

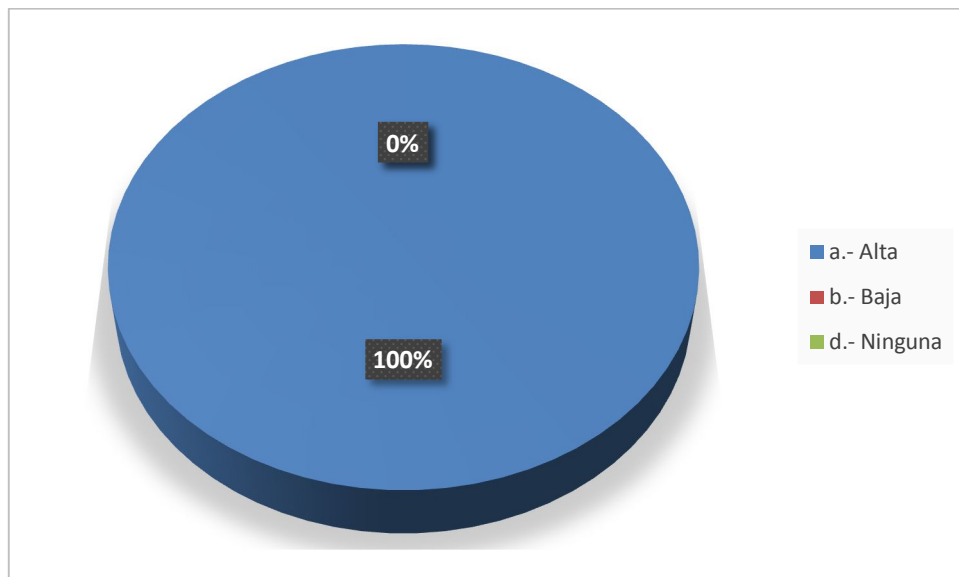


Gráfico 2: ¿Qué importancia tiene para ti reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

Los estudiantes de 9 a 12 años demuestran la importancia para reciclar, lo cual garantiza de manera positiva a obtener resultados óptimos en el desarrollo del proyecto.

### 3. ¿Conoces las normas para reciclar?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
Si	0	0%
No	87	100%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 14 ¿Conoces las normas para reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

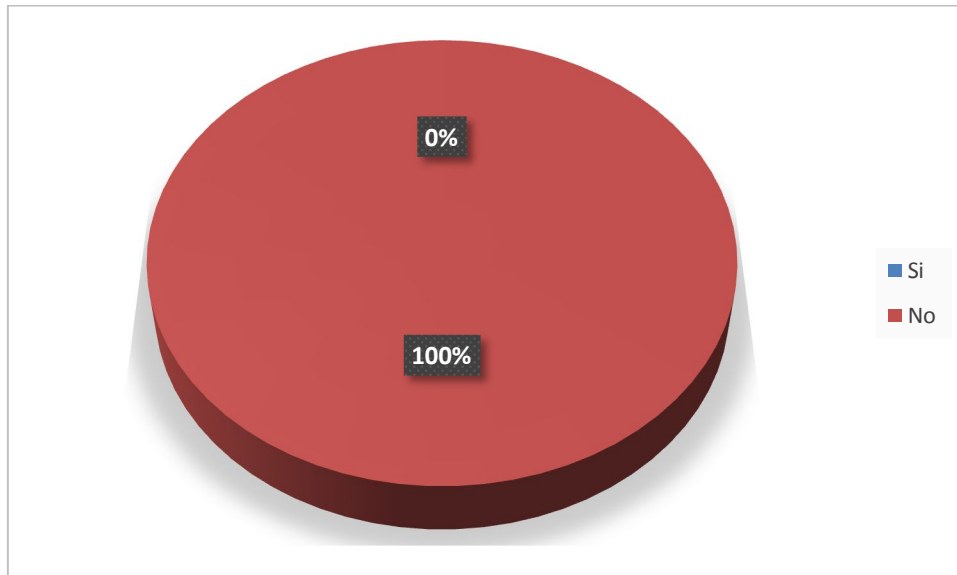


Gráfico 3: ¿Conoces las normas para reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

#### Análisis

Los estudiantes de 9 a 12 años demuestran que no saben las normas para reciclar, por eso se les enseñara de manera correcta como reciclar en este proyecto.

#### 4. ¿Ha realizado actividades de reciclaje?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
Si	64	74%
No	23	26%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 15 ¿Ha realizado actividades de reciclaje?  
Elaborado por: Johanna Aranda

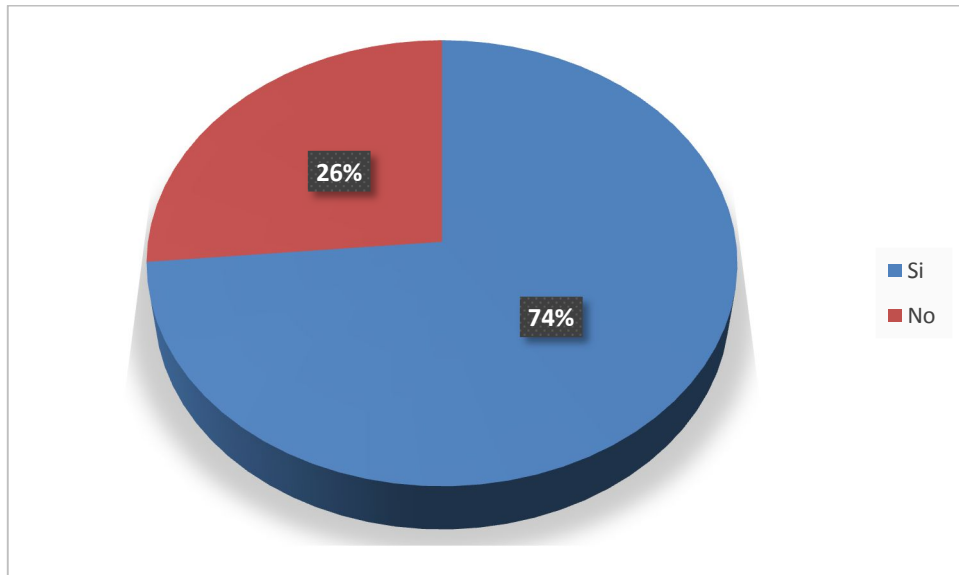


Gráfico 4: ¿Ha realizado actividades de reciclaje?  
Elaborado por: Johanna Aranda

#### Análisis

Los estudiantes de 9 a 12 años en su mayoría han reciclado hace 2 años, lo que significa que el proyecto para ellos será inclusive que se aumenten actividades de reciclaje, en la escuela "Borja N°1", lo que significa que el proyecto está bien encaminado.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## 5. ¿Cuál de estos nombres le eliges para la mascota?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Súper planeta	15	17%
b.- Señor Tierra	70	81%
c.- Señor R	2	2%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 16 ¿Qué nombre le pones a esta mascota?

Elaborado por: Johanna Aranda

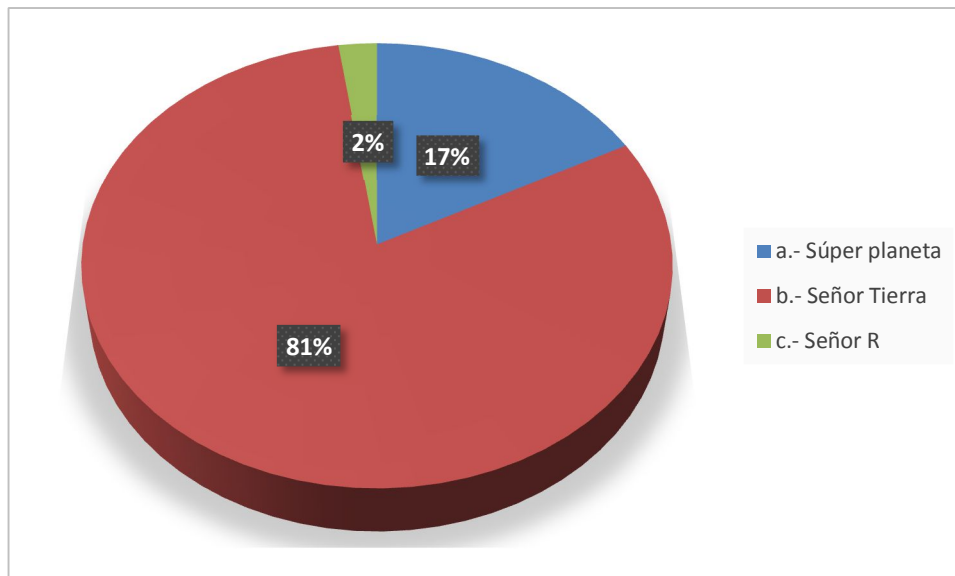


Gráfico 5: ¿Qué nombre le pones a esta mascota?

Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

Los estudiantes de 9 a 12 años se realizaron una encuesta, que elijan cuál de estos nombres te gustaría que sea para la mascota que se desarrolla en el proyecto.

