

UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA DE PUBLICIDAD

**“CREACIÓN DE UN PROYECTO SOCIAL DE INSTRUCCIÓN VIAL QUE SE
AUTOFINANCIE MEDIANTE SU COMERCIALIZACIÓN COMO UN MEDIO
PUBLICITARIO ALTERNATIVO”**

TRABAJO DE TITULACIÓN PRESENTADO EN CONFORMIDAD A LOS
REQUISITOS PARA OBTENER EL TÍTULO DE PUBLICISTA

LIC. ALFREDO DÁVALOS

LEANDRO ALBERTO PABÓN LANCHEROS

2008

**LA PRESENTE TESIS HA SIDO
DIRIGIDA POR EL PROFESOR
ALFREDO DÁVALOS**

CERTIFICO:

PROF. ALFREDO DÁVALOS

DEDICATORIA

A mi querida madre quien ha hecho posible mi formación personal y académica, a través de su magnifico ejemplo de lucha y superación, infinito agradecimiento y honra para ella.

RESUMEN

Debido al interés por la aplicación de los conocimientos adquiridos en el área de medios alternativos de comunicación, surge la idea de poder aplicar esta área de la publicidad para utilizarla como recursos estrategias para financiar un proyecto social inédito, que tiene como objetivos:

Crear una nueva generación de conductores responsable y solidaria para el Distrito Metropolitano de Quito, mediante el juego y la diversión.

Capacitar y concienciar a los niños y jóvenes dentro de sus establecimientos educativos, sobre el rol fundamental que pueden desempeñar a la hora de prevenir y evitar un accidente de tránsito.

Mediante llevar instrucción vial a todos los establecimientos educativos de la ciudad. Este proyecto utiliza la diversión y la creatividad como recursos estratégicos, dichos recursos se ven consolidados a través de la utilización de una pista de carros a control remoto de un área de 8 metros cuadrados. En esta pista existen todas las señalizaciones de tránsito pertinentes (señales regulatorias, preventivas, informativas, semáforos, puentes peatonales, pasos peatonales, Etc.), Herramientas muy prácticas para la capacitación.

Como todo proyecto social, es difícil encontrar el financiamiento para su implementación real; surge la necesidad de crear espacios estratégicos dentro del proyecto los cuales sean creativos y eficientes como medios de comunicación alternativa. También es muy importante que sean atractivos para las empresas que poseen el tagueo del proyecto ya que se pretende lograr la venta de dichos espacios a través del pauta de publicidad y con estos recursos económicos logrados financiar el proyecto.

Para lograr dichas ventas se desarrollara un plan publicitario bien estructurado que se encargue de promover el proyecto dentro del sector privado propuesto.

Mediante un plan de investigación en los sectores implicados en el tema, como lo son: Sector gubernamental, sector privado (clientes) y el mercado (los jóvenes) se demostrara la viabilidad del proyecto.

INTRODUCCIÓN

En nuestro país existe un gran número de proyectos sociales viables y funcionales, orientados a diferentes ámbitos de la sociedad, como por ejemplo: educación, salud, familia, sexualidad, creación de fuentes de empleo, violencia, medio ambiente, microempresas, transporte, valores morales y cívicos, auto motivación, etc. De los cuales según la FLACSO solo un 15 % son aprobados por Organismos Públicos y Privados capaces de promover y financiar el funcionamiento de los mismos. El 85% de los proyectos restantes quedan en el olvido sin poder ser llevados a la práctica, ni a la difusión. Los objetivos, estrategias, tácticas y acciones que tienen muchos proyectos sociales son tan útiles para nuestra ciudad que no merecen quedarse sin ser llevados a la práctica, más aun si la razón fuera la falta de un plan de financiamiento del mismo.

Este es el caso de la Capacitación Vial que tiene como objetivo: Crear en la niñez valores como la responsabilidad en el manejo (MAL USO DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS), solidaridad en la carretera y respeto a las autoridades superiores (Policía Nacional) y a las señales de tránsito. Apoyando en la lucha contra el aumento de accidentes de tránsito ya que son el 38,68% del total de muertes violentas en la capital, según las estadísticas del Distrito Metropolitano de Quito.

Teniendo presente los antecedentes mencionados anteriormente, se establece el objetivo de crear un proyecto social de instrucción vial, para los estudiantes de colegios de la ciudad de Quito, que se pueda comercializar como un medio publicitario alternativo, que genere ingresos económicos los mismos que sustenten la ejecución del mismo.

- Para consolidar dicho objetivo se plantea un plan de investigación el cual provea información estratégica que ayude a un correcto desarrollo del proyecto. Entre los principales objetivos en cuanto a la investigación podemos mencionar los siguientes:

- Determinar el grado de aceptación del proyecto por parte del sector gubernamental, como un recurso práctico y creativo, que tiene como fin luchar contra el aumento de accidentes de tránsito, Indagar la opinión de los jóvenes en cuanto a aprender instrucción vial de una manera práctica y divertida.
- Saber si el proyecto de instrucción vial en los colegios, es un buen recurso para luchar en contra de los accidentes de tránsito.
- Determinar las preferencias de consumo de los jóvenes, (ropa, confites, snacks, etc).
- Establecer las empresas más idóneas a financiar el proyecto.
- Determinar el grado de aceptación del proyecto, como un medio publicitario alternativo, por parte del sector privado y del sector publicitario.
- Determinar la viabilidad del proyecto.

Con esta estructura en el plan de investigación se desarrollará con argumentos sólidos el proyecto propuesto.

ANEXO UNO

PLAN PILOTO

ANEXO DOS

AVAL DE LA D.P.E.P

ANEXO TRES

CARTAS NIÑOS Y JOVENES

ANEXO CUATRO

CRONOGRAMA MENSUAL

ANEXO CINCO

AUTORIZACION DE COLEGIOS

ANEXO SEIS

BASE DE DATOS D.P.E.P

(Archivo original localizado en el CD de la tesis)

ANEXO SIETE

MATERIAL DE CAPACITACIÓN

(Archivo original localizado en el CD de la tesis)

ANEXO OCHO

REPORTAJE CD

ANEXO NUEVE

DISEÑO DEL MATERIAL GRÁFICO

(Archivo original localizado en el CD de la tesis)