

CAMPAÑA: SUEÑO TRICOLOR

SLOGAN: "ALIMENTA SU VIDA COSECHA SUS SUEÑOS"

POR: RAFAEL DEL HIERRO

CON LA COLABORACIÓN DE:

- LAURA BOTERO
- PAMELA DELGADO
- DIANA GÓMEZ
- MARIA ELENA LARREA
- JUAN PABLO TERÁN
- GABRIELA TORAL
- EVELYN VALLEJO
- DAVID VASCO
- ESTEBAN VITERI

USFQ - BIBLIOTECA

106658

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

2012

Universidad San Francisco de Quito
Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACION DE
PROYECTO DE TITULACIÓN

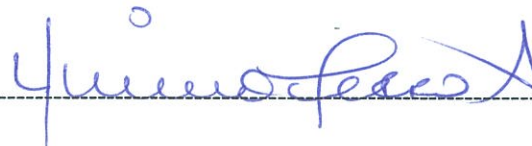
Campaña contra la desnutrición infantil “Alimenta su vida cosecha sus sueños”

Rafael Del Hierro Ponce

Xime Ferro

Asesora de proyecto de titulación

Coordinadora de Publicidad

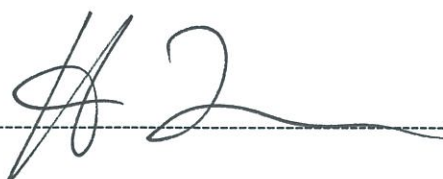


Hugo Burgos, Ph.D.

Decano del Colegio de

Comunicación y Artes

Contemporáneas



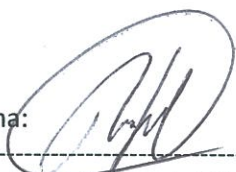
Quito, 11 de Diciembre, 2012

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:



Nombre: Rafael del Hierro Ponce

C. I.: 1718727850

Fecha: DEC-11-2012

CAMPAÑA: SUEÑO TRICOLOR

**SLOGAN: "ALIMENTA SU VIDA COSECHA SUS
SUEÑOS"**

POR: RAFAEL DEL HIERRO

CON LA COLABORACIÓN DE:

- LAURA BOTERO
- PAMELA DELGADO
- DIANA GÓMEZ
- MARIA ELENA LARREA
- JUAN PABLO TERÁN
- GABRIELA TORAL
- EVELYN VALLEJO
- DAVID VASCO
- ESTEBAN VITERI

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

2012

Introducción:

La siguiente campaña realizada por los estudiantes de la Universidad San Francisco de Quito para la UNICEF pretende educar, concientizar y responsabilizar al grupo objetivo sobre la importancia de tener una alimentación balanceada con los distintos grupos alimenticios; de manera que se cree un hábito en ellos.

Para cumplir nuestros objetivos hemos creado la campaña “Sueños Tricolor” que se desarrolla a continuación.

Grupo Objetivo

- **Primario:**
 - ▣ Madres y Padres de Familia
 - ▣ NSE: Medio Bajo- Bajo

- **Secundario:**
 - ▣ La Población en General
 - ▣ Organismos Oficiales



Grupo Objetivo Psicográfico

- **Nombre:** María del Rosario Inga (Chimborazo)
- **Edad:** 35 años
- **Hijos:** 5
- **Trabajo:** vende productos agrícolas en el mercado los días de feria.
- **Intereses:** Lucha porque ellos tengan lo que ella nunca tuvo, se preocupa por su alimentación pero se equivoca al darles cantidad en vez de calidad.



Antecedentes

- El grupo objetivo identifica los colores de la bandera.
- No saben como balancear correctamente los alimentos.
- Sitios de compra:
 - Mercado.
 - Plazas.
 - Tiendas de Barrio.
- Comportamiento de compra:
 - Sierra una vez a la semana
 - Costa a diario.
- La infancia de todo niño se sustenta en sus sueños.



Objetivos

- Concientizar sobre el correcto balance de alimentación.
- Educar.
- Responsabilizar a los padres de familia creando hábitos correctos de alimentación.



Concepto

Sin una correcta alimentación los sueños de los niños se desvanecen.



Logo



Elementos:

Mano: Protección, Apoyo, Ternura
(Crianza del niño)

Pulsera: Símbolo de unión a la
campana tricolor

Niño



Slogan

“ Alimenta su vida, cosecha sus sueños.”



Estructura de Campaña

- Campaña “*Sueños Tricolor*” dividida en dos partes fundamentales:
 - ▣ Emocional: énfasis en los sueños de la niñez.
 - Apela a la sensibilidad de nuestros grupos objetivos.
 - ▣ Educativa: énfasis en los hábitos alimenticios.
 - Concientiza e informa del adecuado balance alimenticio.