## 6. ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Una mascota que te incentive a reciclar	56	64%
b.- Posters	1	1%
c.- Afiches	30	35%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 17 ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

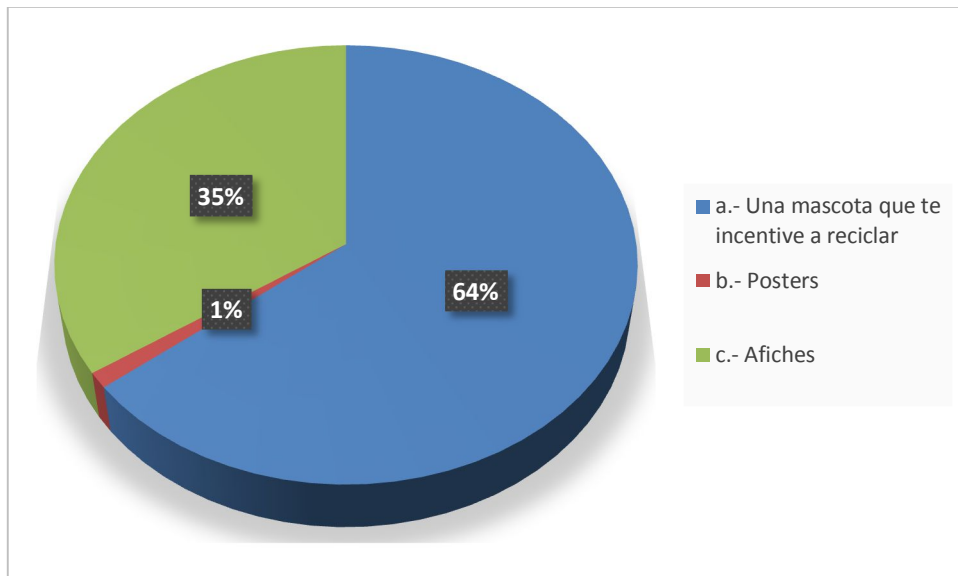


Gráfico 6: ¿Mediante que método te gustaría aprender a reciclar?  
Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

Los estudiantes de 9 a 12 años se encuentran atraídos en su mayoría por la mascota, que aprenderán a reciclar mediante la utilización de la mascota para motivar a reciclar de una manera más llamativa.

## 7. ¿En dónde recomendarías poner la información?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Afuera del aula	2	2%
b.- En la aula	16	19%
c.- En el patio	68	78%
d.- En otro lugar	1	1%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 18 ¿En dónde recomendarías poner la información?  
Elaborado por: Johanna Aranda

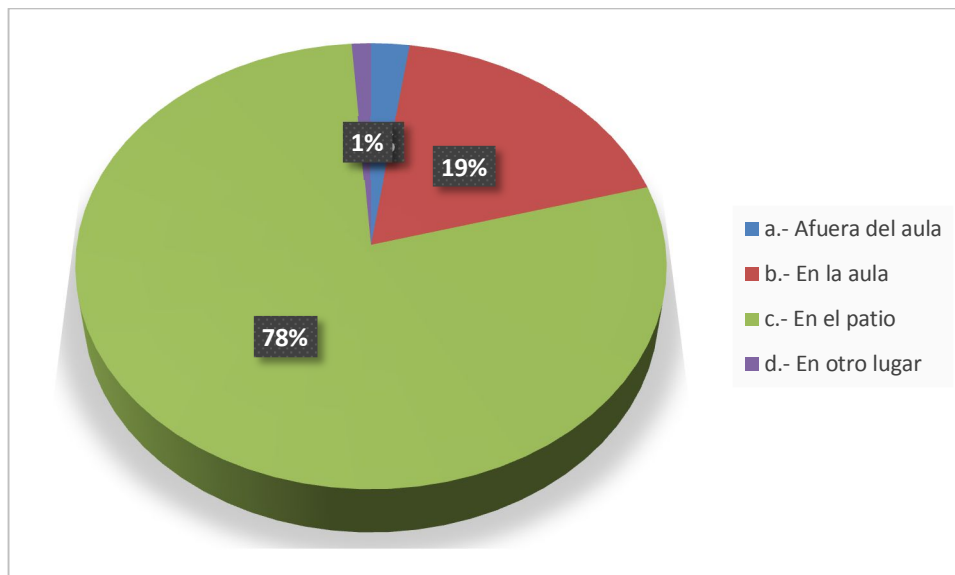


Gráfico 7: ¿En dónde recomendarías poner la información?  
Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

Un mayor número de estudiantes de 9 a 12 años manifestó su opinión en donde poner las piezas gráficas (ATL y BTL) el factor más importante para aprender e informarse sobre las normas y actividades de reciclaje.

## 8. ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad

### Educativa “Borja N°1”?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Separar los papeles y las botellas del resto de la basura	84	97%
b.-Separa solo los papeles de la basura	2	2%
c.- Otras actividades	1	1%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 19 ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa “Borja N°1”?

Elaborado por: Johanna Aranda

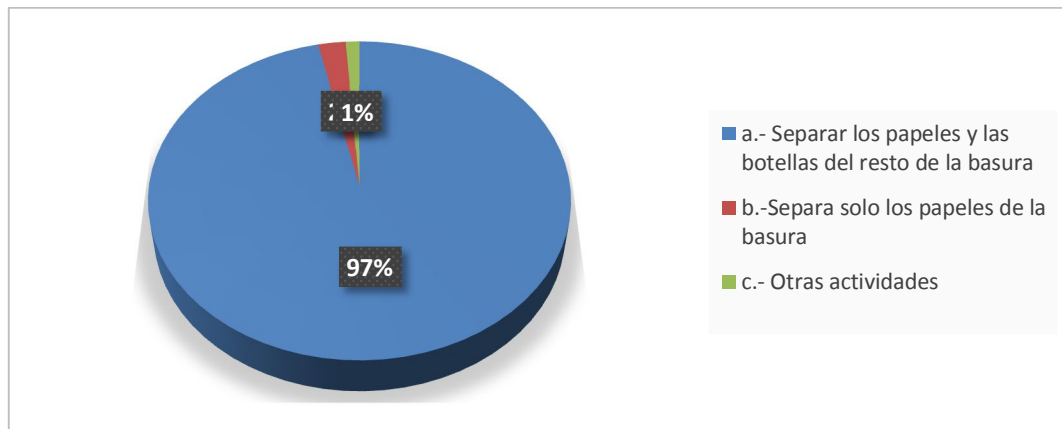


Gráfico 8: ¿En qué actividades te gustaría más participar al reciclar en la Unidad Educativa “Borja N°1”?

Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

La mayoría de los estudiantes de 9 a 12 años encuestados considera que les gustaría participar en actividades para separar el papel y el plástico y así tener conciencia sobre el cuidado del medio ambiente

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## 9. ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?

Rango de edad: 9 a 12 años

Opciones preguntas	Frecuencia	Porcentajes
a.- Vidrio	0	0%
b.- Aluminio	0	0%
c.- Plástico	87	100%
d.- Papel	87	100%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100%</b>

Tabla 20 ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?

Elaborado por: Johanna Aranda

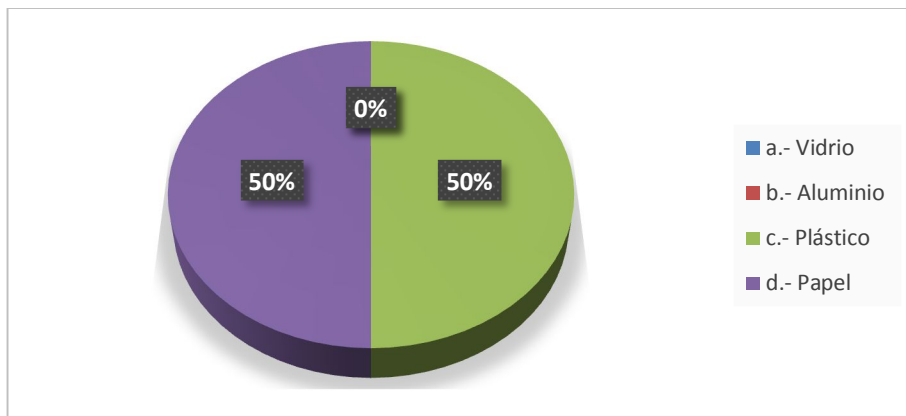


Gráfico 9: ¿Cuáles de los siguientes materiales de deshecho puedes reciclar más fácilmente en la escuela?

Elaborado por: Johanna Aranda

### Análisis

En este caso las opiniones fueron iguales sin embargo, se evidenció una notable aceptación de reciclar plásticos y papeles por parte los estudiantes de 9 a 12 años, son los materiales que más votan a la basura común.

## 5.03 Formulación del proceso de aplicación

### 5.03.01 Brief Publicitario

La Unidad Educativa “Borja N°1” ofrece experiencia, calidad y calidez; su tema es “brindar a los estudiantes una educación integral que forma seres humanos responsables, participativos y capaces de responder críticamente a los retos que la sociedad exige”.

Para esta institución es importante la aplicación de una estrategia publicitaria informativa para aumentar las actividades de reciclaje en los estudiantes de 9 a 12 años.

La elaboración de la estrategia publicitaria es favorable para la institución, mediante un buen manejo de las piezas gráficas, las cuales serán la base para aprender sobre las actividades y normas de reciclaje para crear conciencia e interés al momento que reciclen los estudiantes de 9 a 12 años. La Unidad Educativa “Borja N°1” está de acuerdo y apoya la realización del proyecto ya que ayudara para la conservación del medio ambiente y la protección de la capa de ozono.

En la actualidad se ha visto afectado el medio ambiente a causa de la creciente contaminación por ejemplo el tiempo de degradación del papel entre 3 meses a 1 año, el plástico entre 100 a 1000 años en descomponerse.

Es importante informar y persuadir a los estudiantes de 9 a 12 años de los efectos que tiene el no reciclar, por este motivo se ha visto en la necesidad de aumentar las actividades de reciclaje, haciéndolo de una manera creativa y llamativa a la vista de los estudiantes de 9 a 12 años.

