



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y EDUCACIÓN

CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE
RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN
SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.”**

AUTOR:

RIVERA CHANGO JORGE FABIÁN

TUTOR:

MSc. JORGE FREIRE SAMANIEGO

Latacunga - Ecuador

2017



Universidad
Técnica de
Cotopaxi

DECLARACIÓN DE AUTORÍA



Licenciatura en
Diseño Gráfico
Computarizado

Yo Jorge Fabián Rivera Chango declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, siendo el Ing. M.Sc. Jorge Freire Samaniego tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Sin embargo certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Jorge Fabián Rivera Chango

C.I. 0503378440



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Licenciatura en
Diseño Gráfico
Computarizado

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“DISEÑO DE BTL`S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”. Del estudiante: Rivera Chango Jorge Fabián, de la carrera Ingeniería en Diseño Gráfico Computarizado, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Humanísticas y Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Marzo del 2017



Ing. Msc. Jorge Freire Samaniego
C.I. 0502624810

Ing. Msc. Jorge Freire Samaniego
C.I. 0502624810

TUTOR



Universidad
Técnica de
Cotopaxi



Licenciatura en
Diseño Gráfico
Computarizado

APROVACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de ciencias administrativas y humanísticas; por cuanto, el postulante: **Jorge Fabián Rivera Chango** con el título de Proyecto de Investigación: **“DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Marzo, 2017

Para constancia firman:

Lector 1 (Presidente)

Ms.C. Bolívar Vaca

C.I: 0500867569

Lector 2

Mg.D. Ximena Parra

C.I: 0102937299

Lector 3

Ms.C. Alexander Lascano

C.I: 0502622020

AGRADECIMIENTO

A mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi que me formó como persona útil y con pensamiento humanista, lo que aprendimos estará presente en cada día.

Al Ingeniero Jorge Freire por ser el contingente humano y profesional que me guió y corrigió en el desarrollo de esta investigación.

Un agradecimiento especial a mi familia y amistades que se forman en el camino, por compartir valiosos momentos y ser apoyo incondicional en este logro, que es posible gracias a ustedes. Gracias a todos...

Fabián Rivera

DEDICATORIA

Para no alargar mucho mi criterio; creo que todo lo que hasta el momento he alcanzado es por el apoyo incondicional de mi familia quienes estuvieron más que en las buenas en las malas, tantas veces tropecé y me caí; al levantar la mirada siempre los veía a ellos “Gracias por todo”. Como dijo José Mujica derrotados son los que bajan los brazos y se entregan, la vida es un aprendizaje continuo lleno de caminos muertos, la vida te puede dar mil pisotones pero una y mil veces estás hecho para volverte a levantar y volver a empezar; porque lo importante es el camino.

Dedicado a todos quienes formaron parte de mi vida personal, familiar y social.

Fabián Rivera

Índice

| | |
|--|-----|
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | ii |
| AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO..... | iii |
| APROVACIÓN DEL TRIBUNAL | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| DEDICATORIA..... | vi |
| AVAL DE TRADUCCIÓN..... | xvi |
| PROYECTO DE INVESTIGACIÓN..... | 1 |
| 1. INFORMACIÓN GENERAL | 1 |
| 2. RESUMEN DEL PROYECTO | 2 |
| 4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO | 3 |
| 5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN | 4 |
| 6. OBJETIVOS..... | 5 |
| Objetivo General..... | 5 |
| Objetivos Específicos | 5 |
| 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS | 5 |
| 8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA..... | 7 |
| Educación Ambiental | 7 |
| Educar con BTL´s..... | 8 |
| El aprendizaje del concepto | 9 |
| Contaminación Ambiental..... | 9 |
| Sistema de reciclaje | 10 |
| Reciclaje en Ecuador | 10 |
| Símbolo de reciclaje | 11 |

| | |
|---|----|
| Residuos sólidos urbanos..... | 12 |
| Canales de comunicación | 12 |
| La comunicación como estrategia de sensibilización..... | 13 |
| Estrategias de publicidad | 15 |
| Mensaje..... | 16 |
| Estrategia creativa..... | 16 |
| Diseño Gráfico..... | 17 |
| Fotografía y Creatividad..... | 17 |
| Bocetos, Dibujo e Ilustración | 18 |
| Forma, Color y Textura | 18 |
| Tipografía y Composición | 19 |
| Estrategia de sensibilización..... | 20 |
| BTL..... | 20 |
| Marketing Directo..... | 21 |
| ¿Cómo identificar si es un BTL o ATL? | 21 |
| BTL en la actualidad..... | 22 |
| Ejemplos BTL..... | 22 |
| 9. PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS | 27 |
| 10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL | 29 |
| Tipos de investigación: | 29 |
| Técnicas | 30 |
| 11. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS | 31 |
| Resultados de la aplicación de la técnica de observación..... | 31 |
| La técnica de observación..... | 32 |
| Resultados de las encuestas (análisis e interpretación)..... | 34 |
| Resultados de las encuestas (análisis e interpretación)..... | 37 |

| | |
|--|----|
| 12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)..... | 50 |
| DESARROLLO DE LA PROPUESTA | 50 |
| INTRODUCCIÓN..... | 50 |
| 13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO..... | 86 |
| 14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 87 |
| CONCLUSIONES | 87 |
| RECOMENDACIONES | 87 |
| 15. BIBLIOGRAFÍA | 89 |
| 16. ANEXOS..... | 92 |

Índice de tablas

| | |
|--|----|
| Tabla N. 1 Beneficiarios del proyecto | 3 |
| TABLA N. 2 Actividades y sistema de tareas | 5 |
| TABLA N. 3 Matriz de descriptores | 27 |
| TABLA N. 4 Ficha de observación..... | 31 |
| TABLA N. 5 Análisis e interpretación de entrevistas..... | 32 |
| TABLA N. 6 Ficha de encuestas..... | 35 |
| TABLA N. 7 Frecuencia de visita..... | 37 |
| TABLA N. 8 Sector o área con mayor afluencia de usuarios en el parque..... | 38 |
| TABLA N. 9 Presencia de desechos sólidos en el parque cachipamba | 40 |
| TABLA N. 10 Planes o estrategias de reciclaje que se hayan aplicado anteriormente en el parque | 41 |
| TABLA N. 11 Es necesario un producto publicitario..... | 42 |
| TABLA N. 12 Tipos de residuos más comunes en el parque | 43 |
| TABLA N. 13 Factor que ocasiona residuos en el parque Cachipamba..... | 44 |
| TABLA N. 14 Implementar BTL relativo al reciclaje | 45 |
| TABLA N. 15 Existencia de elementos gráficos | 46 |
| TABLA N. 16 Elemento gráfico que refuerce el mensaje | 47 |
| TABLA N. 17 Características del producto publicitario..... | 48 |
| TABLA N. 18 La publicidad BTL mejoraría la imagen del parque | 49 |

| | |
|---|----|
| TABLA N. 19 Tabla general de materiales | 82 |
| TABLA N. 20 Tabla de materiales y precio del BTL (Paso peatonal) | 83 |
| TABLA N. 21 Medidas del poste de electricidad | 86 |
| TABLA N. 22 Costos Indirectos..... | 86 |
| TABLA N. 23 Presupuesto general | 87 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|----|
| GRÁFICO N. 1 Símbolo de reciclaje..... | 11 |
| GRÁFICO N. 2 Ejemplo de BTL #1..... | 23 |
| GRÁFICO N. 3 Ejemplo de BTL #2..... | 23 |
| GRÁFICO N. 4 Ejemplo de BTL #3..... | 25 |
| GRÁFICO N. 5 Ejemplo de BTL #4..... | 26 |
| GRÁFICO N. 6 Asistencia al parque Cachipamba | 38 |
| GRÁFICO N. 7 Sector o área con mayor afluencia de usuarios en el parque | 39 |
| GRÁFICO N. 8 Presencia de desechos sólidos en el parque cachipamba | 40 |
| GRÁFICO N. 9 Planes o estrategias de reciclaje que se hayan aplicado anteriormente en el parque | 41 |
| GRÁFICO N. 10 Es necesario un producto publicitario..... | 42 |
| Gráfico N. 11 Tipos de residuos más comunes en el parque | 43 |
| GRÁFICO N. 12 Factor que ocasiona residuos en el parque Cachipamba..... | 44 |
| Gráfico N. 13 Implementar BTL relativo al reciclaje..... | 45 |
| GRÁFICO N. 14 Existencia de elementos gráficos | 46 |
| GRÁFICO N. 15 Elemento gráfico que refuerce el mensaje | 47 |
| GRÁFICO N. 16 Análisis e Interpretación | 48 |
| GRÁFICO N. 17 La publicidad BTL mejoraría la imagen del parque | 49 |
| GRÁFICO N. 18 Bocetos del personaje principal #1 | 54 |
| GRÁFICO N. 19 Bocetaje y vistas del personaje principal (lápiz)..... | 54 |
| GRÁFICO N. 20 Bocetaje y vistas del personaje principal (esfero)..... | 55 |
| GRÁFICO N. 21 Número de cabezas | 55 |
| GRÁFICO N. 22 Líneas de trazo personaje principal..... | 56 |
| GRÁFICO N. 23 Ilustración (vistas) personaje principal | 56 |

| | |
|--|----|
| GRÁFICO N. 24 Ilustración (acción) personaje principal..... | 57 |
| GRÁFICO N. 25 Ilustración (acción) personaje principal..... | 57 |
| GRÁFICO N. 26 Medidas del personaje el reciclante..... | 59 |
| GRÁFICO N. 27 Contenedores de reciclaje ilustrados..... | 59 |
| GRÁFICO N. 28 Fotografía y dibujo proyectual (paso peatonal)..... | 60 |
| GRÁFICO N. 29 Tentativa final lateral (paso lateral)..... | 61 |
| GRÁFICO N. 30 Fotografía y dibujo proyectual (Tottem)..... | 62 |
| GRÁFICO N. 31 Tentativa final BTL (Tottem)..... | 63 |
| GRÁFICO N. 32 Fotografía y dibujo proyectual (Puente)..... | 64 |
| GRÁFICO N. 33 Tentativa final BTL (Puente)..... | 65 |
| GRÁFICO N. 34 Fotografía y dibujo proyectual (Tacho recolector)..... | 66 |
| GRÁFICO N. 35 Tentativa final BTL (Tacho recolector)..... | 67 |
| GRÁFICO N. 36 Fotografía y dibujo proyectual (Poste/Lámpara)..... | 67 |
| GRÁFICO N. 37 Tentativa final BTL (Poste/lámpara)..... | 69 |
| GRÁFICO N. 38 Fotografía y dibujo proyectual (Caseta)..... | 70 |
| GRÁFICO N. 39 Tentativa final BTL (Caseta)..... | 71 |
| GRÁFICO N. 40 Medidas poste de electricidad..... | 72 |
| GRÁFICO N. 41 Medidas de la señalética..... | 73 |
| GRÁFICO N. 42 Medidas de la tentativa final BTL (Paso peatonal)..... | 73 |
| GRÁFICO N. 43 Despiece de la tentativa final BTL (Paso peatonal)..... | 74 |
| GRÁFICO N. 44 Logotipo..... | 75 |
| GRÁFICO N. 45 Fuente y estilo de fuente..... | 76 |
| GRÁFICO N. 46 Área de protección..... | 77 |
| GRÁFICO N. 47 Cromática en RGB..... | 78 |
| GRÁFICO N. 48 Cromática en CMYK..... | 78 |
| GRÁFICO N. 49 Construcción geométrica..... | 79 |
| GRÁFICO N. 50 Soluciones de color..... | 79 |
| GRÁFICO N. 51 Escala de grises..... | 80 |
| GRÁFICO N. 52 Proporción de identidad..... | 80 |
| GRÁFICO N. 53 Proporción de identidad no correcta..... | 81 |
| GRÁFICO N. 54 Imagotipo el reciclante..... | 81 |
| GRÁFICO N. 55 Medidas del poste de electricidad..... | 85 |
| GRÁFICO N. 56 Entrevista al alcalde del cantón Saquisilí..... | 96 |