Estrategia de Comunicación

- Medios masivos:
 - Captar la atención del público y concientizar.

- Medios BTL:
 - Educar e incentivar a las personas a unirse al plan tricolor.

- Relaciones Públicas:
 - Crear un vínculo con el grupo objetivo para crear interés sobre la campaña tricolor.



Estrategia de Medios Masivos

- Storyboard:



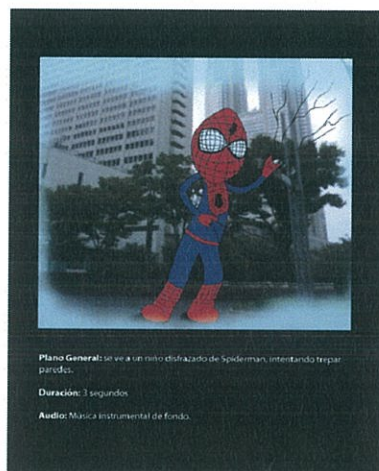
Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



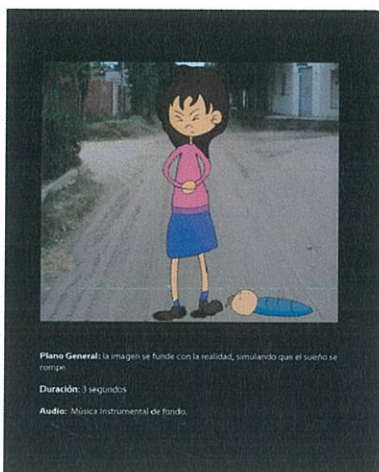
Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Storyboard:



Estrategia de Medios Masivos

□ Canales:

- Gama TV
 - Pequeños Brillantes
- RTS
 - Vamos con todo
 - Noticiero Kichwa
- TC Televisión
 - Fama o Drama
 - Haga negocio conmigo
 - El Noticiero
 - En Carne Propia
- Ecuavisa
 - Licenciado Cardoso
 - Quien quiere ser Millonario?
 - Televistazo
- Teleamazonas
 - Historias verdaderas



Estrategia de Medios Masivos

□ Jingle:

- ▣ No me digas que no comiste la comida ooo...
 - ▣ Que no tomaste agua hervida ooo...
 - ▣ Si tu mezclas bien la comida ooo...
 - ▣ Estarás sano toda la vida.
- Niño de la tele: "Alimenta su vida cosecha sus sueños"
 - Únete al plan tricolor
 - Voz en OFF: Una Campaña de UNICEF y la AEAP contra la desnutrición infantil.



Estrategias de Medios Masivos

□ Radio:

- (En el colegio se oye bulla de fondo)
- Niño 1: Oye ve, si tengo cinco manzanas y me como una cuantas me quedan?
- Niño 2: Me quedo con hambreff.
- Niño 1: NOOO, que mushpa te quedan 4 Que no comiste?
- Niño 2: Si la sopita.
- Niño 1: No seas mudo, hay que combinar los tres alimentos. Que no has oído de la campaña tricolor que andan haciendo los de la UNICEF?
Veras dile a tu mama que hay que mezclar los tres colores del costalito en las comidas para ser más pilas.
- Niño 2: ahhh entonces para aprender más si vale ir a esas feria tricolores que están haciendo en el mercado los (jueves).
- Niño 1: Claaarophss, si la cosa no es comer sino alimentarse.
- Narrador: Una alimentación balanceada garantiza un mejor futuro para ti y tu familia. Únete al plan tricolor para aprender como alimentarse. Asiste a las ferias tricolores que se harán en el mes de noviembre en los diferentes mercados.
- Alimenta su vida, cosecha sus sueños.
- Una campaña de UNICEF y la asociación ecuatoriana de agencias de publicidad contra la desnutrición infantil.



Estrategia de Medios Masivos

□ Emisoras:

- Galaxia
- América
- Radio Canela
- Francisco Estéreo
- Radio Tricolor (Chimborazo) (Cuña 2)
- Radio Bolívar (Cuña 2)



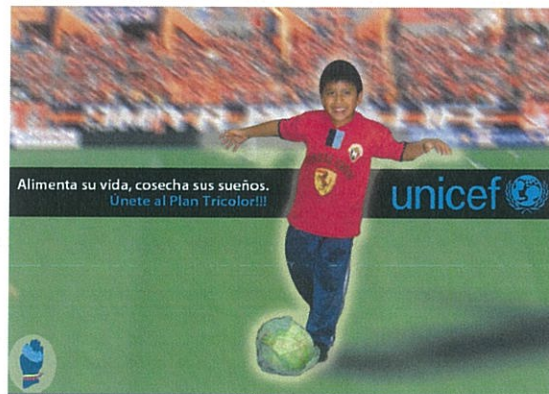
Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