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

La mascota fue creada e indicada a los estudiantes de 9 a 12 años logrando que con esta imagen se identifiquen todos, ya que es el planeta tierra en el que vivimos y debemos proteger.

Se ha creado BTL que ayudaran a la recolección de los materiales como el papel y el plástico, pues cada contenedor contara con un letrero que ayudara a identificar al momento de reciclar en que contenedor debe ir cada material reciclado.

### **5.03.02 Misión**

Somos una Institución Educativa Católica Diocesana con experiencia, calidad y calidez; brindamos a nuestros estudiantes una educación integral que forma seres humanos responsables, participativos y capaces de responder críticamente a los retos que la sociedad exige; empleando nuevas técnicas, metodologías alternativas y profesionales competentes, para fortalecer la identidad ecuatoriana, el sentido de Iglesia y la excelencia académica en los niños y jóvenes, teniendo a Cristo como Hermano, Amigo y Maestro.

### **5.03.03 Visión**

Nuestra Institución Educativa como parte de la Arquidiócesis de Quito, para el año 2017, será reconocida como institución de excelencia en el marco de los estándares propuestos por el Ministerio de Educación, a través de la formación integral, humanista, incluyente e innovadora, basada en los valores cristianos y la Verdad evangélica.

#### 5.03.04 Educación Inicial

El desarrollo es un proceso de cambio en el que el niño y la niña adquieren el dominio de niveles cada vez más complejos de movimiento, pensamiento, sentimientos y relación con los otros.

Es un proceso multidimensional e integral que se produce continuamente por medio de la interacción del niño con sus ambientes biofísicos y sociales.

El desarrollo se ajusta a determinado patrón, es único en cada caso.

El desarrollo varía de una cultura a otra, así como de un niño a otro producto de su configuración biológica esencial y del ambiente particular que les rodea.

La educación inicial tiene como propósito favorecer el desarrollo físico, cognoscitivo, afectivo y social de los niños e incluye orientación para padres de familia o tutores para la educación de sus hijos.

El Reglamento de aplicación a la Ley de Educación Intercultural de 2012, en el Artículo 27, define qué nivel de Educación Inicial se divide en dos (2) subniveles:

- a. Inicial 1, que no es escolarizado y comprende a infantes de hasta tres (3) años de edad.
- b. Inicial 2, que comprende a infantes de tres (3) a cinco (5) años de edad.

#### Objetivos:

- Promueve el desarrollo personal del niño por medio de situaciones y oportunidades que le permitan ampliar y consolidar su estructura mental, lenguaje, psicomotricidad y afectividad.

- Contribuye al conocimiento y al manejo de la interacción social, estimulándolo para participar en acciones de integración y mejoramiento en la familia, la comunidad y la escuela.
- Estimula, aumenta y orienta la curiosidad del niño para iniciarlo en el conocimiento y comprensión de la naturaleza, así como el desarrollo de habilidades y actitudes para conservarla y corregirla.
- Enriquece las prácticas de cuidado y atención a los niños de 4 años por los padres de familia y los grupos sociales donde conviven los menores.
- Amplía los espacios de reconocimiento para los niños en la sociedad en la que viven, propiciando un clima de respeto y estimulación para su desarrollo.

#### **5.03.05 Educación Básica**

**La Educación General Básica** en el Ecuador abarca diez niveles de estudio, desde primer grado hasta décimo. Las personas que terminan este nivel, serán capaces de continuar los estudios de Bachillerato y participar en la vida política y social, conscientes de su rol histórico como ciudadanos ecuatorianos.

Este nivel educativo permite que el estudiantado desarrolle capacidades para comunicarse, para interpretar y resolver problemas, y para comprender la vida natural y social.

**Los jóvenes que concluyen los estudios de la Educación General Básica serán ciudadanos capaces de:**

- Convivir y participar activamente en una sociedad intercultural y plurinacional.

- Sentirse orgullosos de ser ecuatorianos, valorar la identidad cultural nacional, los símbolos y valores que caracterizan a la sociedad ecuatoriana.
- Disfrutar de la lectura y leer de una manera crítica y creativa.
- Demostrar un pensamiento lógico, crítico y creativo en el análisis y resolución eficaz de problemas de la realidad cotidiana.
- Valorar y proteger la salud humana en sus aspectos físicos, psicológicos y sexuales.
- Preservar la naturaleza y contribuir a su cuidado y conservación.
- Solucionar problemas de la vida cotidiana a partir de la aplicación de lo comprendido en las disciplinas del currículo.
- Producir textos que reflejen su comprensión del Ecuador y el mundo contemporáneo a través de su conocimiento de las disciplinas del currículo.
- Aplicar las tecnologías en la comunicación, en la solución de problemas prácticos, en la investigación, en el ejercicio de actividades académicas, etc.
- Interpretar y aplicar a un nivel básico un idioma extranjero en situaciones comunes de comunicación.
- Hacer buen uso del tiempo libre en actividades culturales, deportivas, artísticas y recreativas que los lleven a relacionarse con los demás y su entorno, como seres humanos responsables, solidarios y proactivos.
- Demostrar sensibilidad y comprensión de obras artísticas de diferentes estilos y técnicas, potenciando el gusto estético.

### 5.03.06 Bachillerato General Unificado (B.G.U)

El BGU tiene como triple objetivo preparar a los estudiantes:

- (a) Para la vida y la participación en una sociedad democrática.
- (b) Para el mundo laboral o del emprendimiento, y
- (c) Para continuar con sus estudios universitarios

Se espera que nuestro país cuente con bachilleres capaces de:

**Pensar rigurosamente.** Pensar, razonar, analizar y argumentar de manera lógica, crítica y creativa. Además: planificar, resolver problemas y tomar decisiones.

**Comunicarse efectivamente.** Comprender y utilizar el lenguaje para comunicarse y aprender (tanto en el idioma propio como en uno extranjero). Expresarse oralmente y por escrito de modo correcto, adecuado y claro. Además, apreciar la Literatura y otras artes y reconocerlas como una forma de expresión.

**Razonar numéricamente.** Conocer y utilizar la matemática en la formulación, análisis y solución de problemas teóricos y prácticos, así como en el desarrollo del razonamiento lógico.

**Utilizar herramientas tecnológicas de forma reflexiva y pragmática.** Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para buscar y comprender la realidad circundante, resolver problemas, tener acceso a la sociedad de la información y manifestar su creatividad, evitando la apropiación y uso indebido de la información.

**Comprender su realidad natural.** Comprender su realidad natural a partir de la explicación de los fenómenos físicos, químicos y biológicos con apoyo del método científico, lo cual permitirá que el estudiante participe de modo proactivo y resuelva

problemas relacionados con el ámbito natural, respetando los ecosistemas y el ambiente.

**Conocer y valorar su historia y su realidad sociocultural.** Investigar sobre su identidad, historia y ámbito sociocultural, participando de manera activa en la sociedad, resolviendo problemas y proponiendo proyectos dentro de su ámbito sociocultural; esto implica aprender sobre sistemas políticos, económicos y sociales a nivel local, nacional e internacional, utilizando estos conocimientos en su vida cotidiana.

**Actuar como ciudadano responsable.** Regirse por principios éticos-morales, que le permitan ser un buen ciudadano o ciudadana: cumpliendo con sus deberes, respetando y haciendo respetar sus derechos, además de guiarse por los principios de respeto (a las personas y al medio ambiente), reconociendo la interculturalidad, la democracia, la paz, la igualdad, la tolerancia, la inclusión, el pluralismo (social y cultural), la responsabilidad, la disciplina, la iniciativa, la autonomía, la solidaridad, la cooperación, el liderazgo, el compromiso social y el esfuerzo.

**Manejar sus emociones en la interrelación social.** Manejar adecuadamente sus emociones, entablando buenas relaciones sociales, trabajando en grupo y resolviendo conflictos de manera pacífica y razonable.

**Cuidar de su salud y bienestar personal.** Entender y preservar su salud física, mental y emocional, lo cual incluye su estado psicológico, nutrición, sueño, ejercicio, sexualidad y salud en general.

**Emprender.** Ser proactivo y capaz de concebir y gestionar proyectos de emprendimiento económico, social o cultural, útiles para la sociedad. Además, formular su plan de vida y llevarlo a cabo.

**Aprender por el resto de su vida.** Acceder a la información disponible de manera crítica: investigar, aprender, analizar, experimentar, revisar, autocriticarse y autocorregirse para continuar aprendiendo sin necesidad de directrices externas. Además, disfrutar de la lectura y leer de manera crítica y creativa.

### **5.03.07 Departamento de Talento Humano**

Más allá de cumplir con los requerimientos estatutarios de la Institución y el reglamento que norma la educación nacional, el departamento de Talento Humano, ha logrado un perfecto engranaje de trabajo tripartito entre docentes, padres de familia y estudiantes; ya que la nueva era de tecnología globalizada requiere así lo requiere.

Este departamento ha incluido en el P.E.I. (Proyecto Educativo Institucional) un trato holístico pues en la actualidad, no es suficiente enseñar por enseñar, es vital que el conocimiento quede impregnado en el inconsciente del estudiante, que posteriormente en la praxis de la vida real denotará cada eje transversal que tuvimos a bien enseñarles con amor y respeto. De esta manera seguirá siendo la institución con más de 113 años de servicio educativo que forma líderes de excelencia, porque no es suficiente ser los primeros sino los mejores.