| | |
|--|-----|
| GRÁFICO N. 57 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 1..... | 97 |
| GRÁFICO N. 58 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 2..... | 97 |
| GRÁFICO N. 59 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 3..... | 98 |
| GRÁFICO N. 60 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 4..... | 98 |
| GRÁFICO N. 61 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 5..... | 99 |
| GRÁFICO N. 62 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 6..... | 99 |
| GRÁFICO N. 63 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 7..... | 100 |
| GRÁFICO N. 64 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 8..... | 100 |
| GRÁFICO N. 65 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 9..... | 101 |
| GRÁFICO N. 66 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 10..... | 101 |
| GRÁFICO N. 67 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 11..... | 102 |
| GRÁFICO N. 68 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 12..... | 102 |
| GRÁFICO N. 69 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 13..... | 103 |
| GRÁFICO N. 70 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 14..... | 103 |
| GRÁFICO N. 71 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 15..... | 104 |
| GRÁFICO N. 72 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 16..... | 104 |
| GRÁFICO N. 73 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 17..... | 105 |
| GRÁFICO N. 74 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 18..... | 105 |
| GRÁFICO N. 75 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 19..... | 106 |
| GRÁFICO N. 76 Levantamiento fotográfico en el Cachipamba # 1 | 106 |
| GRÁFICO N. 77 Levantamiento fotográfico en el Cachipamba # 2..... | 107 |
| GRÁFICO N. 78 El comerciante personaje de Saquisilí # 1 | 107 |
| GRÁFICO N. 79 El comerciante personaje de Saquisilí # 2 | 108 |
| GRÁFICO N. 80 Ubicación geográfica del parque Cachipamba | 108 |
| GRÁFICO N. 81 Artículo sobre problemática en el parque Cachipamba | 109 |
| GRÁFICO N. 82 Artículo sobre problemática #1..... | 110 |
| GRÁFICO N. 83 Artículo sobre problemática #2..... | 111 |
| GRÁFICO N. 84 Artículo sobre problemática #3..... | 112 |
| GRÁFICO N. 85 Ejemplos BTL's #1 | 113 |
| GRÁFICO N. 86 Ejemplos BTL's #2..... | 113 |
| GRÁFICO N. 87 Ejemplos BTL's #3..... | 114 |
| GRÁFICO N. 88 Tentativas de identidad | 114 |
| GRÁFICO N. 89 Tentativas de BTL anulada #1 | 115 |

| | | |
|-----------------------|--|-----|
| GRÁFICO N. 90 | Tentativas de BTL anulada #2 | 115 |
| GRÁFICO N. 91 | Tentativas de BTL anulada #3 | 116 |
| GRÁFICO N. 92 | Tentativas de BTL anulada #4 | 116 |
| GRÁFICO N. 93 | Tentativas de BTL anulada #5 | 117 |
| GRÁFICO N. 94 | Tentativas de BTL anulada #6 | 117 |
| GRÁFICO N. 95 | Tentativas de BTL anulada #7 | 118 |
| GRÁFICO N. 96 | Bocetos de identidad #1 | 118 |
| GRÁFICO N. 97 | Bocetos de identidad #2 | 119 |
| GRÁFICO N. 98 | Bocetos de identidad #3 | 119 |
| GRÁFICO N. 99 | Tentativa de personaje caricaturesco # 2 (bocetos) | 120 |
| GRÁFICO N. 100 | Trazos del personaje caricaturesco # 2 | 120 |
| GRÁFICO N. 101 | Ilustración del personaje caricaturesco # 2 | 121 |
| GRÁFICO N. 102 | Ficha técnica del personaje caricaturesco # 2 | 121 |
| GRÁFICO N. 103 | Bocetos del personaje caricaturesco # 3 | 122 |
| GRÁFICO N. 104 | Bocetos del personaje caricaturesco # 3 | 122 |
| GRÁFICO N. 105 | Bocetos a color del personaje caricaturesco # 3 | 123 |
| GRÁFICO N. 106 | Ilustración del personaje caricaturesco # 3 | 123 |
| GRÁFICO N. 107 | Trazos del personaje caricaturesco # 3 | 124 |
| GRÁFICO N. 108 | Ficha técnica del personaje caricaturesco # 3 | 124 |

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE
CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

TÍTULO: “DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”.

AUTOR: Jorge Fabián Rivera Chango

RESUMEN

El presente proyecto se desarrolló con la finalidad de sensibilizar a los usuarios del parque ecológico Cachipamba del cantón Saquisilí sobre el reciclaje de residuos sólidos. La deficiente educación y cultura ambiental generan concentración de residuos que alteran la imagen y funcionamiento del parque en relación con el ambiente.

Mediante la investigación realizada se desarrolló un producto publicitario para educar y sensibilizar a los usuarios del parque Cachipamba a través de BTL’s aplicado con relación al reciclaje, mediante el método proyectual se desarrolló estrategias de comunicación, las mismas que se caracterizan por presentar un orden lógico, aplicado en áreas, superficies u objetos ya existentes en el ambiente del parque mediante códigos visuales que contienen el mensaje de sensibilización sobre el reciclaje de residuos sólidos. A través de la observación, exploración, análisis e inspección de resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos y técnicas de investigación se logró los resultados esperados para el desarrollo de la propuesta de diseño. En conclusión mediante el diseño de BTL’s aplicados al reciclaje de residuos sólidos se logró sensibilizar y concienciar a la ciudadanía sobre el daño que causan los desechos al ambiente.

Palabras claves: sensibilización, Target.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI FACULTAD DE
CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

THEME: “BTL DESIGN APPLIED CONCERNING THE RECYCLING OF SOLID URBAN WASTE IN THE CACHIPAMBA PARK; SAQUISILI CANTON, COTOPAXI PROVINCE”.

AUTOR: Jorge Fabián Rivera Chango

ABSTRACT

This project was developed with the purpose of sensitizing the users of the green park Cachipamba of Saquisilí Canton on the recycling of solid waste. Poor education and environmental culture generate a concentration of waste that alters the image and operation of the park concerning the environment. Through the research carried out, an advertising product was developed to educate and sensitize the users of the Cachipamba park through BTL's applied concerning recycling. Through the project method, communication strategies were developed which are characterized by presenting a logical order that applied to areas, surfaces or objects already existing in the environment of the park through visual codes that contain the awareness message on solid waste recycling. Through observation, exploration, analysis and inspection of the results obtained through the application of research instruments and techniques, the expected results for the development of the design proposal were achieved. In conclusion, by BTL's design applied to the recycling of solid waste, it was possible to sensitize and raise public awareness about the damage caused by waste to the environment.

Keywords: Sensitize, target.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro Cultural de Idiomas de la **Universidad Técnica de Cotopaxi**; en forma legal CERTIFICO que: La traducción del resumen de tesis al Idioma Inglés presentado por el señor egresado Jorge Fabián Rivera Chango de la Carrera de Diseño Gráfico Computarizado de la Facultad de Ciencias Humanas y de Educación, cuyo título versa: “DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Marzo del 2017



Ing. Wilmer Patricio Collaguazo Vega

C.I. 1722417571

DOCENTE CENTRO CULTURAL DE IDIOMAS

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

Diseño de BTL`s aplicados con relación al reciclaje de residuos sólidos urbanos en el “Parque Cachipamba”; cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

Fecha de inicio: 01 de Noviembre del 2016

Fecha de finalización: 31 de Enero 2017

Lugar de ejecución:

Parque Cachipamba - Saquisilí -Cotopaxi-zona 3 y Municipalidad del cantón Saquisilí

Unidad Académica que auspicia

Facultad de Ciencias Humanas y Educación

Carrera que auspicia:

Diseño Gráfico

Equipo de Trabajo:

Ing. M.Sc. Jorge Freire Samaniego

Rivera Chango Jorge Fabián

Área de Conocimiento:

Diseño Ecológico

Diseño Gráfico

BTL

Línea de investigación:

Análisis, conservación y aprovechamiento de la biodiversidad local

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Diseño gráfico aplicado a la sostenibilidad ambiental y socio ecológico de la comunidad (ECODISEÑO).

2. RESUMEN DEL PROYECTO

“DISEÑO DE BTL’S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI”.

El presente proyecto se desarrolló con la finalidad de sensibilizar a los usuarios del parque ecológico Cachipamba del cantón Saquisilí sobre el reciclaje de residuos sólidos. La deficiente educación y cultura ambiental generan concentración de residuos que alteran la imagen y funcionamiento del parque en relación con el ambiente.

Mediante la investigación realizada se desarrolló un producto publicitario para educar y sensibilizar a los usuarios del parque Cachipamba a través de BTL’s aplicado con relación al reciclaje, mediante el método proyectual se desarrolló estrategias de comunicación, las mismas que se caracterizan por presentar un orden lógico, aplicado en áreas, superficies u objetos ya existentes en el ambiente del parque, mediante códigos visuales que contienen el mensaje de sensibilización sobre el reciclaje de residuos sólidos.

A través de la observación, exploración, análisis e inspección de resultados obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos y técnicas de investigación se logró los resultados esperados para el desarrollo de la propuesta de diseño. En conclusión mediante el diseño de BTL’s aplicados al reciclaje de residuos sólidos se logró sensibilizar y concienciar a la ciudadanía sobre el daño que causan los desechos al ambiente.

Palabras clave: Sensibilizar, target.

3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El consumo de alimentos en el parque produce residuos que son arrojados de forma inmoderada por parte de los usuarios. Por tal motivo se determinó en el presente caso que existe un escaso nivel de información sobre la cultura del reciclaje, la basura que es generada por la presencia y concentración de personas en el parque Cachipamba que consumen una variedad de productos que producen residuos que alteran la imagen.

El Parque Ecológico Cachipamba ubicado al sur del cantón en la vía a Saquisilí entre las calles Simón Bolívar, Quito y 5 de Junio forma parte de los barrios Unión Panamericana y Barrio Centro del cantón Saquisilí en la provincia de Cotopaxi, mediante el desarrollo de este proyecto se busca aportar con estrategias gráficas que faciliten la sensibilización y concienciación para el reciclaje, mediante un producto publicitario BTL aplicado al reciclaje.

La investigación tiene como finalidad sensibilizar y concienciar a los usuarios mediante el desarrollo de BTL's que incentiven a depositar los residuos sólidos en el sitio donde estará situada el producto publicitario, los cuales fueron determinados según la acumulación de basura en tal sentido planteamos estrategias de comunicación en el parque.

Para la justificación del tema según Víctor Medina publicado el 02 de octubre del 2014 en el periódico y página web "La Gaceta" de la ciudad de Latacunga sobre el tema "No hay cultura en el aseo del parque Cachipamba" menciona que la imagen de este espacio verde se deteriora con la presencia de basura que arrojan los usuarios. Como evidencias fotografías del problema además dijo que el basurero colocado en este sector esta únicamente de adorno, ya que no cumple con su función, hace hincapié para que las autoridades tomen cartas en el asunto, y aspira mayor conciencia de parte de la colectividad, que deposita la basura y más desperdicios fuera de los basureros instalados en este parque. Dando oportunidad con los canales no convencionales que se enfoque principalmente en la educación y sensibilización de los visitantes del parque.

Surge de la necesidad de usar estrategias de comunicación hacia la ciudadanía sobre deficiente manejo de los residuos sólidos en el parque ecológico "Cachipamba", los BTL's se caracterizarán por el empleo de la creatividad generando canales para comunicar mensajes en este caso sensibilizar y concienciar.

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

La presente gráfica muestra los beneficiarios del trabajo de investigación

Tabla N. 1 Beneficiarios del proyecto

| Beneficiarios | | Beneficiarios Directos (Habitantes y Usuarios del Sector Cachipamba) | Beneficiarios Indirectos (Municipalidad de Saquisilí) |
|----------------------|---------|--|--|
| | Hombres | 1000 | 80 |

| | | | |
|--------|---------|------|-----|
| Género | Mujeres | 1300 | 20 |
| | Total | 2300 | 100 |

Elaborado por: Fabián Rivera

5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

En los países de Latinoamérica, el manejo de los residuos sólidos ha significado un problema, como resultado, el alto índice de desechos sólidos por los usuarios que afectan al ambiente; cuando el manejo de éstos no es el adecuado, puede afectar la salud de los ciudadanos. Para lograr mejoras el manejo de los desechos, en América Latina y el Caribe, se requiere voluntad por parte de los gobernantes, fuertes inversiones y educación ambiental de la ciudadanía en el tema del aprovechamiento de los recursos.

El problema a resolver es sensibilizar y concienciar a la ciudadanía y usuarios sobre la acumulación de residuos en del parque, área de juegos, laguna y lugares donde fue evidente la presencia de desechos sólidos. Se desarrolla un producto publicitario BTL “Below the line” que forma parte de una estrategia de comunicación por debajo de la línea sobre el correcto manejo de los residuos sólidos urbanos. Para cumplir con el objetivo de sensibilizar a la comunidad.

La escasa información sobre educación ambiental es uno de los factores para que los usuarios generen residuos que alteran la imagen y funcionamiento del medio ambiente, causa que genera el manejo inadecuado de los desperdicios que se producen en el parque, esta situación es incómoda para las personas que hacen uso del mismo, es importante como oportunidad mostrar canales no convencionales y estratégicos para hacer eficiente la publicidad.

¿Cómo un producto BTL que forma parte de una estrategia de comunicación sensibilizará a los usuarios sobre educación ambiental en el parque Cachipamba del cantón Saquisilí en el periodo 2016-2017?

6. OBJETIVOS:

Objetivo General

- ✓ Diseñar BTL's aplicados con relación al reciclaje de residuos sólidos urbanos que sensibilicen a los usuarios del parque Cachipamba para del cantón Saquisilí.

Objetivos Específicos

- ✓ Recopilar información sobre BTL's, reciclaje de residuos sólidos además el levantamiento fotográfico del parque.
- ✓ Determinar la estrategia de comunicación que permita sensibilizar a la comunidad a través de un BTL sobre la cultura del reciclaje.
- ✓ Determinar el estado actual de la cultura del reciclaje y proponer una estrategia de comunicación
- ✓ Elaborar un producto publicitario o BTL, aplicado con relación al reciclaje que sea funcional y creativo.

7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.