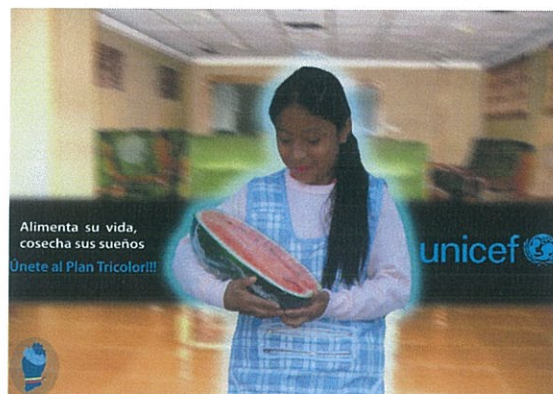
Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



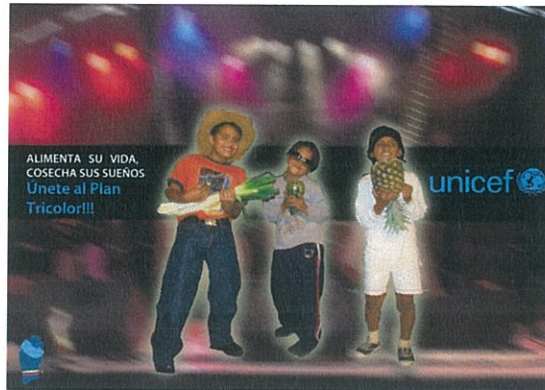
Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



Estrategia de Medios Masivos

□ Valla



Estrategia de Medios Masivos

□ Valla

ALIMENTA SU VIDA, COSECHA SUS SUEÑOS.
Únete al Plan Tricolor!!!



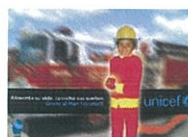
Estrategia de Medios Masivos

- Lugar:
 - Carreteras (camino al mercado).
 - Paradas de buses.
 - Buses.



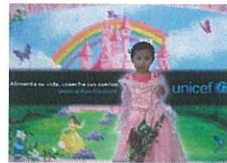
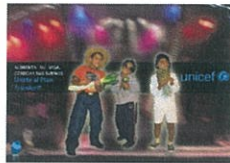
Estrategia de Medios BTL

- Mini vallas



Estrategia de Medios BTL

□ Mini vallas



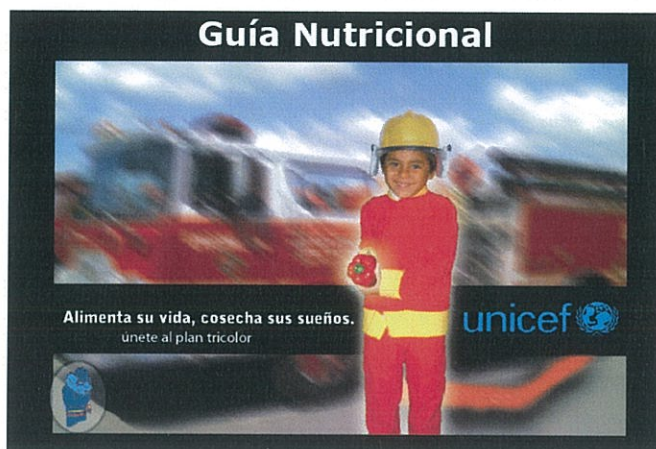
Estrategia de Medios BTL

□ Casas



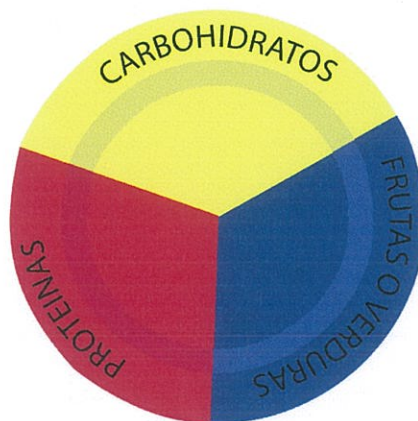
Estrategia de Medios BTL

- Folleto educativo



Estrategia de Medios BTL

- Plato tricolor



Estrategia de Medios BTL



Estrategia de Medios BTL



Estrategia de Medios BTL

□ Fundas



El **ROJO** encenderá sus sueños



El **AZUL** fluirá sus sueños



Estrategia de Medios BTL



El **AMARILLO** iluminará sus sueños



Estrategia de Medios BTL

- Sticker para empaques de comida

El **ROJO** encenderá sus sueños



El **AMARILLO** iluminará sus sueños



El **AZUL** fluirá sus sueños



Estrategia de Medios BTL

- Pulsera Tricolor



Estrategia de Medios BTL

- Mercado tricolor



Estrategia de Medios BTL

- Capacitaciones:



Estrategia de Relaciones Públicas

- Evento en feria:



Fin