Vocacional e intelectual. Facilitar la información objetiva para la toma de decisiones y desenvolvimiento colectivo e individual en su entorno social.

El departamento está organizado por profesionales, psicólogos educativos y orientadores competentes regidos por procesos definidos por el Sistema de Gestión De Calidad que mantiene la Institución, para orientar adecuadamente a nuestros estudiantes desde el ingreso a la institución, generando recomendaciones para asegurar una apropiada adaptabilidad en la búsqueda de estabilidad emocional y académica, su orientación vocacional a través de aplicación de test.

### 5.03.08 Departamento de Consejería Estudiantil

El papel fundamental del Departamento de Consejería Estudiantil es velar por un mejor estilo de vida de todos los actores de la comunidad educativa y contribuir al desarrollo de habilidades, diseñadas a facilitar el aprendizaje personal, social,

#### **Objetivos Generales:**

- Promover estabilidad emocional, conductual y académica en forma individual y grupal
- Orientar al desarrollo de potencialidades de nuestros estudiantes buscando una conciencia clara para la construcción de su propio proyecto de vida.
- Contar con profesionales capacitados, comprometidos en liderar la tarea de promover el crecimiento de cada uno de los actores de la comunidad educativa.
- Concienciar en los miembros de la comunidad educativa a través de talleres sobre las problemática que actualmente vivimos como sociedad.
- Utilizar instrumentos de medición válidos y confiables que faciliten las evaluaciones psicológicas.
- Fortalecer en los estudiantes el desarrollo de las destrezas psicosociales para lograr un desenvolvimiento ideal dentro de las exigencias de la sociedad actual.
- Trabajar en equipo, en la resolución y manejo de conflictos.
- Contribuir con los departamentos de Rectorado, Vicerrectorado y Talento Humano con informes de casos disciplinarios y académicos que sean respaldo a dichos departamentos.

### 5.03.09 Departamento Financiero

Este se divide en dos áreas: el departamento de Recaudación o colecturía y el de contabilidad.

Recaudación y Colecturía está al Servicio de estudiantes y padres de familia para facilitar el pago de matrículas, pensiones, compra de documentos el mismo que atiende la Sra. Gabriela Tutasi de 7h00 a 17h00.

**Contabilidad:** controla el registro de los movimientos económicos de la unidad, como ingresos, egresos, depósitos, elaboración de reportes financieros internos y externos, elaboración y pago de remuneración al personal y demás obligaciones que debe cumplir la institución.

Además ayuda al padre de familia en sus dudas con los rubros recaudados y la entrega de documentos necesarios para sus descargos.

### 5.03.10 Secretaría

El departamento de Secretaría se encarga de atender e informar a los padres de familia y estudiantes sobre documentos que se solicitan como:

Inscripciones.

Matrículas.

Alumnos Nuevos.

Pases de Año.

Rectificación de Notas.

Documentos y archivos que reposan en la secretaría e

Ingreso de documentos para autoridades.

### 5.03.11 Área de Ciencias Exactas

La matemática en la educación media se encuentra relacionada con el álgebra, física, geometría y dibujo técnico, herramientas que nos permiten entender y generalizar algunos principios físicos, químicos y sociales considerados como ejes del crecimiento intelectual y punto de partida del conocimiento analítico.

Cuando nos percatamos que la generación de hojas y pétalos en ciertas plantas o los ciclos vitales de algunos animales, siguen una secuencia ordenada y reconocible; que el continuo traslado que el hombre requiere de una noción espacial y temporal, es cuando podemos señalar que la matemática es el lenguaje de la naturaleza. Pero no solo de teoría o análisis científico vive el hombre, en la búsqueda de una formación integral y partiendo de una sensibilización social como génesis de todo proceso de cambio, concebimos a la Matemática como una asignatura para ser conocida, estudiada de parte de nuestra juventud, desde el momento que le sirva para enfrentar y triunfar ante la vida. El área de Matemática fundamenta su enseñanza en la aplicación de cada axioma, postulado, corolario y teorema en los que está sustentada para el óptimo aprendizaje de nuestros estudiantes.

### 5.03.12 Área de Cultura Estética

El área de Cultura Estética ayuda en la construcción de un lenguaje plástico y musical mediante los sentimientos y percepciones. Se ha comprobado que al respetar reglas y normas en el trabajo se puede disfrutar a plenitud y con mayor sensibilidad el desarrollo del amor por lo estético.

### **5.03.13 Religión y valores**

La educación en la Fe, es mucho más que desarrollar las facultades y capacidades del ser humano; es ayudar al alumno a dar una respuesta de adhesión libre y consiente, según su capacidad a la Palabra de Dios lo que implica una “Renovación y Fortalecimiento de la propia Identidad”. Cabe destacar que la educación católica, es de vital importancia ya que fomenta la fe cristiana y permite mantener los principios enseñados por nuestro Salvador.

### **5.03.14 Área de Lengua Extranjera**

Las estrategias metodológicas utilizadas facilitan el primer contacto con la lengua extranjera a través de actividades didácticas en donde el estudiante hace uso de varias de sus inteligencias. El seguimiento de los procesos de construcción del conocimiento es desarrollar la formación de las destrezas y habilidades propias del idioma inglés como son: escuchar, hablar, leer y escribir. El resultado de su influencia se observa cuando el estudiante logra expresar sus ideas en forma escrita y oral. Por otro lado la forma de expresar los contenidos, patrones de comunicación y sus características lingüísticas puede ayudar mucho a aprender esa forma textual en inglés.

### **5.03.15 Área de Ciencias Naturales**

El estudio de Ciencias está orientado al conocimiento del cuidado, conservación y preservación de todos los recursos naturales que se encuentran formando parte de este gran planeta llamado TIERRA, esto se realiza promoviendo

en nuestros estudiantes los valores y actitudes positivas que permitan proteger este gran legado para las generaciones venideras.

#### **5.03.16 Área de Estudios Sociales**

La enseñanza de los Estudios Sociales, ocupa un lugar importante en el campo del saber y de la investigación educativa que tiene por protagonista al ser humano, a la sociedad y al medio ambiente.

#### **5.03.17 Área de Lengua y Literatura**

El Área de lengua y Literatura ha procurado mantenerse dentro de los lineamientos pedagógicos que propugna la Pedagogía Conceptual, los que conducen a los y las estudiantes al desarrollo del pensamiento y al fortalecimiento de la comunicación a través del correcto empleo del lenguaje; por ello el aula se constituye como un espacio de interacción lingüística, pedagógica y cognoscitiva.

#### **5.03.18 Área de Cultura Física**

Una educación integral requiere movimiento y este se representa con diversidad de actividades cognitivas, motrices y afectivas. Si nos centramos en el campo de la Educación Física, podemos manifestar que esta contribuye de manera directa y clara a la formación de los adolescentes, inspirada en el concepto del Buen Vivir.

#### **5.03.19 Área de Informática**

Comprometidos con el cambio en la calidad de la educación, el área ha definido como su prioridad de trabajo tres campos de acción: la capacitación a través de una oferta académica que cumple con este objetivo: el perfeccionamiento de propósitos

formativos con la propuesta de diseño y experimentación acordes al avance de la tecnología y acciones complementarias de investigación.

### **5.03.20 Investigación Desarrollo del Pensamiento**

La Filosofía se ha evidenciado como orientadora del pensamiento y de la vida, es ordenadora de la realidad, es motivadora para la acción y creadora de pensamientos innovadores.

### **5.03.21 Grupo Objetivo**

**Género:** Niños/Niñas

**Edad:** 9 a 12 años

**Ubicación:** Centro histórico de D.M.Q

**Nivel Socioeconómico:** Medio/ Medio alto

**Ocupación:** Estudiantes

### **5.03.22 Problemas Comunicacionales**

- **Información:** Escasa enseñanza sobre el hábito de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1".
- **Persuasión:** La Unidad Educativa "Borja N°1" existen poca persuasión sobre las normas de reciclaje, por lo tanto hay desinterés por impulsar el reciclaje.
- **Posicionamiento:** Existe poca iniciativa en reciclar, los materiales como el papel y plástico en la Unidad Educativa "Borja N°1", por parte de los estudiantes de 9 a 12 años

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

- **Mantenimiento:** Desinterés de los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1”. No genera un nivel de conocimiento en cuanto al momento de reciclar.

### 5.03.23 Objetivos Comunicacionales

- **Información:** Informar y enseñar de forma adecuada sobre el hábito de reciclaje, mediante el diseño y creación de los trípticos y volantes para Unidad Educativa “Borja N°1” a través de la diagramación de varias piezas gráficas, donde se muestre como reciclar para los estudiantes de 9 a 12 años. Este contendrá actividades y sus normas para reciclar de una manera creativa y llamativa a la vista de los estudiantes de 9 a 12 años.
- **Persuasión:** Al grupo Objetivo a través de la persuasión aprenderán las normas de reciclar mediante el diseño de afiches, video animado, volantes y stickeys donde se muestra las actividades de reciclaje y sus normas para separar los materiales como el papel y plástico, para de esta manera captar la atención de los estudiantes de 9 a 12 años
- **Posicionamiento:** Generar interés en el grupo objetivo mostrando como reciclar mediante la creación de BTL y afiches que sirvan como contenedores para el reciclaje de papel y plástico, por este medio aprenderán y traerá conciencia directamente a los estudiantes de 9 a 12 años.
- **Mantenimiento:** Generar interés en los estudiantes de 9 a 12 años para que puedan recordar el mensaje al momento de reciclar y proteger al medio ambiente en la Unidad Educativa “Borja N°1”, con materiales P.O.P.