TABLA N. 2 Actividades y sistema de tareas

| ACTIVIDADES Y SISTEMAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS | | | |
|---|--|--|--|
| Objetivo | Actividad | Resultado de la actividad | Medios de verificación |
| 1. Recopilar información sobre BTL's, reciclaje de residuos sólidos además el levantamiento fotográfico del parque. | Recopilación de información bibliográfica de libros, artículos científicos, tesis análogas u otros. Lectura crítica de la información | Fundamentación teórica del proyecto de investigación | Punto 8. Del proyecto de investigación: Fundamentación Científico – técnica Mediante el estudio general, análisis, inspección, investigación y |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>obtenida.</p> <p>Redacción de la fundamentación teórica del proyecto de investigación</p> | | <p>observación se pudo fundamentar el tema.</p> |
| <p>2. Determinar la estrategia publicitaria que permita sensibilizar a la comunidad a través de un BTL sobre la cultura del reciclaje.</p> | <p>Detectar los lugares estratégicos donde existe acumulación de residuos sólidos.</p> <p>Sesión fotográfica del lugar donde se aplicará las estrategias.</p> <p>Descarga y ordenamiento de las fotografías obtenidas.</p> | <p>Estrategias establecidas sobre sensibilización en puntos específicos dentro del parque Cachipamba; debidamente estructuradas y coordinadas con la municipalidad del cantón Saquisilí.</p> | <p>Fotografías digitales sobre la problemática de residuos sólidos en el parque.</p> <p>A través de la observación, exploración, análisis e inspección.</p> <p>Tabulación de los resultados obtenidos mediante encuestas y entrevistas.</p> <p>Levantamiento fotográfico de los lugares donde se ubicará los BTL's.</p> |
| <p>3. Elaborar un producto publicitario BTL, aplicado con</p> | <p>Bocetaje y dibujo de tentativas BTL's utilizando como mensaje el reciclaje</p> | <p>Diseño de BTL's relativos al reciclaje de residuos sólidos urbanos en el</p> | <p>Prototipo BTL relativo al reciclaje de residuos sólidos ubicado en sitio</p> |

| | | | |
|---|--|--------------------|-------------------------|
| relación al reciclaje que sea funcional y creativo. | de residuos sólidos. Montaje de BTL's propuestos y seleccionados, aplicados sobre un objeto o forma ya existente (fotografías) en el parque ecológico Cachipamba. Desarrollo de tentativas BTL aplicados con relación al reciclaje de residuos sólidos | parque Cachipamba. | estratégico del parque. |
|---|--|--------------------|-------------------------|

Elaborado por: Fabián Rivera

8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO-TÉCNICA

Educación Ambiental

Se trata de la educación sobre el cuidado del medio ambiente, es un proceso que conlleva mucho tiempo y demanda de respuestas amigables de las personas con el planeta, en el presente proyecto es importante por ser el concepto que ayudó a educar y sensibilizar a los usuarios del parque Cachipamba.

Charles (2017) menciona que la educación ambiental es un proceso de formación que permite la toma de conciencia de la importancia del medio ambiente, promueve en la ciudadanía el desarrollo de valores y nuevas actitudes que contribuyan al manejo racional de los recursos naturales y a la solución de los problemas ambientales que enfrentamos en nuestra ciudad.(p. 14)

Para que la ciudadanía posea este conocimiento debemos implementarlo en las aulas escolares desde los más pequeños. El concepto general es educar sobre el cuidado al medio ambiente y su proceso es el reciclaje.

Educación con BTL's

El presente proyecto se basa en la educación ambiental como innovación cultural, considerada una herramienta necesaria que regula y equilibra el impacto de la humanidad sobre el planeta, es un nuevo estilo de vida o eslabón que impulsa cualquier proceso educativo enfocado en la vida de la comunidad global y local, en tal sentido los usuarios del parque Cachipamba participen según su disponibilidad, el proceso de transmitir el mensaje por medio de canales no convencionales nos asegura un contacto directo con nuestro *target*.

Mediante la educación se busca que el usuario asimile conocimientos con relación al reciclaje de residuos sólidos a través de BTL's aplicados en áreas o superficies de fácil apreciación. La educación ambiental pueden facilitar la comprensión mediante la didáctica y la pedagogía dentro de las instituciones educativas, en el caso del presente proyecto el método para educar es de manera visual mediante elementos gráficos ubicados en sitios estratégicos que despierten el interés e incentiven a los usuarios a formar parte de la estrategia de comunicación.

Gómez (2014) menciona que la didáctica ayuda a generar estrategias que enseñan los conceptos o mensajes de sensibilización además forma parte de la pedagogía. Se refiere a la solución del problema mediante un método del diseño. Un ejemplo para la solución la descomposición de los problemas en sub problemas como lo menciona Bruno Munari sobre metodología proyectual. (p. 20)

Elbañez (2000) considera que la educación permite facilitar el aprendizaje de una persona a otra. Es el medio para el desarrollo personal, emocional e intelectual de los individuos también es el grado de conocimiento y experiencias adquiridas para que el o los usuarios del parque Cachipamba asimilen el concepto de reciclaje. (p. 13)

El aprendizaje del concepto

Se basa en un modelo que estructura el proceso de aprendizaje y concienciación de manera que sea entendible y funcional que facilite la comprensión de los mensajes al usuario de manera visual, por lo tanto genera captación sobre el concepto de reciclaje, a través de métodos herramientas y procesos que permiten que las personas asimilen el producto publicitario o BTL.

Gómez (2014) afirma que un modelo didáctico es necesario para la comprensión y asimilación de la realidad en nuestro medio en el presente caso es la contaminación ambiental. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades y actitudes. (pp. 29-31)

Schunk (2012) menciona que el aprendizaje es la etapa de adquirir y procesar la información que sería sobre reciclaje de residuos sólidos que provee a futuro nuevos conocimientos técnicos o habilidades de acuerdo al entendimiento de cada persona. El aprendizaje es el resultado del entendimiento de cada experiencia adquirida. (p. 3)

Contaminación Ambiental

Se trata de la presencia de residuos sólidos en el ambiente. Estos pueden ser perjudiciales para el ambiente ya que el ser humano modifica y adapta su medio de manera irracional sin medir sus consecuencias que son nocivas para su entorno natural.

Cicerón (2006) menciona que la acción y efecto de contaminar o contaminarse, es decir alterar nocivamente la pureza o las condiciones normales de una cosa o por medio de la acumulación de desechos. Se entiende por contaminación a una sustancia que aparece en el ambiente al menos en parte, como resultado de las actividades humanas y que tiene un efecto nocivo sobre el entorno. (p. 210)

El cuidado del medio ambiente es necesario por intermedio de un sistema de reciclaje, donde la creatividad juega un papel fundamental, ya que la contaminación es el resultado de la sociedad de consumo.

Sistema de reciclaje

Según el Instituto Nacional de Ecología (2012) manifiesta que reciclaje es una solución sana, creativa y fácil; cuyo proceso es utilizar los materiales creados de manera industrial como son papel, cartón tetra pack, vidrio, plásticos o metal, utilizando la creatividad para transformar y alargar su vida impidiendo que se conviertan en basura o como son conocidos comúnmente residuos sólidos. De esta manera se reduce mucho espacio que ocupan como desechos, reciclar es muy fácil solo consiste en separarlos o clasificarlos, el mundo en el que vivimos estamos rodeados de objetos que pueden ser reciclados. (p. 39)

Lo mencionado por el Instituto considera que es “Una práctica que se fundamenta en un proceso de transformación de un desecho a materia prima”. Los procesos o sistemas de reciclado industrial son costosos y demandan de una fuerte inversión, lo importante es rescatar la mayor cantidad de residuos sólidos reutilizables en el caso del proyecto el sistema es la estrategia publicitaria que educa y sensibiliza sobre el reciclaje. (p. 39)

Reciclaje en Ecuador

Velázquez (2005) dijo que para el Ecuador el tratamiento y recolección de los residuos sólidos urbanos se presentan como un desafío analizando el crecimiento poblacional. La problemática de la basura establece que en las ciudades con mayor población en el país son las que tienen más inconvenientes para el tratamiento adecuado de sus recursos; por la cantidad de residuos urbanos que genera la ciudadanía. La mayoría de procesos que finalizan el tratamiento de la basura resultan contaminantes en el aire, suelo y posiblemente el agua. (p. 95)

Según Velázquez (2005) En la actualidad el constante crecimiento global económico y el consumo desmedido que impone el sistema capitalista han generado una contaminación sin precedentes en los últimos tiempos, las personas consumen por consumir es decir cada vez generan más residuos y claro los lugares para eliminarlos deben ser mayores. El reciclaje es una opción necesaria pero muchas veces se lo relaciona con un bien económico; este problema hace que las personas no se comprometan con la realidad social. El autor describe sobre la preocupación mundial por la manera desmedida con la que se destruye la naturaleza además menciona que Ecuador es uno de los países mega diversos por metro cuadrado por ende la preocupación por preservar los pulmones del mundo. (p. 95)

Reciclaje es el concepto como proceso amigable y sustentable para el entorno en el que vivimos como lo menciona León (2011) reciclaje o reciclamiento se trata del efecto o acción donde se aplica un proceso a cualquier material resultante de los residuos sólidos devolviéndole una funcionalidad, este procedimiento reduce el consumo de recursos por ende es sustentable con el medio ambiente. (p. 16)

García (2009) menciona que los residuos han sido clasificados de diversas formas. Según su estado físico estos pueden ser: sólidos, líquidos, gaseosos o pastosos. Existen sistemas eficientes tanto industriales como gráficos que generan una reacción en el pensamiento sobre el cuidado al medio ambiente, para el presente proyecto se trabaja con residuos sólidos. (p. 23)

Símbolo de reciclaje

Es necesario saber que un mensaje eficaz no está en tener mayor cantidad de elementos gráficos, más bien representar mucho con poco; éste es el caso del símbolo de reciclaje es estandarizado y representa en la mayoría un mismo significado para las personas, es fácil de reconocer, su estructura es simple y denota el significante.

Marcillo (2012) menciona que el símbolo del reciclaje es un identificativo para todos los productos que generen residuos sólidos es más notorio en los envases plásticos, la idea es sensibilizar y concienciar; el símbolo de reciclaje que se utiliza refuerza la estrategia publicitaria. (p. 45)

La forma no cambia mientras que el color de acuerdo a la superficie en la que sea aplicado de preferencia de color verde es un color relajante y refrescante relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.

GRÁFICO N. 1 Símbolo de reciclaje



Fuente: Marcillo 2012

Residuos sólidos urbanos

Pertencen a la clasificación del reciclaje y sobre el cual se desarrollan las estrategias de comunicación, los residuos sólidos en el sector urbano se recolectan e identifican por su color: azul= papel, rojo= tetra pack, gris o plomo= metal, verde= vidrio y amarillo= plástico.

Según la revista del Instituto Nacional de Ecología, (2012) dice que la temática sobre “manejo adecuado de residuos sólidos y procesos de reciclaje” generalmente buscan educar y sensibilizar sobre reducción y consumo responsable, demostrando que los altos índices de residuos sólidos, comúnmente conocidos como basura y su manejo inadecuado son uno de los grandes problemas ambientales y de salud, los cuales se han acentuado en los últimos años debido al aumento de la población o a los patrones de producción y consumo, mostrando algunas alternativas además los usos que se pueden dar a materiales que comúnmente son desechados como basura.(p. 52)

Para proyectar la propuesta publicitaria es necesario la comunicación de los mensajes con relación al reciclaje pero debe contar con un canal para su difusión de manera gráfica los cuales pueden ser convencionales y no convencionales; de acuerdo al desarrollo de sus estrategias.

Canales de comunicación

Lenguaje Visual y Comunicación

Se define el lenguaje como sistema construido por el hombre para codificar, almacenar y decodificar informaciones en este caso con relación al reciclaje de residuos sólidos. La comunicación visual se desarrolla a través de símbolos y su significado se adquiere por el contexto en el que se encuentra.

Elorza (2005) el sistema de comunicación posee un código, además un proceso clave conocido tanto por el emisor como el receptor realizando el intercambio de información y la creación de conocimiento a partir de dicho código. Pues bien, el lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual; es un sistema con el que se enuncian mensajes y recibes información a través del sentido de la vista es decir la comunicación es esencial para transmitir nuestro producto. (p. 25)

Ballina (2008) la comunicación es necesaria para transmitir el producto publicitario o BTL; también conocido como la interacción en la cual se intercambian información, ideas, necesidades y sentimientos en este proceso intervienen varios elementos gráficos: emisor es quien transmite el mensaje mientras el receptor es quien recibe y decodifica el mensaje en el presente proyecto es el grupo objetivo del parque Cachipamba. El mensaje o concepto que se proyecta a través de canales no convencionales por donde se transmitirá el mensaje, el contexto es el entorno o la situación que lo rodea. “Es el proceso de transmisión y recepción de ideas, información y mensajes”. (p. 6)

La comunicación como estrategia de sensibilización

Es necesario un sistema de signos para poderse comunicar con el resto de personas estas pueden ser: auditivos, olfativos, visuales, lingüísticos y táctiles que permiten enfocar y transmitir el mensaje que generan una reacción en la mente de las personas según su concepto en el presente proyecto son signos visuales con relación al reciclaje.

Barker (2001) la comunicación es considerada una estrategia efectiva gracias al proceso de interacción social que se da por símbolos y sistemas de mensajes. La decodificación del significado y el que significa para el usuario el reciclar; genera una sensación de acuerdo con la percepción de cada persona. “La comunicación como estrategia es el proceso de creación de entendimiento compartido”. (p. 187)

Canales y medios ATL/BTL

Es importante mencionar que los canales de comunicación se clasifican según el medio; los tipos relevantes de medios de comunicación que engloban:

O’Guinn (1999) Medios Masivos: Enfocados en la comunicación en masa en este caso. Considerados como medios medidos y su costo es elevado. Este grupo es considerado como *ATL Adobe The Line* - sobre la línea. (p. 585)

Sobre medios masivos de comunicación Massoni (2007) menciona que ATL sus iniciales se refieren a toda la publicidad que se desarrolla y transmite de manera masiva en los medios convencionales o tradicionales, en esta clasificación lo importante no es el *target* sino la cantidad de audiencia posible. “Tiene costos elevados por tratarse de medios de comunicación

masivos. Televisión, periódicos, radio, paradas de buses, entre otros” en este proyecto no se utiliza este canal ni los medios; solo se lo menciona para diferenciarlo del BTL el cual si es aplicado en la propuesta. (p. 224)

Thomas y otros (1999) Medios Auxiliares o Complementarios: Son aquellos que afectan a número específico de personas en un momento dado y sector establecido. También se conoce como medios no medidos BTL no son convencionales su grupo objetivo es específico (parque Cachipamba) el factor económico para el desarrollo de esta propuesta es considerable a diferencia del ATL. (p. 585)

El significado de BTL *Below The Line* es bajo la línea según Massoni (2007) manifiesta que son estrategias o herramientas que utiliza maneras de comunicación altamente creativas que generan un impacto, sorpresa y sentido de oportunidad. Se generan canales que comuniquen mensajes de manera diferente, direccionada a segmentos específicos y directos, como se lo menciono anteriormente lo importante en este canal es el público objetivo del parque Cachipamba. (p. 224)

Herramientas para enseñar

Quintana (2009) las herramientas son indispensables para facilitar la comunicación de contenidos; las cuales son: Habilidad. Aunque no haya aprendizaje previo se trata del grupo de actividades que se pueden desarrollar de manera fácil, actitud se refiere al emisor y receptor de la forma en la que perciben la información en un determinado ambiente de manera positiva o negativa, capacidad es una característica tanto física o mental que una persona posee de manera natural.

La relación de códigos y contenidos que estructurados serán accesibles a los usuarios del parque Cachipamba, código es el grupo de signos gráficos o considerado como composición, relacionándose de una manera normal con todas las personas y mantienen un significado común, denotativo se menciona al significado preciso de los términos, señales y figuras utilizadas y connotativo que son diversas señales existentes interpretadas por una persona, sobre el mensaje de reciclaje. (p. 9)

Roy (2009) sostiene que este punto genera una campaña mediante estrategias publicitarias buscando una respuesta concreta que se genere en el público objetivo o target del parque

Cachipamba. En tal sentido la estrategia creativa sería BTL desde el punto del diseño gráfico. (P. 228)

Para Roy (2009) cuando se elabora una estrategia publicitaria más efectiva, es esencial saber lo que se quiere transmitir, los elementos gráficos y de qué manera llega la información, su efectividad se conoce el cumplimiento de sus objetivos trazados. Es poco probable que los anuncios reciban la atención comprometida del público, así como lo hacen con las noticias y el entretenimiento. Por eso, los escritos de publicidad deben capturar la imaginación de una mente indispuesta y transferir enteramente una nueva perspectiva en menos de treinta segundos. (p. 229)

El diseño es necesario para desarrollar un producto publicitario y eficaz pero se debe analizar el diseño como proceso de comunicación.

Diseño como proceso de comunicación

Costa (1987) sobre el área de la comunicación por mensajes visuales define el universo del Diseño Gráfico que son los símbolos. Quién utiliza el diseño; quién lo establece; cómo se materializa en objetos y mensajes con relación al reciclaje; cómo se introduce en el sistema social; quién lo recibe y consume finalmente, constituyen los eslabones sucesivos de una verdadera cadena de comunicación. (p. 11)

En esta cadena el diseñador es como un intérprete intermediario, debe convertir unos datos en un proyecto que elabore un producto publicitario BTL; aplicado con relación al reciclaje de residuos sólidos en el parque Cachipamba, es decir en mensajes o conceptos sobre el reciclar.

Estrategias de publicidad

Roy (2009) sostiene que este punto busca generar una campaña mediante estrategias publicitarias que busquen una respuesta concreta que se genere en el público objetivo o target. En tal sentido la estrategia creativa sería BTL; como la estrategia de medios masivos ATL son piezas fundamentales si se quiere influenciar en las decisiones del público objetivo y en sus actitudes. En primera estancia se debe analizar rigurosamente las preferencias del mismo y luego decir lo que decide encontrar. (p. 228)

Según Roy (2009) es poco probable que los anuncios reciban la atención comprometida del público, así como lo hacen con las noticias y el entretenimiento. Por eso, los escritos de publicidad deben capturar la imaginación de una mente indispuesta y transferir enteramente una nueva perspectiva en menos de treinta segundos. (p. 228)

Mensaje

Roy (2009) Existen cinco incógnitas para solucionar o resolver cualquier estrategia las cuales son: El ¿qué decir? en este punto hace referencia al mensaje básico es decir el concepto general del mensaje es “slogan, frase, imagen, ”, el ¿Cómo? la forma de decir el mensaje puede ser de manera visual, a ¿quién? decírselo; se trata del target o público objetivo al cual está dirigida las estrategias parque Cachipamba, ¿Cuándo? decirlo es el contacto que tiene el público objetivo con el mensaje de educación y sensibilización, y ¿Dónde? se basa en el soporte a través del cual lo perciben. Luego de las preguntas se diseña la estrategia creativa, se trata de la solución designada para solucionar la problemática de comunicación de una anunciante. (p. 228)

Estrategia creativa

Roy (2009) dice que los elementos de una estrategia correcta a través de un grupo de acciones publicitarias y/o metodológicas pueden transmitir mensajes sobre los beneficios específicos de un producto o servicio. Para estructurar una estrategia es necesario tomar en cuenta lo siguiente. (p. 12)

Para comenzar un proyecto se debe analizar perfectamente todo el contexto alrededor del mismo, esto es para saber si el producto final está enfocado en una necesidad real de los consumidores, en este caso serían los usuarios del parque Cachipamba. De esta manera saber cuál es el método para alcanzar los objetivos y/o público objetivo en el cual se enfoca para realizar la propuesta, una vez identificados estos datos se deben estructurar en el proyecto y comunicar mensajes de forma visual y auténtica que sensibilice al usuario o público objetivo, este análisis es necesario para avanzar con el siguiente punto, el Diseño Gráfico es la herramienta para el desarrollo del producto publicitario o BTL “Las palabras son eléctricas, deben ser seleccionadas según el voltaje emocional que llevan.(p. 12)

Diseño Gráfico

Rodríguez (2010) afirma que el Diseño Gráfico se encarga del proceso de elaboración de todos los materiales que se usan en la educación, desarrolla elementos gráficos para el desarrollo de materiales didácticos, impresos o multimedia. Es el proceso de fabricación de ideas, además es una disciplina que materializa un boceto y lo convierte en imagen. (p. 30-32)

El diseño gráfico se encarga de transmitir un mensaje a través de medios impresos o digitales, juega un papel importante dentro de la sociedad solucionando de manera gráfica, ergonómica, funcional o estética. El diseño se encuentra en todo lo que nos rodea siempre buscando solucionar las necesidades.

Fotografía y Creatividad

Sánchez (2013) afirma que la fotografía se presenta en la vida cotidiana del ser humano considerado como el arte de fijar y reproducir por medio de reacciones químicas, en superficies convenientes y preparadas, las imágenes obtenidas en la cámara oscura.(p.7)

Tomando como referencia sobre lo dicho por Salvador (2013) la fotografía en el presente proyecto es considerada como pieza fundamental para la obtención de imágenes que ayuden a verificar el problema y desarrollar el levantamiento fotográfico cuyas imágenes son obtenidas por una cámara digital las cuales son necesarias para establecer los montajes de las tentativas de BTL's con relación al reciclaje. Las características de las fotografías son sitios, objetos formas, o superficies ya existentes en las que se pueda aplicar BTL's con relación al reciclaje y deben estar ubicadas de modo visible. (p. 7)

Ricaute (2000) menciona la creatividad se trata de la capacidad creadora que poseen todos los seres humanos, su palabra lo dice "crear" algo nuevo, relacionar cosas que ya existen de manera innovadora o que contenga una visión de desarrollo. Las características son: original, diferente y persuasivo.

Es un riesgo dijo Ricaute (2000) que la creatividad asume al aplicar nuevas ideas y en algunos casos que rompan con los esquemas, en realidad es considerable la cantidad de campañas de comunicación altamente creativas trabajan a partir de campañas anteriores que sirven de plataforma para causar un nuevo éxito en el target. (p. 28)

Bocetos, Dibujo e Ilustración

Un dibujo nace con el boceto de una idea de manera rápida sobre un papel generalmente carece de detalles, posee un concepto con relación al reciclaje que sirve para definir ideas durante la creación del producto publicitario BTL, dicho proceso finaliza con la ilustración de todos los elementos gráficos utilizados dentro de la composición final del producto.

Munari (2011) considera que el dibujo es el arte o técnica de representar una idea en una superficie, el dibujo no tiene límites se utilizó para el desarrollo de las tentativas gráficas de BTL; es la forma manual de reproducir una imagen y la manera más antigua de representar significados Durante el proceso de ilustración los bocetos seleccionados toman forma, color y textura en algunos casos luces y sombras. (p. 25, 87)

Forma, Color y Textura

Müller (2005) menciona las formas deben agruparse para crear elementos mayores; suelen agregar dramatismo e interés el diseño por la presencia de ángulos más agudos sin olvidar su longitud. Los diseños pueden ser simétricos y asimétricos, todo depende de la ubicación de las formas. (p. 121)

Wong (2012) Considera: “Que los elementos conceptuales no son visibles. Así, el punto, la línea o el plano, cuando son visibles se convierten en una forma, transmite significado y representación de acuerdo con la ubicación, agrupación y tamaño en un espacio natural o digital. La forma es la dimensión visual de un elemento o cosa existente en nuestro alrededor. (p. 45)

Müller (2010) dice “Los diseñadores gráficos pueden usar el círculo cromático para seleccionar esquemas cromáticos color y probar nuevas composiciones, colores sustractivos primarios CYAN y secundarios RGB dentro de los colores compatibles están -Monocromo, Complementario o de contraste, complementarios divididos, complementarios mutuos, análogos, triada de colores, complementarios cercanos y complementarios dobles”.(p. 24)

Bauzá (2004) Considera que los colores son códigos que ayudan a la identificación de ideas clave, sección de contenidos y refuerzo en los conceptos. De manera digital lo representamos en RGB y CMYK es el sistema de impresión de color el cual se obtiene de manera manual o

por códigos con sus respectivos significantes de acuerdo a su ubicación en el círculo cromático. (p. 36)

Munari (2000) considera que las texturas son atributos o detalles que conforman un sin número de tramas sobre una superficie o digitalmente. Mientras que la textura es un elemento visual que aporta rasgos y características al diseño de una figura; se clasifica en textura visual y táctil. (p. 25, 87)

Se refiere a las características que poseen todos los cuerpos de la tierra; existen texturas digitales y naturales dentro de las digitales son las imágenes gráficas que simulan visualmente las características del objeto y texturas naturales son físicas que podemos palpar los atributos que poseen las plantas, animales y cosas de nuestro medio.

Tipografía y Composición

De preferencia trabajar con una sola familia es la forma de expresar un lenguaje a través de un grupo de tipos ya sean símbolos, números y letras organizadas por familias, según la forma del texto, tamaño, etc. La tipografía ayuda a que el mensaje tenga un mayor impacto y cumpla su función.

Phil (2009) menciona que la tipografía se ocupa de estructurar y organizar el lenguaje visual. La tipografía está encaminada a transmitir un mensaje. (p. 2-3)

Guía didáctica para el profesor (2009) considerará importante la selección y tratamiento de la tipografía en el texto, tanto en los aspectos que facilitan su lectura así como en los que permiten identificar, diferenciar, destacar y jerarquizar los distintos tipos de información”.(p. 3)

Vélez (2010) se refiere a la composición como el orden y organización de los elementos morfológicos de la imagen en el espacio estructural que nos ofrece el formato, lo que plantea una estrategia en búsqueda de un efecto visual y funcional definido. (p. 24) Es la disposición de los elementos gráficos dentro de un área visual de tal manera que cumplan con la función de transmitir un mensaje fácil de entender al receptor. Todo depende de la composición de los elementos para lograr estética, equilibrio y armonía en nuestros diseños.

Estrategia de sensibilización

Roy (2009) dice que los elementos de una estrategia de comunicación correcta a través de un grupo de acciones publicitarias y/o metodológicas pueden transmitir mensajes sobre los beneficios específicos de un producto o servicio. Para estructurar una estrategia de comunicación es necesario tomar en cuenta si la estrategia es creativa o de medios. (p. 12)

En el caso del presente proyecto la estrategia de sensibilización es el producto publicitario que sensibiliza concientiza a los usuarios del parque Cachipamba, podría ser frases o una palabra ubicada de manera creativa dentro de una composición que pueda generar una reacción en el público objetivo.