### 5.03.24 Estrategia Creativa

**Beneficios racionales:** Mundo, Medio Ambiente, Reciclaje

**Beneficios emocionales:** Amor, Proteger, Cuidar

**Mensaje básico:** Ama y protege a tu mundo mientras reciclas

**Tono:** Indiferente

**Estilo:** Infantil

**Insight:** Ama y Protege Nuestro Mundo

**Reason Why:**

- **Mensaje básico:** La enseñanza en la Unidad Educativa “Borja N°1” está basado en los valores católicos y vivencia de Dios por tanto se considera como valor universal y espiritual al amor, también es importante enseñar a los estudiantes de 9 a 12 años a proteger el medio ambiente y el mundo donde viven los seres vivos, por ende nuestro hogar.
- **Tono:** Porque se quiere llegar a los estudiantes de 9 a 12 años directamente sin laberinto la importancia y aprendizaje del reciclaje.
- **Estilo:** Porque está dirigido a los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa “Borja N°1”.
- **Insight:** Porque expresa y comunica de forma concreta el mensaje en la Unidad Educativa “Borja N°1”, también proteger nuestro mundo porque es nuestro hogar.

**Eje de campaña:**

Recicla para cuidar

**Slogan:** Ama y Protege Nuestro Mundo.

---

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO “BORJA N°1” UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 5.03.25 Diseños de Piezas Graficas

#### Medios primarios Información

#### Tríptico

28 cm x 19 cm



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

**5.03.26 a. AIDA:**

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del tríptico para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir la atención del grupo objetivo utilizando figuras asimétricas, textos de colores con la mascota que ayudara atraer atención de los estudiantes de 9 a 12 años

**I:** Se diseñó el tríptico para que entiendan sobre el reciclaje y sus normas para que sepan separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del tríptico se llegara a concientizar y aprendan los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen.

**A:** Con el tríptico diseñado se podrá incrementar la enseñanza sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

## Volante

13 cm x 19 cm



### 5.03.26 b. AIDA:

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del volante para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir el interés del grupo objetivo utilizando la mascota para llamar la atención y complementando con textos breves

**I:** Se diseñó el volante para que entiendan sobre el reciclaje y que sepan separar los materiales como el papel y plástico que crearan gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del volante se llegará a concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen y cuiden el medio ambiente

**A:** Con el volante planteado se podrá extender lo aprendido sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## Persuasión

### Afiche

29 cm x 40 cm



### 5.03.26 c. AIDA:

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del afiche para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir la atención del grupo objetivo, utilizando textos de colores y transmitiendo el mensaje.

**I:** Se diseñó el afiche para que comprendan sobre el reciclaje y sus normas para que sepan separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del afiche se llegara a concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen.

**A:** Con el afiche planteado se podrá incrementar el aprendizaje sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

**Volante**

13 cm x19 cm



**5.03.26 d. AIDA:**

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del volante para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir el interés del grupo objetivo utilizando la mascota para llamar la atención y complementando con textos breves

**I:** Se diseñó el volante para que entiendan sobre el reciclaje y que sepan separar los materiales como el papel y plástico que crearan gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del volante se llegara a concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen y cuiden el medio ambiente

**A:** Con el volante planteado se podrá extender lo aprendido sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.





**Video Ubicación: Sala de Audiovisuales**

**STORY BOARD**

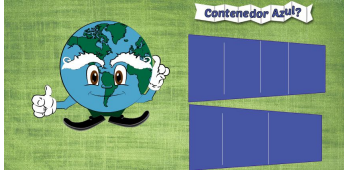
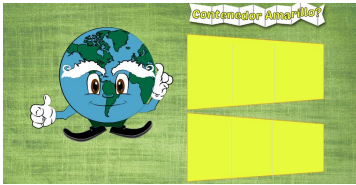
**PRODUCTO** : video informativo

**NOMBRE SPOT** : "Aprender como reciclar el papel y plástico".



**DURACIÓN SPOT** : 2.00"

Elementos	Imagen	Descripción
<p><b>ESCENA No 1</b></p> <p>-Plano: General -Audio/Sonido: Fondo Textura verde -Ambientación: El sonido de la naturaleza -Tiempo: 13 segundos</p>		<p>Descripción escena: Los números están caminando por la pantalla el 1 color rojo, 2 color verde y 3 color anaranjado</p>
<p><b>ESCENA No 2</b></p> <p>- Plano: General -Audio/Sonido: Fondo Textura verde -Ambientación: El sonido de la naturaleza -Tiempo: 10 segundos</p>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo de un lado a otro las manos teniendo una botella y un papel voz off: Hola soy el señor tierra en este di ate voy a enseñar cómo utilizar los contenedores.</p>

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

<p><b>ESCENA No 3</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano: General</li> <li>-Audio/Sonido: Fondo</li> <li>Textura verde</li> <li>-Ambientación: El sonido de la naturaleza</li> <li>-Tiempo: 16 segundos</li> </ul>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo la mano derecha de arriba hacia abajo y la mano izquierda de adelante hacia atrás. Comienza el efecto de aparecer: el papel, el cuaderno, la revista el periódico, el libro y por ultimo un si en cerrado en círculo verde con las palabras recuerda en el contenedor azul.</p> <p>voz off: En el contenedor azul vamos a reciclar: el papel, el cuaderno, la revista, el periódico, el libro que ya no estés utilizando, también la bolsa de papel</p>
<p><b>ESCENA No 4</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano: General</li> <li>-Audio/Sonido: Fondo</li> <li>Textura verde</li> <li>-Ambientación: El sonido de la naturaleza</li> <li>-Tiempo: 14 segundos</li> </ul>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo la mano derecha de arriba hacia abajo y la mano izquierda de adelante hacia atrás. Comienza el efecto de aparecer: las botellas de limpieza, la de agua, la de refresco, la de jugo y por ultimo un si en cerrado en círculo verde con las palabras recuerda en el contenedor amarillo.</p> <p>voz off: En el contenedor azul vamos a reciclar: las botellas de limpieza, la de agua, la de refresco, la de jugo, también la bolsa de plástico.</p>

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

<p><b>ESCENA No 5</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano: General</li> <li>-Audio/Sonido: Fondo</li> <li>Textura verde</li> <li>-Ambientación: El sonido de la naturaleza</li> <li>-Tiempo: 41 segundos</li> </ul>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo la mano derecha de arriba hacia abajo y la mano izquierda de adelante hacia atrás. Comienza el efecto de aparecer: de papeles de varios tipos y por último un si en cerrado en círculo verde con las palabras recuerda en el contenedor azul.</p> <p>voz off:</p> <p>Primer paso: los papeles no tiene que estar manchados de comida</p> <p>Segundo paso: separar los papeles por tipos.</p> <p>Tercer paso: los envases de plástico tienen que estar sacios sin líquido.</p> <p>Cuarto paso: las botellas tienen que ser lavadas, quitadas las etiquetas y a la vez secas.</p> <p>Quinto paso: deposita las botellas y las tapas en el mismo contenedor.</p>
<p><b>ESCENA No 6</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Plano: General</li> <li>-Audio/Sonido: Fondo</li> <li>Textura verde</li> <li>-Ambientación: El sonido de la naturaleza</li> <li>-Tiempo: 12 segundos</li> </ul>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo la mano derecha de arriba hacia abajo y la mano izquierda de adelante hacia atrás. Comienza el efecto de aparecer: una hoja manchada, comida, helado.</p> <p>voz off:</p> <p>Lo que tú no debes poner en los contenedores como: comida, helado entre otras cosas.</p>

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.


<p><b>ESCENA No 7</b>          - Plano: General          -Audio/Sonido:          Fondo          Textura verde          -Ambientación: El sonido de la naturaleza          -Tiempo: 14 segundos</p>		<p>Descripción escena: el planeta tierra está moviendo de un lado a otro las manos teniendo una botella y un papel después aparece una imagen la escuela y una casa por ultimo sale el slogan. voz off:          y recuerda esta son las normas para que tú puedas reciclar en tu escuela y en tu hogar por eso ama y protege nuestro mundo.</p>
--	---	--

Tabla 21 story board  
 Elaborado por: Johanna Aranda

**Stickeys**

21 cm x 29.7cm



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 5.03.26 e. AIDA:

Atención, interés, deseo y acción

**A:** La creación de una animación para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir el interés del grupo objetivo utilizando la mascota para llamar la atención a los estudiantes de 9 a 12 años.

**I:** Se diseñó storyboard para que entiendan sobre el reciclaje y que sepan separar los materiales como el papel y plástico se le obsequiara los stickeys que crearan gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del storyboard se llegara a concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen y cuiden el medio ambiente

**A:** Con el storyboard planteado se podrá extender lo aprendido sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

## Medio secundario

### Posicionamiento

#### BTL1

109 cm x 141 cm



#### 5.03.26 f. AIDA:

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del BTL para conseguir el interés del grupo objetivo utilizando la mascota como contenedor para que reciclen los materiales como el papel y plástico.

**I:** Se diseñó el BTL para que sepan separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del BTL aprenderán los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen de una manera dinámica.

**A:** Con el BTL puesto en un lugar estratégico podrán aprender de una manera creativa como separar los materiales reciclados por los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

**BTL2**

109 cm x 141cm



**5.03.26 g. AIDA:**

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del BTL para conseguir el interés del grupo objetivo utilizando la mascota como contenedor para que reciclen los materiales como el papel y plástico.