BTL

Sánchez (2008) BTL es la fusión de algunas técnicas de marketing que utilizan maneras de comunicación no masivas pues su público objetivo es específico, desde el punto de vista del diseño BTL es un producto publicitario altamente creativo que se aplica en un espacio, sector, superficie u objeto ya existente en nuestro medio cómo el parque Cachipamba, al tratarse de una estrategia por debajo de la línea utiliza canales no convencionales enfocados en el *target*.

Sánchez (2008) dice que se trata de una técnica de marketing su nombre hace referencia a las iniciales Below The Line que significa “debajo de la línea”, en la actualidad es la técnica mayormente aplicada en la publicidad y mercadeo a nivel mundial, a esta definición se unen formas de comunicación no masivas, cuyo público objetivo no es general; todo lo contrario segmenta un target específico, limitado, medible y segmentado del área. Como característica principal e importante del BTL a nivel mundial se menciona que es altamente creativo para generar una estrategia o campaña, con esto se buscan nuevas alternativas en lo que tiene que ver con canales directos con los usuarios o clientes. (p.4)

Sánchez (2008) menciona que en algunos casos son estrategias de bajo costo para su implementación, el BTL diferencia el mensaje de acuerdo con su target y el contexto que será proyectado relacionándose directamente con el usuario del parque Cachipamba. No es lo mismo presentar un anuncio o publicidad por televisión que llamar a la puerta del público objetivo al tratarse de una estrategia BTL se menciona que es eficaz y directa que genera un

efecto en el grupo objetivo o sectorizado. Se considera a los creativos BTL, pilares fundamentales donde se respaldan las estrategias de marketing. (p. 5)

Marketing Directo

Kloter (2010) menciona que el marketing tiene muchas definiciones, para alcanzar lo que se propone una institución u organización se debe primero identificar las necesidades y exigencias del grupo objetivo; ajustarse para satisfacer las necesidades del usuario siempre buscando ser eficiente.

Kloter (2010) menciona que se trata netamente de la identificación del mercado y sus necesidades, es decir la proyección de objetivo enfocado hacia el consumidor o target, para conseguir los objetivos se desarrollan estrategias que le den un mayor valor, se mejoran los lapsos de relación con el usuario de tal manera se logra la retención del valor ósea utilidades. El proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios. (p. 75)

Sánchez (2008) es el grupo de técnicas que se utilizan para proyectar el mensaje; que lleguen de manera directa a un grupo específico, el cual ya está segmentado. Este tipo de técnica se puede utilizar sin restricción alguna en situaciones como pruebas de un producto, lanzamiento de un producto o sondeos de satisfacción entre los consumidores del mismo. (p.4)

¿Cómo identificar si es un BTL o ATL?

Kloter (2010) en muchas ocasiones es difícil reconocer cuando es un BTL o una estrategia creativa dirigida a las masas, pero se mencionará ciertos factores que determinan cuando es un BTL y cuando no:

No es masivo un BTL su *target* es segmentado esta estrategia no busca cantidad de usuarios sino un grupo específico fácil de monitorear. La publicidad exterior nunca serán BTL's una vallas, OPI, MUPI o parabús ya que todos ellos son medios masivos y tradicionales.

El BTL no es una estrategia constante su objetivo es ocasionar un impacto de manera instantánea, es muy sorpresivo, luego cambia su efecto BTL y se vuelve masivo. Si su publicidad contiene alguna de estas características mencionadas anteriormente no es un BTL. (p. 76)

BTL en la actualidad

Sánchez (2008) la tendencia de la actualidad ha cambiado en los últimos tiempos, pues se ha generado un exceso de información sobre los productos, específicamente por empresas u organizaciones globales; el bombardeo constante de la publicidad satura la mente de los consumidores y los confunde, además se han generado residuos sólidos de los procesos de producción inimaginablemente, es por esa razón que las organizaciones mundiales están dejando de lado la publicidad ATL y buscan nuevas alternativas de publicidad sustentable; que se preocupen más por el cliente que por su dinero ya que el contacto con el cliente o usuario es directo lo cual genera un efecto instantáneo en el grupo objetivo siempre y cuando la estrategia se la desarrolle con eficacia y eficiencia.(p. 4)

Sánchez (2008) manifiesta que un BTL es el grupo de técnicas que se utilizan para proyectar el mensaje; que lleguen de manera directa a un grupo específico, que está segmentado. Este tipo de técnica se puede utilizar sin restricción alguna en situaciones como pruebas de un producto, lanzamiento de un producto o sondeos de satisfacción entre los consumidores del mismo. (p.4)

Ejemplos BTL

Un producto publicitario o BTL, a diferencia de una activación, recurre a elementos en los que coloca al producto cerca del usuario por lo general de forma impactante, no es una activación, sino una forma de mantener al producto activo ante sus consumidores. A continuación se analizará e inspeccionará ejemplos de publicidad BTL.

Estos son algunos ejemplos de publicidad BTL, algo importante que no se debe pasar por alto es el texto el cual define el mensaje del producto publicitario, el cual consta de titular, el cuerpo de texto y el cierre que sería la marca.

GRÁFICO N. 2 Ejemplo de BTL #1

Fuente: Internet recuperado de publicidadpixel.com

Análisis BTL # 1, como se observa en los productos BTL las imágenes utilizan la estrategia de código visual “metáfora” es el acto de sustituir algo por otros semejantes pero son más atractivos o ayudan a comunicar una idea, es decir una comparación entre dos cosas basadas en la semejanza según su forma color y otros usando palabras o símbolos que refuercen el producto publicitario. El diseño nos permite idear y dibujar objetos, imágenes y productos con la intención de ser útiles y creativos. El mensaje debe ser claro y conciso con el público objetivo, utiliza imágenes y textos estructurados que transmiten la información clara.

Inspección BTL # 1, los BTL’s utilizan fotografías cargadas de simbolismo es decir transmiten más de lo que aparentan ideas y sensaciones de las que muestran las imágenes en el presente proyecto se usan ilustraciones y dibujos que imparten más sobre el concepto de reciclaje que se transmite por canales no convencionales. Antes de aplicarse estas ideas se deben haber desarrollado una inspección del sitio, área, superficie u objeto ya existente sobre el cual se aplicó el producto publicitario o BTL.

En conclusión, se requiere un alto grado de pensamiento estratégico y creatividad, de esta manera se proyectan productos publicitarios por medio de canales no convencionales o simplemente pensar distinto y sin ataduras.

GRÁFICO N. 3 Ejemplo de BTL #2

Fuente: Internet recuperado de publicidadpixel.com

Se trata de una campaña sobre la sexualidad “No hay vuelta de hoja” para promocionar sus propuestas la ONG contrato una agencia de Diseño “Blue Mercadotecnia” quienes desarrollaron un producto publicitario BTL afuera de algunas instituciones educativas y centros comerciales. La idea consistía en sensibilizar al público objetivo mediante jóvenes que utilizaban carteles ambulantes que daban la apariencia de un cuerpo desnudo que simula estar cubierto solo con dos hojas al estilo de Adan y Eva.

El propósito era que las personas arranquen una hoja y escaneen el código QR en tal sentido accedan a la información en la red haciendo hincapié en que no se puede evitar hablar de sexo pero es necesario para llevar una vida planificada y evitar los embarazos no deseados, este ejemplo no es sobre reciclaje pero sirve en el presente proyecto ya que sería bueno como estrategia utilizar la idea del cartel ambulante mediante un personaje en caricatura sensibilizar a los usuarios del parque Cachipamba.

Análisis BTL # 2 como se observa la elaboración del BTL de esta campaña utiliza la imagen como estrategia el código visual “metáfora visual” es el acto de relacionar algo por otros semejantes simulando una función, son más llamativos o ayudan a comunicar una idea, es decir interactúa con los usuarios y su característica es identificativa que demuestran el producto publicitario en este caso sería la hoja, el mensaje con el público objetivo, utiliza imágenes y textos estructurados que transmiten la información clara.

Inspección BTL # 2 puede ser dibujado directamente o una impresión posee más de lo que aparentan ideas y sensaciones de las que muestran las imágenes en el presente proyecto se usan ilustraciones y dibujos que imparten más sobre el concepto de reciclaje que se transmite por canales no convencionales como un cartel ambulante. Antes de aplicarse estas ideas se deben haber desarrollado una inspección área sobre la cual se aplicó el producto publicitario o BTL.

En conclusión para que sea BTL debe estar aplicado en una superficie, área, o forma ya existente en el medio donde se aplicarán las estrategias; la simplicidad y uniformidad permiten que sea el mensaje claro o simplemente entendible transmitido por canales no convencionales.

GRÁFICO N. 4 Ejemplo de BTL #3



Fuente: Internet recuperado de publicidadpixel.com

Análisis BTL # 3 como se visualiza la elaboración BTL de la botella utiliza la imagen como estrategia el código visual es la composición de la forma utilizando envases reciclados algo por otros semejantes simulando una función, son impactantes comunican una idea, es decir una botella grande basado en la composición según su funcionalidad usando identificativos que demuestran el producto publicitario en este caso sería la imagen que se ve desde lejos mediante elementos gráficos se complementa la idea y el mensaje con el público objetivo, utiliza imágenes que transmiten la información clara.

Inspección BTL # 3 puede ser aplicado mediante impresión o pintura, transmite por un canal que no es convencional se denota una composición hecha con reciclaje. Antes de aplicarse estas ideas se deben haber desarrollado el levantamiento fotográfico, área, superficie u objeto ya existente sobre el cual se aplicó el producto publicitario. El concepto del presente ejemplo no trata sobre reciclaje pero sirve de guía para conocer el canal y los materiales con los que se podría utilizar en la propuesta de los BTL's aplicados con relación al reciclaje.

En conclusión, la composición de los elementos gráficos en un espacio complementa la acción del BTL la simplicidad y uniformidad permiten que sea el mensaje claro o simplemente entendible. Para elaborar una estrategia publicitaria más efectiva, es esencial saber qué es lo que se quiere transmitir, los elementos y de qué manera llega la información, su efectividad se conocerá el cumplimiento de sus objetivos trazados.

GRÁFICO N. 5 Ejemplo de BTL #4



Fuente: Internet recuperado de publicidadpixel.com

Se trata de una campaña sobre la educación ambiental que sensibiliza, concientiza y motiva por ayudar al medio ambiente. Su composición denota la realidad de una persona que pide ayuda en la calle cuyo mensaje es “La naturaleza necesita nuestra ayuda” transmite mucho y significa diferentes puntos de vista en cada persona pero todos enfocados en el cuidado al medio ambiente.

Análisis BTL # 4 como se aprecia en el siguiente BTL sobre una campaña ambiental que pone en escena una forma humana con textura natural utiliza como estrategia el código visual que vendría a ser el significante, son impactantes comunican una idea, es decir posee características naturales en la composición según su funcionalidad, usando identificativos que demuestra, transmite el mensaje y los elementos gráficos que se utilizan para reforzar la idea.

Inspección BTL # 4 su estructura o soporte con textura de césped en el presente proyecto se usa el método parecido pero con elementos gráficos en la gran mayoría de BTL´s. Antes de aplicarse la idea se deben haber desarrollado el levantamiento fotográfico para saber el sitio exacto o de mayor apreciación para una correcta ubicación.

Conclusión, la composición del escenario fue fundamental para consolidar el producto publicitario o BTL la simplicidad y uniformidad permiten que sea el mensaje claro o simplemente entendible. Para elaborar una estrategia publicitaria de estas características es esencial saber qué es lo que se quiere transmitir, los elementos y de qué manera llega la información, su efectividad se conocerá con el cumplimiento de sus objetivos trazados.

8. PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS

¿Cómo la escasa información visual sobre educación ambiental incide en la acumulación de basura ocasionando la inadecuada recolección de residuos sólidos urbanos en el parque Cachipamba del cantón Saquisilí en el periodo 2016 – 2017?

TABLA N. 3 Matriz de descriptores

| MATRIZ DE DESCRIPTORES | | | |
|---|---|--|--|
| OBJETIVOS ESPECÍFICOS | PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN | INFORMANTES CLAVE (fuentes de información) | TÉCNICA E INSTRUMENTO A UTILIZAR |
| 1. Recopilar información sobre BTL's, reciclaje de residuos sólidos además el levantamiento fotográfico del parque. | <p>¿Qué estrategias de publicidad se han implementado en el Ecuador o en otros países, sobre educación ambiental en casos similares al problema planteado?</p> <p>¿Cuáles son los conceptos claves sobre BTL'S y reciclaje de residuos sólidos?</p> | <p>Proyectos de investigación (tesis, tesinas, monografías).</p> <p>Información en medios de comunicación (documentales, noticias, artículos periodísticos).</p> <p>Libros, artículos científicos.</p> | <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas.</p> <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas.</p> <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas.</p> |
| 2. Determinar la estrategia publicitaria que permita sensibilizar | ¿En qué sectores estratégicos del parque Cachipamba se ubicarán los BTL's? | Departamento de Planificación del Municipio del cantón Saquisilí. | Entrevista. Cuestionario. |

| | | | |
|---|---|--|---|
| <p>a la comunidad a través de un BTL sobre la cultura del reciclaje.</p> | <p>¿Cuál es el mensaje visual de sensibilización alrededor del cual se van a desarrollar los BTL's?</p> | <p>Los usuarios del parque Cachipamba.</p> <p>Libros sobre metodología de la investigación proyectual en diseño.</p> | <p>Encuestas. Cuestionario.</p> <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas.</p> <p>Metodología proyectual (Bruno Munari).</p> |
| <p>3. Elaborar un producto publicitario BTL, aplicado con relación al reciclaje que sea funcional y creativo.</p> | <p>¿Cuál es el material idóneo para elaborar los BTL's?</p> <p>¿Cuáles son las características ecológicas, creativas y funcionales que tendrán los BTL's?</p> | <p>Bibliografía especializada sobre materiales reciclados sólidos.</p> <p>Los usuarios del parque Cachipamba.</p> <p>Bibliografía especializada en ergonomía y función de objetos.</p> | <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas. Técnica proyectual (Bruno Munari).</p> <p>Encuestas. Cuestionario.</p> <p>Recolección de información documental. Fichas bibliográficas. Técnica proyectual (Bruno Munari).</p> |

9. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL

Tipos de investigación:

Investigación Bibliográfica

Se llevó a cabo una investigación bibliográfica en libros, artículos científicos, documentos, archivo para determinar las teorías básicas sobre las que está fundamentada esta investigación, así como determinar el estado de conocimiento sobre el tema Diseño de BTL's aplicado con relación al reciclaje; la investigación documental permitió ahondar en el conocimiento con relación al reciclaje de residuos sólidos.

Investigación de campo:

Es el contacto directo con el ambiente natural (parque ecológico Cachipamba) y usuarios (Beneficiarios directos) sobre quienes se realizó el estudio en cuestión. Para investigar el contacto directo con el objeto de estudio, con el fin de recopilar los datos e información necesaria; además será posteriormente analizada y verificada, en búsqueda de respuestas, conclusiones e incluso de la planificación de nuevos estudios.

Metodología del Diseño:

Bruno Munari: Como lo menciona el autor en la metodología proyectual, el proceso para el desarrollo de la misma por medio de diez etapas que son: definición del problema, elementos del problema, Recopilación de datos, Análisis de datos, Creatividad, Materiales, Experimentación, Modelos, Verificación y Solución. Este tipo de investigación permite ir directamente al ámbito donde se desarrolla o produce el fenómeno; en este caso me dirigí al parque Cachipamba con el fin de hacer una aproximación de tipo exploratoria; donde se busca explicar y describir los elementos o diagnóstico que se puede observar a simple vista sobre la problemática. Se buscó algún tipo de patrón que ayudó a su estudio a realizar predicciones con respecto al comportamiento del objeto de estudio; la metodología es necesaria para organizar el tiempo y el procedimiento para el desarrollo de la propuesta.

Enfoque Cualitativo:

Permite conocer y analizar las diversas formas que existen para el diseño de BTL's aplicado con relación al reciclaje de residuos sólidos, tomando en cuenta el marco teórico de este proyecto mediante descriptores se puede analizar e interpretar aquellos conceptos los cuales deben ser conocidos durante el desarrollo de esta investigación.

Técnicas

La observación

Dentro de la investigación se utilizará esta técnica de acuerdo con objetivo de estudio el cual está vinculado al método de trabajo. Se observó para conocer la situación actual del problema, el instrumento que se utilizó "ficha de observación" se recopiló información de los sitios donde es notoria la acumulación de residuos sólidos; esto se hizo para establecer dónde y cómo aplicar las estrategias de sensibilización en el parque Cachipamba.

La entrevista

Es el proceso de comunicación interpersonal que se mantuvo; entre el investigador y (entrevistado) el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas directamente sobre la problemática o interrogantes a resolver; este proceso indaga información más completa sobre el tema. Gracias a este proceso se pudo explicar el propósito del estudio y especificar la información.

Enfoque cuantitativo:

Porque la información a obtenerse se la representará numéricamente, mediante tablas, fórmulas, y porcentajes recolectados en el transcurso de la investigación, lo que facilitará el análisis poblacional, como también de los recursos económicos que serán necesarios para la realización de este proyecto; posterior a esto ayudará también al correcto establecimiento de conclusiones y recomendaciones al término de la investigación.

Técnicas: La encuesta

Esta técnica ayudará a recopilar información por medio de un cuestionario dirigido a la población que se tomó como muestra; preguntas que serán preparadas cuidadosamente para

saber los hechos y aspectos que son de interés para la investigación las cuales serán validadas por el tutor de tesis.

Instrumento: el cuestionario

Ubicado en anexos

10. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS:

Resultados de la aplicación de la técnica de observación

Ficha de Observación

Se realizó un banco de preguntas para ser expuestas ante la muestra que se obtuvo anteriormente, en la cual pueden existir errores por parte de los encuestados al momento de responder a las interrogantes, para lo cual se debe mejorar esos errores con anterioridad, enlistando preguntas que sean claras y precisas para así poder obtener los mejores resultados de nuestra investigación en documento de las encuestas está ubicada en anexos.

TABLA N. 4 Ficha de observación

| Tema: Levantamiento fotográfico Lugar: Parque Ecológico Cachipamba “Saquisilí” Fecha: 28/12/2016 Situación: Presencia de residuos solidos Elaborado por: Fabián Rivera | |
|--|--|
| Observación | Comentarios |
| <p>Recorrido de observación en el parque ecológico Cachipamba donde se pudo constatar la escasa información sobre la educación ambiental.</p> <p>La presencia de residuos sólidos en el parque es evidente aunque el sitio cuenta con tachos recolectores de basura.</p> <p>Los residuos plásticos son más</p> | <p>Presencia de residuos sólidos</p> <p>Falta de mantenimiento en los basureros.</p> <p>La cultura de las personas es una de las causas por las que se observa la presencia de residuos sólidos en el parque.</p> <p>La escasa información sobre donde se debe depositar los residuos sólidos en</p> |

| | |
|---|--|
| frecuentes de manera especial en la laguna, área de juegos y otros. | este caso plásticos, se debe desarrollar una estrategia que incentive a los usuarios sobre el correcto manejo de los desechos en el parque Cachipamba. |
|---|--|

Elaborado por: Fabián Rivera

La técnica de observación

Resultados de las entrevistas (análisis e interpretación)

TABLA N. 5 Análisis e interpretación de entrevistas

| | |
|---|---|
| <p style="text-align: center;">Entrevista dirigida al Lic.</p> <p>Juan Alomoto alcalde del cantón Saquisilí.</p> <p>Análisis: Definitivamente, como autoridades somos conscientes de la presencia de residuos sólidos en el parque Cachipamba, La presencia de basura es ocasionada por los usuarios ya que el parque si cuenta con un número considerable de basureros, Esta situación afecta a las personas que hacen uso de las pistas, los deportistas por ejemplo esto causa cierto inconveniente y da una mala imagen pero trabajamos en eso, Estoy totalmente de acuerdo que se realice una publicidad BTL sobre el reciclaje de residuos sólidos en el parque Cachipamba. Es bueno saber que existen ideas para sensibilizar a la ciudadanía sobre la reciclaje.</p> | <p>Interpretación: Por la información y los datos recolectados interpreto que dicen las autoridades que son conscientes de la presencia de residuos sólidos en el parque, también mencionó que la basura es ocasionada por usuarios aunque existan suficientes basureros eso quiere decir que es necesario aplicar una estrategia de sensibilización, además mencionó que el problema de la basura afecta a las personas que practican deporte o ejercicios, dijo que estaría de acuerdo que se aplique publicidad BTL con relación al reciclaje de residuos sólidos, también resaltó la importancia de las ideas creativas que se podrían utilizar para llegar con un mensaje de sensibilización hacia los usuarios del parque.</p> |
|---|---|

| | |
|--|---|
| <p>Entrevista dirigida al Ing. José Calvopiña Director de planificación y obras públicas del cantón Saquisilí.</p> <p>Análisis:</p> <p>Es evidente la presencia de residuos sólidos pero por más que se dé el mantenimiento necesario las personas son las que ocasionan este problema y no cuidan el parque, Tal vez por desconocimiento de la existencia de los basureros eso puede generar el inconveniente pero más que nada es la falta de cultura en las personas que arrojan residuos sólidos en el parque, Desde mi punto de vista esto afecta no solo a las personas que utilizan el parque de manera deportiva o recreativa también genera una mala imagen para el cantón, Claro que estaría de acuerdo que se aplique publicidad creativa sobre reciclaje esto ayudaría a sensibilizar a la ciudadanía, estoy de acuerdo que una publicidad BTL sería idónea para llegar con el mensaje. Como acotación o sugerencia creo que impactaría mucho si se aplicara frases grandes que generen impacto.</p> | <p>Interpretación:</p> <p>Según la interpretación el problema de la presencia de residuos sólidos es evidente en el parque Cachipamba menciono que las autoridades trabajan para darle el mantenimiento necesario pero si no se tiene la colaboración de los usuarios no se acabara el problema ; la falta de cultura es la causa de la problemática, más que afectar a los usuarios menciona que esto da mala imagen, además dijo que estaría de acuerdo que se aplique publicidad BTL que sensibilicen a la ciudadanía, la publicidad creativa es necesaria para generar mayor impacto para llegar con el mensaje, Como aportación constructiva dijo que sería bueno utilizar frases con relación al reciclaje que impacten y sean llamativos.</p> |
|--|---|

Fuente: Entrevista dirigida al actual alcalde del cantón Saquisilí Lic. Juan Alomoto y al Ing. José Calvopiña Director de Planificación y Obras Publicas del mismo cantón.

Elaborado por: Fabián Rivera

Resultados de las encuestas (análisis e interpretación)

La presente técnica formula preguntas de manera escrita mediante un cuestionario, mismas que permitieron responder a los moradores y usuarios del parque Cachipamba cantón Saquisilí. El desarrollo del cuestionario o test hizo posible aplicar ésta técnica, se tuvo contacto de manera directa y exacta con la población en tal sentido los datos son acertados.

Muestreo Aleatorio Estratificado

Todos los individuos de la población podrían formar parte de la muestra, de tal manera es el muestreo que se empleó en la investigación sectorizada o específica en su público objetivo.

Para la presente investigación se tomó como población o universo a los usuarios del parque Cachipamba ubicado entre “Barrio Centro y Unión Panamericana” del cantón Saquisilí; total 100 encuestados, del lunes 02 de enero al viernes 05 de enero del 2017.

Se tomó como universo o población a los moradores de los barrios Centro (1400) y Unión Panamericano (900) sabiendo que el número de pobladores total del sector Cachipamba es de 2300 habitantes, de manera aleatoria en 23 personas se aplicó la fórmula.

n/N

$n= 2300$

$N= 23$

$N=2300/23$

$N= 100$ personas quienes representarán al 0,1% del total de habitantes del sector Cachipamba.

Se obtuvo como resultado final que 100 habitantes y usuarios del parque Cachipamba, representan al 1% del total de habitantes.

Debido a que el tema en estudio es una investigación descriptiva los resultados se tabularon, procesaron y representaron mediante tablas y gráficos.

Población

TABLA N. 6 Ficha de encuestas

| GRUPO | MUESTRA |
|---|---------|
| Moradores de los barrio Centro y Unión Panamericano | 100 |
| Usuarios del parque Cachipamba | 100 |
| Autoridades y personal administrativo | 5 |

Elaborado por: Fabián Rivera

Muestra

Siendo nuestra población igual o superior a 100 datos, para obtener la muestra se aplica la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Z^2 \alpha * e^2}{N(1 - \alpha)}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población.

α = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Muestra de la población de habitantes de sector Cachipamba.

$$N = 100$$

$$\alpha = 0.05$$

$$Z = 1.96$$

$$E = 0.05$$

$$n = ?$$

Aplicar fórmula

$$n = \frac{N \cdot \alpha \cdot Z^2}{E^2 \cdot (N - 1) + \alpha \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{100 \cdot 0.05 \cdot 1.96^2}{0.05^2 \cdot (100 - 1) + 0.05 \cdot 1.96^2}$$

$$n = \frac{25 \cdot 3.84}{0.2475 + 0.196}$$

$$n = \frac{96}{1.20}$$

$$n = 79.16$$

$$n = 79$$

Muestra= 79

Muestra de la población de usuarios del parque Cachipamba

$$N = 100$$

$$\alpha = 0.05$$

$$Z= 1.96$$

$$E= 0.05$$

$$n= ?$$

Aplicar fórmula

$$n = \frac{N \alpha \cdot Z^2}{\alpha \cdot (n - 1) + \alpha \cdot n}$$

$$n = \frac{100 \cdot 0.5 \cdot 1.96^2}{0.05 \cdot (100 - 1) + 0.5 \cdot 1.96^2}$$

$$n = \frac{25 \cdot 3.84}{0.2475 + 0.96}$$

$$n = \frac{95}{1.20}$$

$$n = 79.16$$

$$n = 79$$

Muestra= 79

Mediante la interpretación de las dos muestras nos da como resultado final que se debe aplicara un total de 158 encuestas a los moradores y usuarios del parque Cachipamba.