**I:** Se diseñó el BTL para que sepan separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del BTL aprenderán los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen de una manera dinámica.

**A:** Con el BTL puesto en un lugar estratégico podrán aprender de una manera creativa como separar los materiales reciclados por los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

**Afiche**

60 cm x 90 cm



**5.03.26 h. AIDA:**

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño del afiche para difundir la información sobre el reciclaje para conseguir la atención del grupo objetivo, utilizando textos de colores y transmitiendo el mensaje.

**I:** Se diseñó el afiche para que comprendan sobre el reciclaje y sus normas para que sepan separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través del afiche se llegara a concientizar a los estudiantes de 9 a 12 años para que reciclen.

**A:** Con el afiche planteado se podrá incrementar el aprendizaje sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## Medios auxiliares/Mantenimiento

### Materiales P.O.P

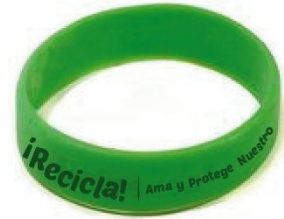
#### Llavero de madera



#### Esfero ecológico



#### Manillas plásticas



#### 5.03.26 i. AIDA:

Atención, interés, deseo y acción

**A:** El diseño de llaveros de madera y esferos ecológicos para recordar el mensaje que se obtuvo sobre el reciclaje para conseguir la atención del grupo objetivo utilizando la mascota como imagen y su slogan.

**I:** Se diseñó llaveros de madera y esferos ecológicos para que se acuerde el mensaje ya aprendido sobre el reciclaje y sus normas para separar los materiales como el papel y plástico que generaran gran interés en los estudiantes de 9 a 12 años

**D:** A través de los llaveros de madera y esferos ecológicos se llegara a recordar el mensaje ya obtenido para que reciclen los estudiantes de 9 a 12 años.

**A:** Con los llaveros de madera y esferos ecológicos planteado se podrá recordar el aprendizaje sobre el reciclaje por parte de los estudiantes de 9 a 12 años.

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 5.03.27 Plan y Estrategia de medios

- **Medios Primarios:**
  - **Información:** trípticos, volantes.
  - **Persuasión:** Afiches, volantes video animado y stickeys.
- **Medio Secundario:**
  - **Posicionamiento:** BTL y afiches
- **Medio Auxiliar:**
  - **Mantenimiento:** esferos ecológicos, manillas y llaveros de madera.

### 5.03.28 Flow Chart

	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Medios primarios</b>			
Folletos full color	133	0.60	79.80
Volantes full color	133*2	0.37	98.42
Afiches full color	6	1.00	6.00
Stickeys full color	133	0.30	39.90
<b>Medios secundarios</b>			
BTL	2	300.00	600.00
Afiches full color	2	3.50	7.00
<b>Medio auxiliar</b>			
Llaveros de madera	133	0.50	66.50
Esferos ecológicos	133	0.50	66.50
Manillas de tela	133	0.15	20.00
		<b>Subtotal</b>	984.12
		<b>+ 10% imprevistos</b>	98.05
		<b>total</b>	1.082.17

Tabla 22 Flow Chart

Elaborado por: Johanna Aranda

### 5.03.29 Presupuesto de medios

	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor total</b>
<b>Medios primarios</b>			
Folletos full color	133	0.60	79.80
Volantes full color	133*2	0.37	98.42
Afiches full color	6	1.00	6.00
Stickeys full color	133	0.50	66.50
<b>Medios secundarios</b>			
Afiches full color	2	4.50	9.00
<b>Medio auxiliar</b>			
Llaveros de madera	133	0.50	66.50
Esferos ecológicos	133	0.50	66.50
Manillas tela	133	0.15	20.00
		<b>Subtotal</b>	412.72
		<b>+ 10% imprevistos</b>	41.27
		<b>Total</b>	453.99

Tabla 23 Presupuesto de medios  
Elaborado por: Johanna Aranda

### 5.03.30 Producción

<b>Productos</b>	
BTL	\$60.00
Afiche full color	\$20.00
Stickeys full color	\$5.00
Folletos full color	\$30.00
Volantes	\$20.00
Esferos ecológicos	\$10.00
Llaveros de madera	\$10.00
Manillas de tela	\$2.00
<b>Total de productos</b>	<b>\$157.00</b>

Tabla 24 Producción  
Elaborado por: Johanna Aranda

**Precio de medios + producción + 10% = TC/ imprevistos**

$$412.72 + \$157.00 + 56.98 = 6267.70$$

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### **5.03.31 Proyectos publicitarios**

#### **BTL**

Se crearon BTL como contenedores para reciclar los materiales como el papel y plástico y de esta manera motivar a los estudiantes de 9 a 12 años a reciclar en la Unidad Educativa "Borja N°1".

#### **Medios impresos**

Mediante la utilización los medios impresos para educar sobre los hábitos de reciclaje a los estudiantes de 9 a 12 años en la Unidad Educativa "Borja N°1".

## CAPÍTULO VI

### 6. Aspectos Administrativos

#### 6.01 Recursos

##### Recursos Tecnológicos

##### Hardware

- La realización del proyecto se utilizó una inversión económica, este valor fue presupuesto por el autor del proyecto, se realizó un cronograma donde se coloca todas las actividades que se va a realizar.
- **Cámara:** Canon PowerShot A3400 IS 16.0 MP Digital Camera with 5x Optical Image Stabilized Zoom 28mm Wide-Angle Lens with 720p HD Video Recording and 3.0-Inch Touch Panel LCD (Black)

##### Software

- Illustrator Cs6
- Microsoft Word 2013
- Microsoft Excel 2013
- Adobe Reader 2015
- Adobe flash Cs6

##### Recursos Humanos

- Autora: Johanna Aranda
- Tutor: Msc. Ramiro Granda
- Lector: Ing. Lizeth Guerrero

## Recursos Económicos

El proyecto está realizado por el mismo investigador el proyecto.

### 6.02 Presupuesto

#### Gastos Operativos

Detalles	Valor unitario	Valor total	Financiamiento
		4 meses	
Internet	50.00	200.00	Propio
Servicios básicos	20	80.00	Propios
Transporte	0.25	4.75	Propio
Impresiones	0.50	25.00	Propio
<b>Total</b>	70.75	309.75	Propio

*Tabla 25 Gastos Operativos  
Elaborado por: Johanna Aranda*



### Aplicación del proyecto

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
	Gastos operativos		309.75
2	BTL	300	600.00
6	Afiches A3	1.00	6.00
2	Afiches grandes	3.50	7.00
133	folletos	0.60	79.80
133	Lapices	0.50	66.50
133	Llaveros de madera	0.50	66.50
133	Stickeys	0.30	39.90
133	Manillas de tela	0.15	20.00
133*2	Volantes	0.37	98.42
<b>Total</b>	-	306.92	1.293.87

Tabla 26 Aplicación del proyecto  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

### 6.03 Cronograma

Tiempo  Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aprobación del proyecto																				
<b>Capítulo I</b>																				
Antecedentes																				
Contexto y justificación																				
Definición del problema central (matriz T)																				
<b>Capítulo II</b>																				
Análisis de involucrados/Mapeo de los involucrados																				
Matriz de análisis con los involucrados																				

Tabla 27 Cronograma  
Elaborado por: Johanna Aranda

Tiempo  Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Capítulo III</b>																				
Árbol de problemas y objetivos																				
<b>Capítulo IV</b>																				
Matriz de análisis de alternativas e identificación de acciones																				
Tamaño del proyecto/Localización del proyecto/Análisis ambiental																				
Matriz de análisis de impacto de los objetivos																				
Diagrama de estrategias																				
Revisión de los criterios para los indicadores/Selección de indicadores																				
Medios de verificación/ Supuestos/Matriz marco lógico (MML)																				

Tabla 27 Cronograma  
Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Tiempo  Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Capítulo V</b>																				
Antecedentes de la herramienta/Descripción de la herramienta																				
Tabulación de la encuestas																				
Formulación del proceso de aplicación																				
Área publicitaria																				
Brief publicitario/Problemas comunicacionales																				
Objetivos comunicacionales																				
Estrategias creativas																				
Mensaje básico/Eje de campaña/Reason Why																				

Tabla 27 Cronograma

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

Tiempo  Actividades	Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diseño de piezas gráficas/AIDA																				
Plan y estrategia de medios																				
Medios principales/Medios secundarios/Medios auxiliares/Flow chat																				
Presupuestos de medios																				
Proyecto publicitario																				
<b>Capítulo VI</b>																				
Aspectos administrativos/Recursos/presupuestos/cronograma																				
<b>Capítulo VII</b>																				
7. Conclusiones y recomendaciones/Referencias bibliográficas/Anexos																				
Entrega del proyecto																				

Tabla 27 Cronograma

Elaborado por: Johanna Aranda

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

## Capítulo VII

### Conclusiones y recomendaciones

#### 7.01 Conclusiones

- En base a las actividades realizadas se percibió el interés del personal administrativo y docente para la elaboración del proyecto, quienes respondieron de manera positiva frente a la oportunidad de que los estudiantes de 9 a 12 años se vean incentivados en reciclar.
- Los estudiantes de 9 a 12 años poseen algunos conocimientos con respecto al reciclaje adquiridos en las aulas.
- Establecer estrategias comunicacionales para proteger planeta y cuidar el medio ambiente utilizando materiales reciclados.
- Los estudiantes de 9 a 12 años respondieron positivamente hacia la realización del proyecto demostrando interés hacia las actividades de reciclaje, la implementación de la estrategia y las herramientas comunicacionales planteadas inicialmente.
- Se les enseñó a los estudiantes de 9 a 12 años de manera correcta las normas para reciclar mediante la estrategia informativa.
- La investigación realizada en el presente proyecto, los permite entregar a los estudiantes de 9 a 12 años información adecuada acerca del reciclaje
- Los estudiantes de 9 a 12 años realizaron actividades de reciclaje motivados por la estrategia informativa, recolectando materiales como plástico y papel evitando la contaminación

CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

- Las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1", aumentaron en un 50% para cuidar el medio ambiente.
- Se cumplieron correctamente los objetivos planteados al iniciar el proyecto, lo que demostró un buen planteamiento y ejecución de los objetivos.
- Los estudiantes 9 a 12 años en la Unidad Educativa "Borja N°1" realizan constantemente actividades de reciclaje.