Resultados de las encuestas (análisis e interpretación)

Para la recolección de datos se aplica la encuesta a los usuarios y moradores del Parque Cachipamba del cantón Saquisilí.

1.- ¿Asiste con frecuencia al parque Cachipamba?

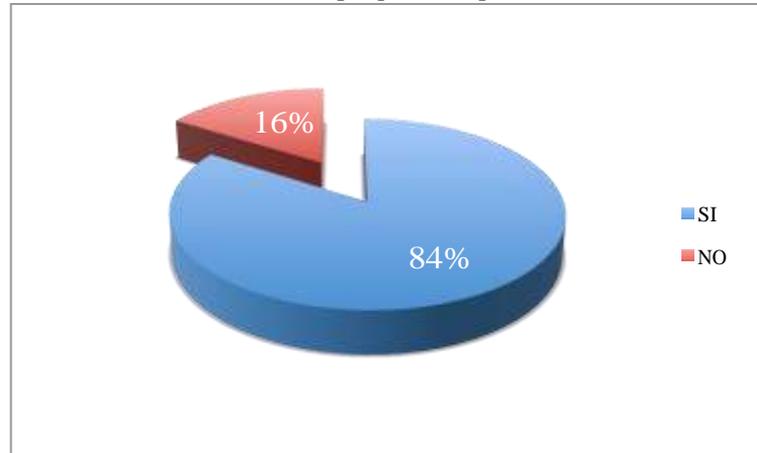
TABLA N. 7 Frecuencia de visita

| OPCIONES | FRECUENCIA (ENCUESTADOS) | PORCENTAJE |
|----------|-----------------------------|------------|
| SI | 84 | 84% |
| NO | 16 | 16% |

| | | |
|--------------|------------|-------------|
| TOTAL | 100 | 100% |
|--------------|------------|-------------|

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 6 Asistencia al parque Cachipamba



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

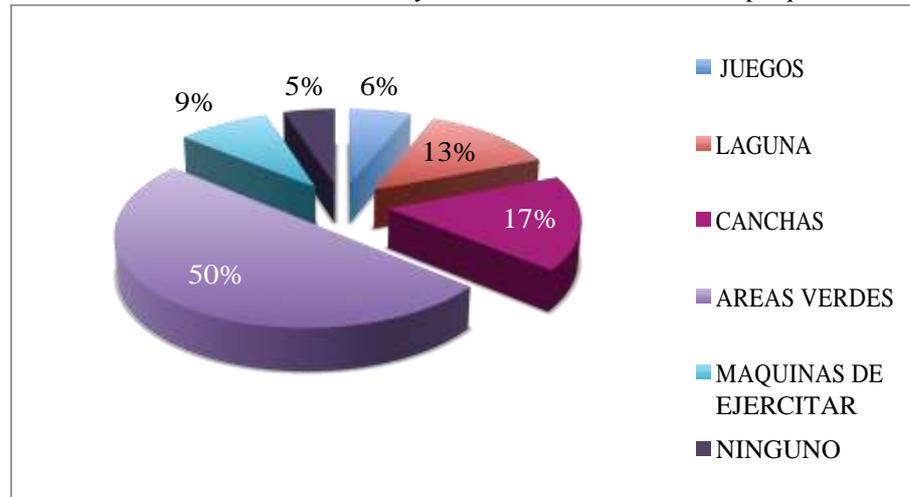
La siguiente tabla y gráfico muestran las personas y el porcentaje de asistencia al parque Cachipamba; demostrando así que el 16% que corresponde a 16 encuestados no asisten con frecuencia al parque mientras que el 84% correspondiente a los 84 casos asisten y hacen uso del mismo. Según el análisis se pudo determinar que la mayoría de personas encuestadas asisten y prefieren utilizar el parque, por tratarse de un lugar público que se puede hacer uso de todas sus áreas como son: juegos, laguna, áreas verdes, canchas u otros; por lo mismo al existir mayor afluencia de usuarios es evidente la presencia de residuos sólidos en el parque.

¿Selecciones una opción cuál es el sector o área que prefiere ocupar en el parque?

TABLA N. 8 Sector o área con mayor afluencia de usuarios en el parque

| OPCIONES | FRECUENCIAS (ENCUESTADOS) | PORCENTAJES |
|-----------------------|----------------------------------|--------------------|
| JUEGOS | 6 | 6% |
| LAGUNA | 13 | 13% |
| CANCHAS | 17 | 17% |
| AREAS VERDES | 50 | 50% |
| MAQUINAS DE EJERCITAR | 9 | 9% |
| NINGUNO | 5 | 5% |
| TOTAL | 100 | 100 % |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 7 Sector o área con mayor afluencia de usuarios en el parque

Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La tabla y gráfico detalla el sector o área con más afluencia de personas en el parque; de los 100 casos que corresponde al 100% solo el 5% equivalente a 5 personas que no hacen uso del parque, mientras tanto el 50% que equivale a 50 encuestados utilizan las áreas verdes, las canchas en un 17% son 17 personas, la laguna 13%, las máquinas de ejercitarse en un 9% mientras que el 6% de las personas encuestadas hacen uso de los juegos recreativos. De conclusión la mitad de los encuestas hacen uso de los espacios verdes, mediante las encuestas se conoció que las personas que asisten con frecuencia al parque son jóvenes quienes prefieren utilizar las áreas verdes para su distracción.

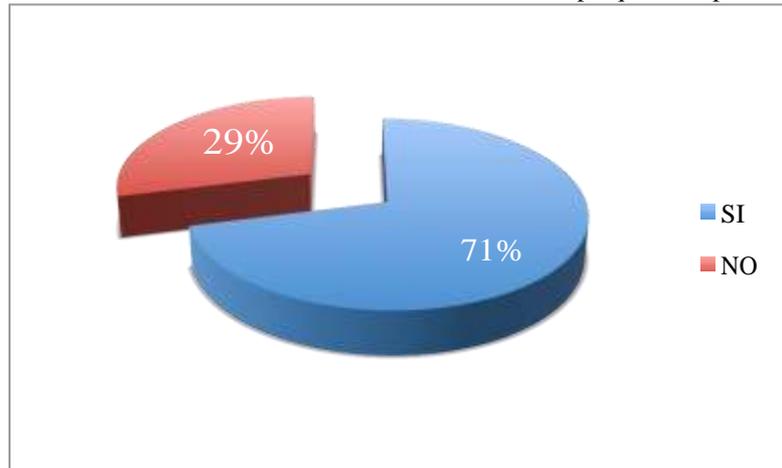
¿Ha visto desechos sólidos en algún lugar del parque Cachipamba?

TABLA N. 9 Presencia de desechos sólidos en el parque cachipamba

| OPCIONES | FRECUENCIA (ENCUESTADOS) | PORCENTAJE |
|----------|-----------------------------|------------|
| SI | 71 | 71% |
| NO | 29 | 29% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 8 Presencia de desechos sólidos en el parque cachipamba



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

El 29% equivale a 29 encuestados dice que no existe la presencia de residuos sólidos en el parque Cachipamba, en cambio el 71% es decir 71 personas consideran que sí existen residuos en el parque, en conclusión la mayoría afirman que existe la presencia de desechos sólidos en el parque, y una de las causas podría ser la escasa información sobre educación ambiental y señalética, para que se transmita un mensaje que sensibilice o concientice a los usuarios.

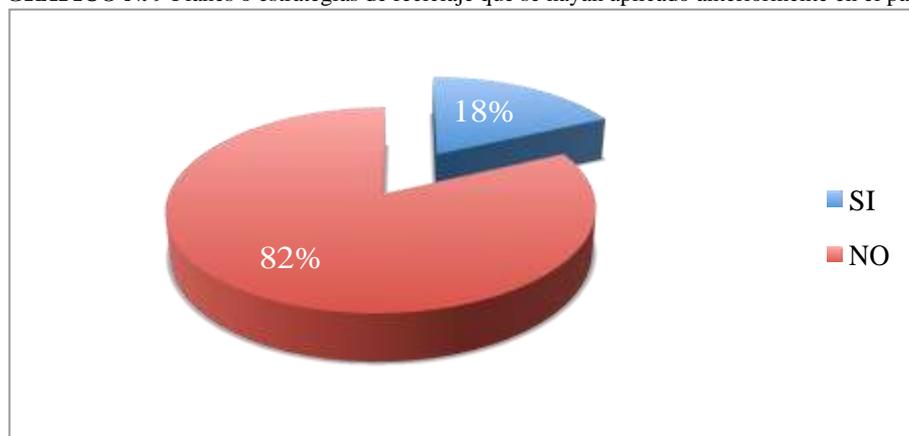
¿Ha tenido conocimiento de algún plan o estrategia sobre reciclaje que se haya aplicado en el parque Cachipamba?

TABLA N. 10 Planes o estrategias de reciclaje que se hayan aplicado anteriormente en el parque

| OPCIONES | FRECUENCIA (ENCUESTADOS) | PORCENTAJE |
|----------|-----------------------------|------------|
| SI | 18 | 18% |
| NO | 82 | 82% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 9 Planes o estrategias de reciclaje que se hayan aplicado anteriormente en el parque



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La siguiente tabla y gráfico puntualiza que la gran mayoría de encuestados no tiene conocimiento de planes o estrategia gráfica sobre reciclaje que se hayan aplicado en el parque; el mismo que equivale al 82% que concierne a 82 personas y el otro 18% es decir 18 encuestados manifestaron lo contrario. En conclusión la gran mayoría de usuarios dicen no tener conocimiento de algún plan o estrategia de sensibilización con relación al reciclaje que se haya aplicado en el parque Cachipamba. Las autoridades de la localidad deben tener muy en cuenta que para llegar a las personas es necesario elaborar planes y estrategias que sensibilicen y concienticen a los usuarios, el diseño gráfico comunica de una forma gráfica mediante el desarrollo de productos publicitarios enfocados en la educación ambiental a través del reciclaje.

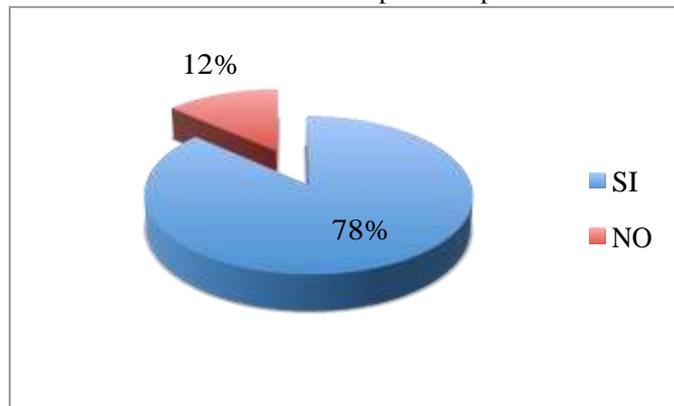
¿Estaría de acuerdo que se realice un producto publicitario o BTL para sensibilizar a la ciudadanía sobre reciclaje de desechos sólidos en el parque?

TABLA N. 11 Es necesario un producto publicitario

| OPCIONES | FRECUENCIA (ENCUESTADOS) | PORCENTAJE |
|----------|--------------------------|------------|
| SI | 78 | 78% |
| NO | 12 | 12% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 10 Es necesario un producto publicitario



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La tabla y gráfico a continuación dan a conocer que el 78% que equivale a 78 personas encuestadas consideran que es necesario realizar un proyecto de investigación que sensibilice a la ciudadanía sobre reciclaje. Mientras tanto el 12% que equivale a 12 personas no considera que es necesario realizar un proyecto de investigación sobre este tema. En conclusión la mayoría está de acuerdo con el presente proyecto, ante la escasa de información sobre educación ambiental y la presencia de desechos sólidos en el parque. Las personas son conscientes de la problemática y por ende creen que es factible el desarrollo de un producto publicitario que beneficie de manera directa a los usuarios del parque.

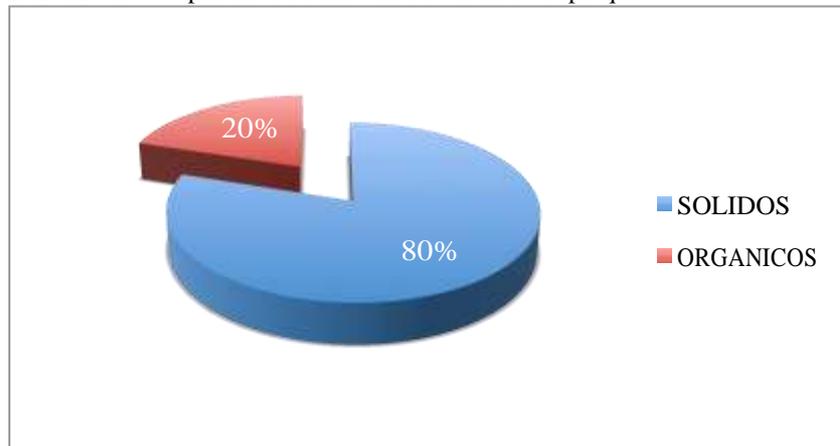
¿Qué tipos de residuos son más comunes en el parque?