### **7.02 Recomendaciones**

- Es esencial la implementación de actividades de reciclaje dentro de las aulas de clases, puesto que ayuden para el cuidado del medio ambiente
- Para aumentar el cuidado del reciclaje se necesita incentivar a los estudiantes de 9 a 12 años con la estrategia publicitaria.
- Se debe generar actividades de enseñanza para incentivar las normas de reciclaje y así no olvidar los hábitos aprendidos sobre el reciclaje.
- Promover siempre que se pueda una iniciativa para realizar las actividades de reciclaje en la Unidad Educativa "Borja N°1"
- Motivar a los estudiantes de 9 a 12 años, para que recuerden como reciclar y lo apliquen en la escuela y en su hogar.

### Referencias bibliográficas

- Bassat, L. (2012). *El libro de la Publicidad*. Barcelona: DEBOLSILLO.
- Bastos Boubeta, A. I. (2006). *Organización en el punto de ventas*. España: Vigo.
- Beltrán y Cruces, R. E. (2010). *Creatividad Publicitaria*. Mexico: Trillas.
- Chong, J. L., Aizpuru, M., Cárdenas, A., Espinal, E., Gómez Baranda, L. L., Koehn, C., . . . Trueba, G. (2006). *Pronación de venta, herramienta básica del marketing integral*. Buenos Aires: Granica S.A.
- del Val, A., & Jiménez, A. (1997). *El Libro del Reciclaje. Manual para la recuperación y aprovechamiento de las basuras*. Madrid: RBA.
- Joannis, H. (1992). *El proceso de Creacion Oublicitaria. Planteamiento, Concepción y Raelización de los Mensajes*. Madrid: Deustro.
- Orozco, J. A. (2010). *Comunicación Estratégica para la publicidad*. Madrid: Diaz de Santos.
- Röben , E. (2003). *Oportunidades Para Reducir la Generación de los*. Loja: Alemán.
- Rodríguez del Bosque, I., Suárez Vázquez, A., & García de los Salmones, M. (2008). *Dirección publicitaria* . Barcelona: UOC.

### Referencias Internet

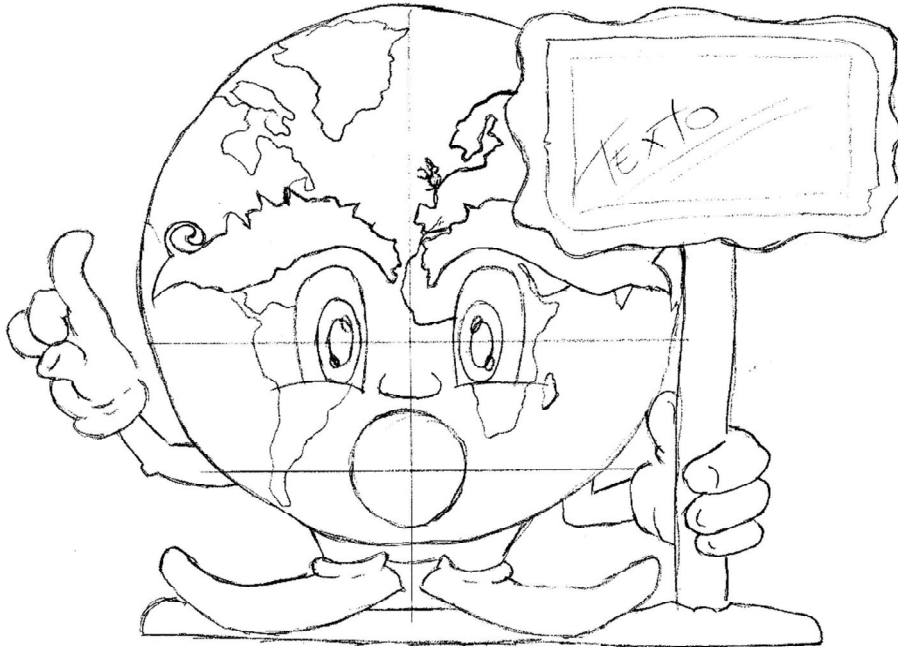
- Agencia de Protección Ambiental. (12 de 08 de 2015). *buenosaires.gob.ar*. Obtenido de [http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/boletin\\_1.pdf](http://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/documents/boletin_1.pdf)
- Plan Nacional de buen vivir. (15 de 06 de 2013-2017). *Plan Nacional de buen vivir*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Unidad Educativa Pedro Pablo Borja N°. 1. (19 de 05 de 2015). *borjauno.edu.ec*. Obtenido de <http://www.borjauno.edu.ec/>

---

## Anexos

Mascota _____	141
Boca _____	142
Brazos y manos _____	143
Logo de reciclaje _____	144
Circulo de elementos _____	144
Hojas _____	144
Cuaderno _____	145
Libro _____	145
Periódico _____	145
Revista _____	146
Bolsa de papel _____	146
Botellas de agua y de jugo _____	146
Botellas de limpieza _____	147
Bolsa de plástico _____	147
Letrero _____	147
Textura _____	148

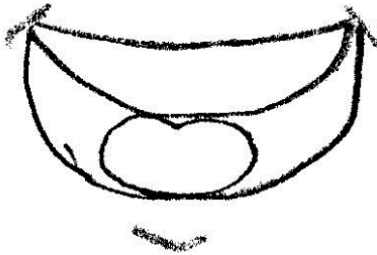
## Mascota



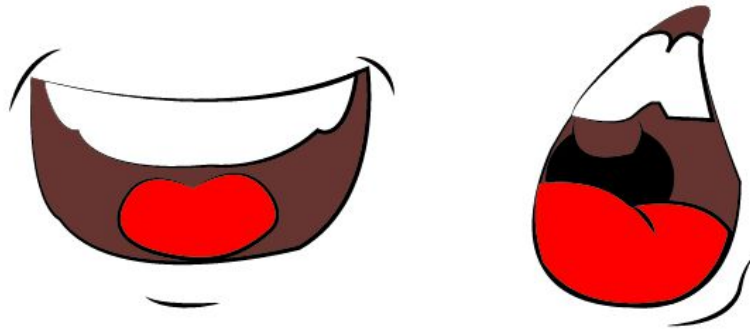
CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.



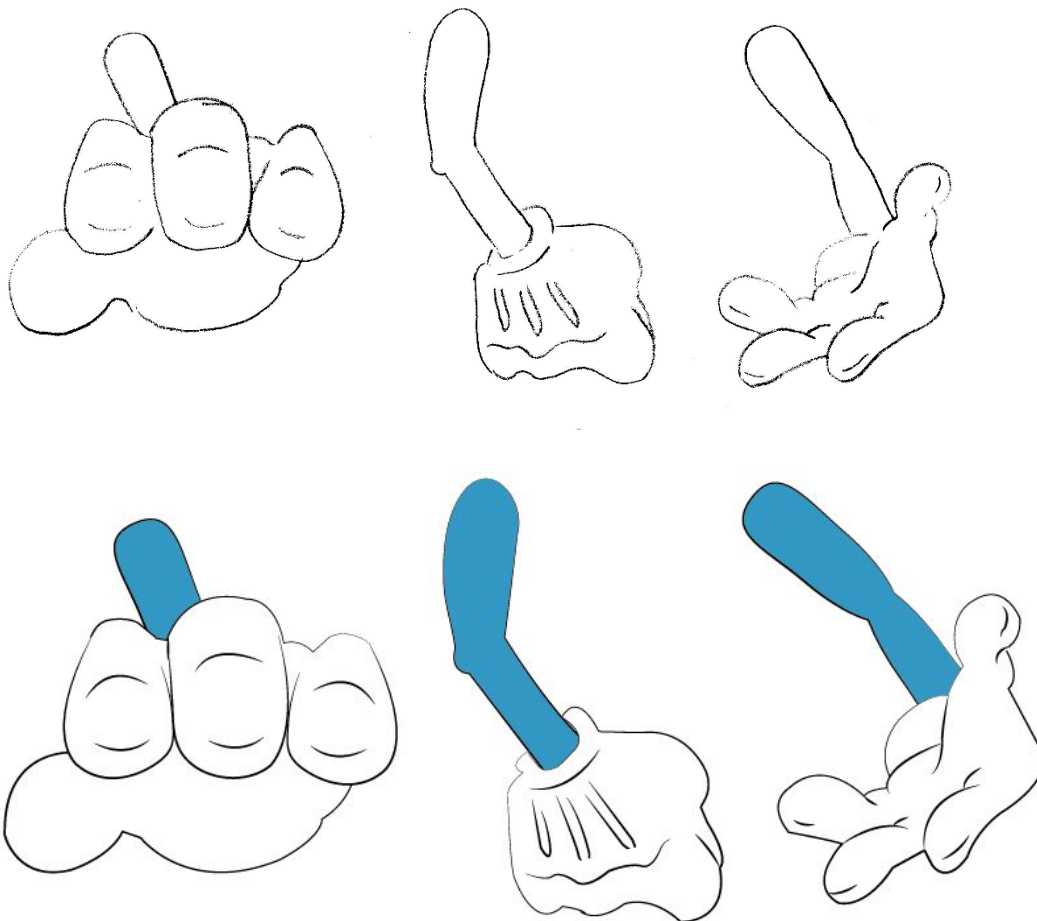
### Boca



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

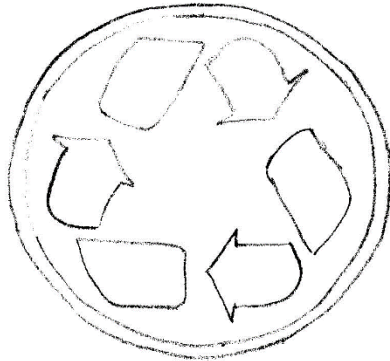


### Brazos y manos

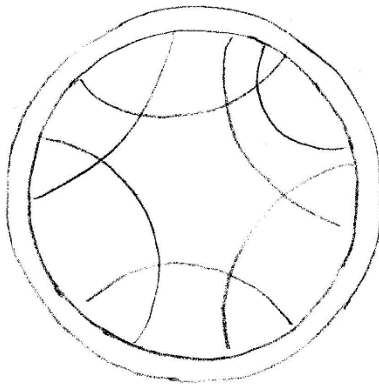


CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

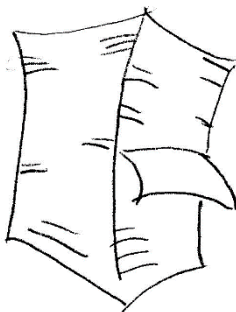
### Logo de reciclaje



### Circulo de elementos

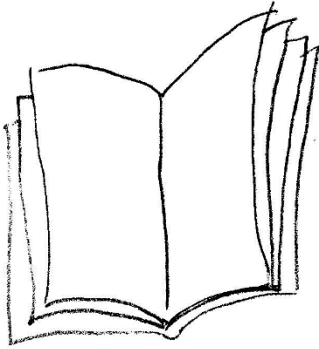


### Hojas

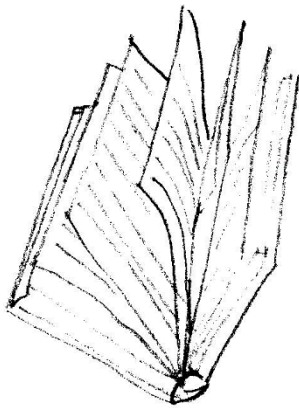


CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

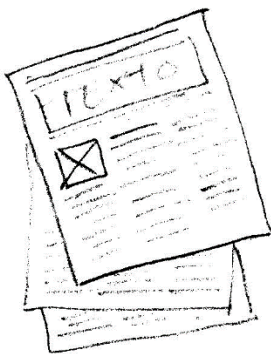
### Cuaderno



### Libro



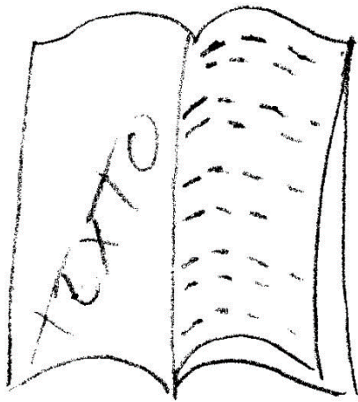
### Periódico



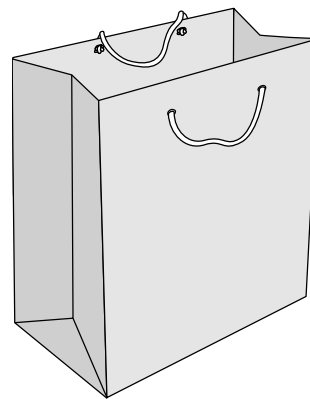
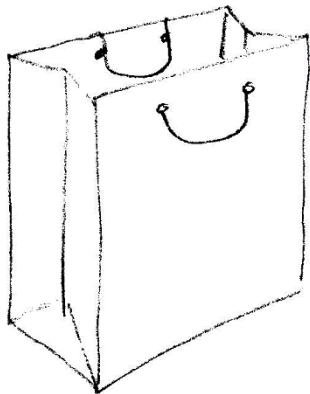
CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.



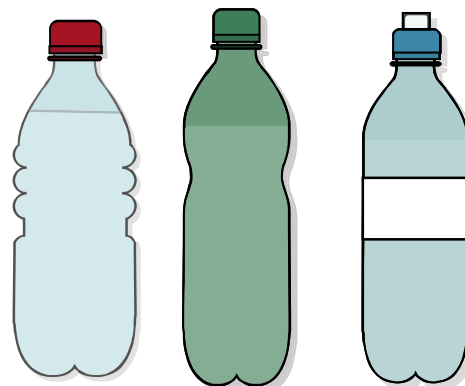
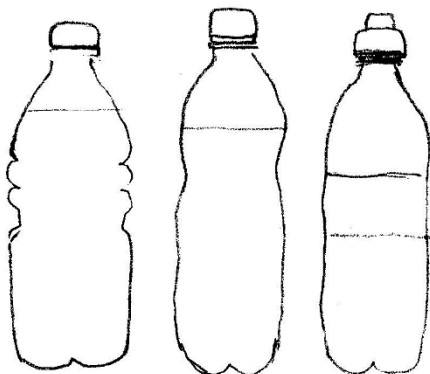
### Revista



### Bolsa de papel

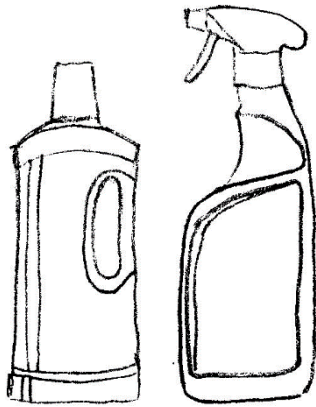


### Botellas de agua y de jugo



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.

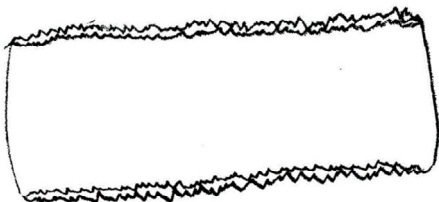
### Botellas de limpieza



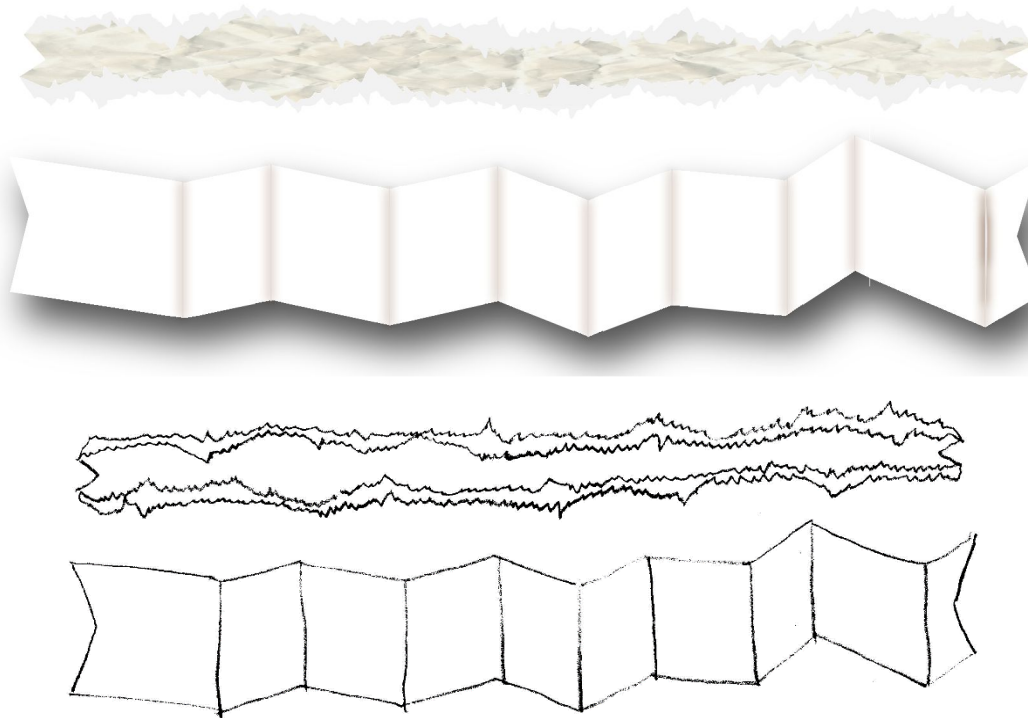
### Bolsa de plástico



### Letrero



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.



### Textura



CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA PUBLICITARIA INFORMATIVA PARA AUMENTAR LAS ACTIVIDADES DE RECICLAJE POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES DE 9 A 12 AÑOS EN LA UNIDAD EDUCATIVO "BORJA N°1" UBICADO EN EL CENTRO HISTÓRICO DEL D.M.Q.