TABLA N. 12 Tipos de residuos más comunes en el parque

| OPCIONES | FRECUENCIAS (ENCUESTADOS) | PORCENTAJE |
|-----------|------------------------------|------------|
| SOLIDOS | 80 | 80% |
| ORGANICOS | 20 | 20% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

Gráfico N. 11 Tipos de residuos más comunes en el parque



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

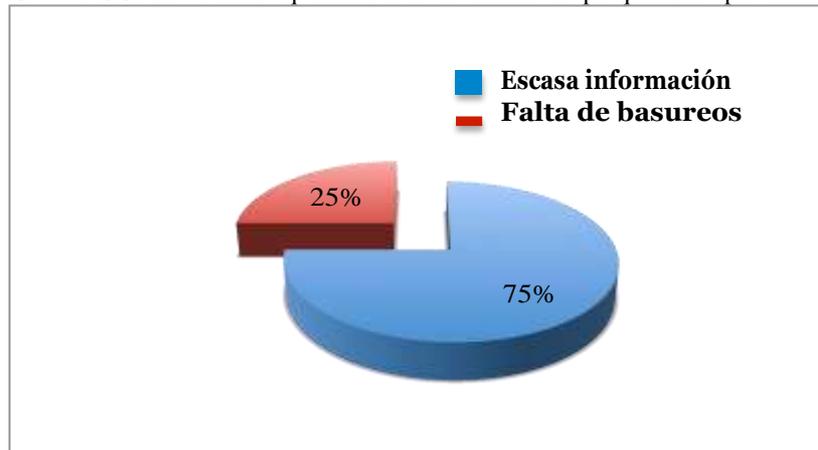
De un total del 100%, 80 personas el mismo que equivale a 80% está de acuerdo que los residuos sólidos son los más comunes en el parque y 20 personas que equivale al 20% de los encuestados afirman que existen residuos orgánicos. En conclusión los residuos sólidos son más comunes en el parque Cachipamba por tratarse de un lugar de recreación y esparcimiento, los usuarios consumen productos que generan residuos en su mayoría suelen ser sólidos por ejemplo: envases plásticos, fundas, envolturas y otros mientras que los residuos orgánicos son más frecuentes en los hogares.

7. ¿Cuál es el factor determinante para que los usuarios del parque Cachipamba arrojen la basura?

TABLA N. 13 Factor que ocasiona residuos en el parque Cachipamba

| OPCIONES | Frecuencia (Usuarios) | Porcentaje |
|--------------------|--------------------------|------------|
| ESCASA INFORMACIÓN | 75 | 75% |
| FALTA DE BASUREROS | 25 | 25% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 12 Factor que ocasiona residuos en el parque Cachipamba

Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

En la siguiente tabla y gráfico detalla que en el 75%, que equivale a 75 encuestados creen que el factor que ocasiona los residuos sólidos es la escasa información; en cambio en el 25% de los casos equivalente a 25 personas señalan que el factor que ocasiona los residuos sólidos en el parque es por la falta de basureros. En conclusión la mayoría está de acuerdo que existe una escasa ubicación, además de estrategias es la causas para que existan desechos en el parque, la falta de señalética y estrategias que sensibilicen a los usuarios, por medio de canales ATL o BTL bajo el concepto del reciclaje y enfocado en la educación ambiental.

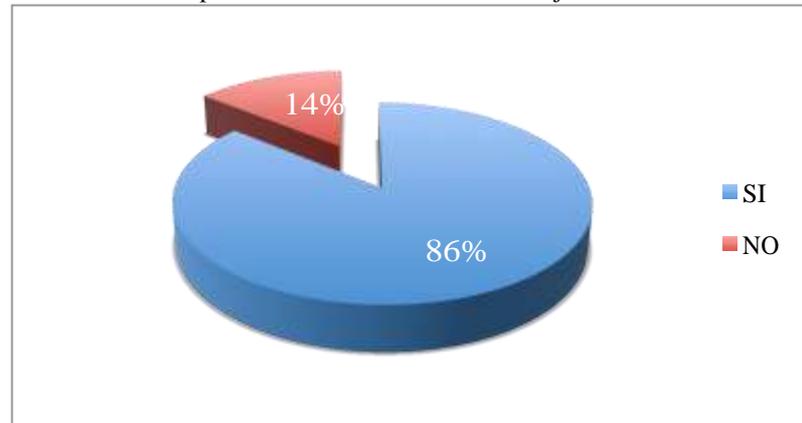
8. ¿Considera usted que el parque Cachipamba mejoraría su presentación si se realiza un producto publicitario sobre reciclaje de residuos sólidos?

TABLA N. 14 Implementar BTL relativo al reciclaje

| OPCIONES | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------|------------|------------|
| SI | 86 | 86% |
| NO | 14 | 14% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

Gráfico N. 13 Implementar BTL relativo al reciclaje



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

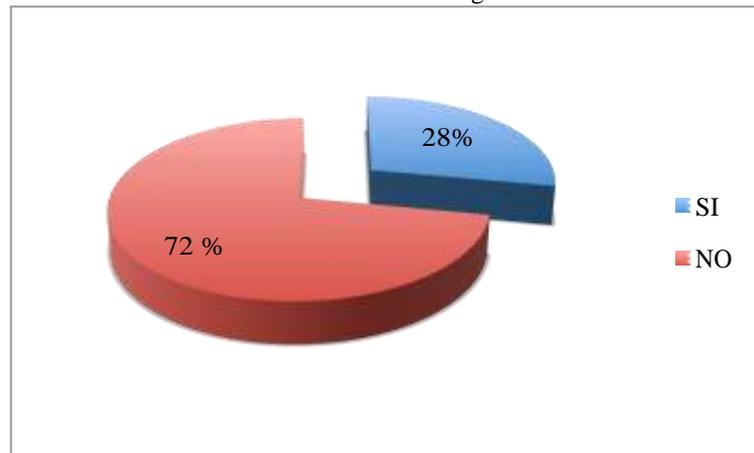
Según las cifras el 86% de encuestado que concierne a 86 personas señalaron que el parque Cachipamba mejoraría su presentación si se realiza un producto publicitario o BTL con relación al reciclaje, mientras que 14% considera que el parque no mejoraría su presentación. De conclusión se pudo evidenciar en las encuestadas que 86 personas es decir la mayoría consideran que es necesario implementar un producto publicitario o BTL en el parque Cachipamba como estrategia para sensibilizar a la ciudadanía sobre el correcto manejo de los residuos sólidos; la mayoría de respuestas concuerdan con la problemática existente y creen que es necesario su implementación en el parque.

9. ¿Usted conoce si en el parque existen elementos gráficos que comuniquen a los usuarios sobre reciclaje?

TABLA N. 15 Existencia de elementos gráficos

| OPCIONES | FRECUENCIA (Usuarios) | PORCENTAJE |
|--------------|--------------------------|------------|
| SI | 28 | 28% |
| NO | 72 | 72% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 14 Existencia de elementos gráficos

Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La siguiente tabla y gráfico muestran las personas y el porcentaje que aducen sobre la información existente en el parque ecológico Cachipamba; demostrando así que 28 % que corresponde a 28 encuestados afirman que si existen elementos gráfico mientras que 72% correspondiente a los 72 casos afirman una escasa información sobre reciclaje.

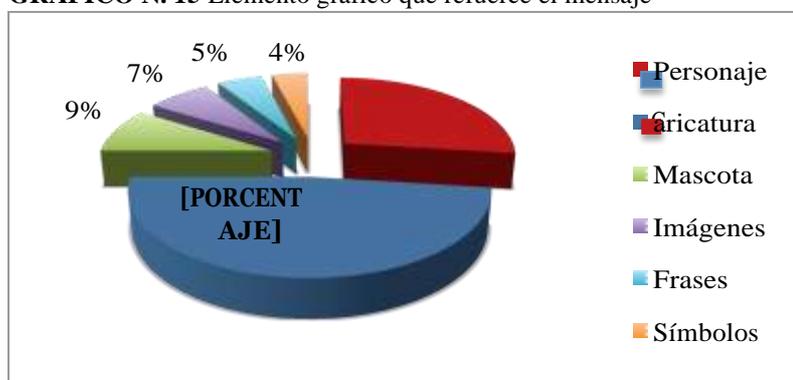
En conclusión la gran mayoría de usuarios señalaron que son escasos los elementos gráficos con relación al reciclaje en el parque Cachipamba. Las autoridades de la localidad deben tener muy en cuenta que para llegar a las personas es necesario contar con elementos gráficos que sensibilicen y concienticen a los usuarios.

10. ¿Seleccione una opción dentro del paréntesis según su criterio que elemento gráfico servirá para reforzar el mensaje sobre reciclaje en el parque Cachipamba?

TABLA N. 16 Elemento gráfico que refuerce el mensaje

| OPCIONES | FRECUENCIA (Usuarios) | PORCENTAJE |
|------------|--------------------------|------------|
| Personaje | 48 | 48% |
| Caricatura | 27 | 27% |
| Mascota | 9 | 9% |
| Imágenes | 7 | 7% |
| Frases | 5 | 5% |
| Símbolos | 4 | 4% |
| Total | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 15 Elemento gráfico que refuerce el mensaje

Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La siguiente tabla y gráfico muestran la selección del elemento principal y el porcentaje que muestra los resultados; demostrando así que el 48 % que corresponde a 48 encuestados seleccionaron “caricatura”, el 27% “personaje” que sería el 27% correspondiente a los 72 casos afirman una escasa información sobre reciclaje mientras que mascota 9%, imágenes 7%, frases 5%, símbolos 4 % entonces las opciones más votadas en esta pregunta son caricatura y personaje los cuales serán aplicados en la presente propuesta. En conclusión las mayoría de encuestados seleccionó la opción de caricatura y como segunda opción el personaje; para las personas una caricatura o personaje despiertan el interés y son fáciles de relacionarlos y reconocerlos según su función.

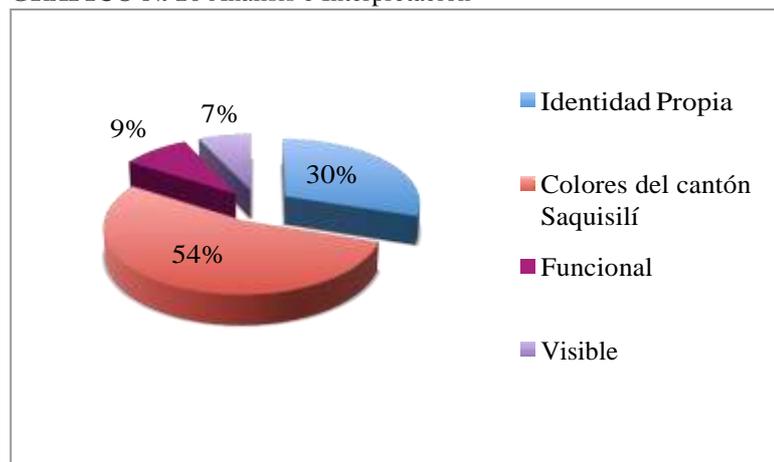
11. ¿Marque según su opinión una característica que deba tener el producto publicitario o BTL?

TABLA N. 17 Características del producto publicitario

| OPCIONES | FRECUENCIA (Encuestados) | PORCENTAJE |
|------------------------------|-----------------------------|------------|
| Identidad Propia | 30 | 30% |
| Colores del cantón Saquisilí | 54 | 54% |
| Funcional | 9 | 9% |
| Visible | 7 | 7% |
| Total | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 16 Análisis e Interpretación



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La siguiente tabla y gráfico muestran la selección de las características y el porcentaje que muestra los resultados; demostrando así que el 30 % que corresponde a 30 encuestados seleccionaron “identidad propia”, 54 personas el 54% de encuestados optaron por los “colores del cantón”, funcional el 9 % es decir 9 personas y visible un 7% que son 7 personas. En conclusión la mayoría de los usuarios seleccionaron como característica que deba tener el producto publicitario con los colores de Saquisilí, no es difícil demostrar o saber porque las personas eligieron esta opción la cual sería el sentido de pertinencia con los colores del cantón.

12. ¿Considera usted que el parque Cachipamba mejoraría su presentación si se realiza publicidad BTL con relación al reciclaje?

TABLA N. 18 La publicidad BTL mejoraría la imagen del parque

| OPCIONES | FRECUENCIA (Encuestados) | PORCENTAJE |
|----------|-----------------------------|------------|
| Si | 83 | 83% |
| No | 17 | 17% |
| Total | 100 | 100% |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 17 La publicidad BTL mejoraría la imagen del parque



Elaborado por: Fabián Rivera

Análisis e Interpretación

La siguiente tabla y gráfico muestran la selección del elemento principal y el porcentaje que muestra los resultados; demostrando así que el 83 % que corresponde a 83 encuestados seleccionaron “SI”, mientras que el 17 % correspondiente a los 17 personas seleccionaron que “NO”, se pudo evidenciar en las encuestadas que el 83% es decir la mayoría consideran que es necesario implementar un producto publicitario o BTL en el parque Cachipamba, de conclusión la mayoría señaló que mejoraría la imagen del parque si se realiza publicidad BTL aplicada con relación al reciclaje como estrategia comunicacional para sensibilizar a la ciudadanía sobre el correcto manejo de los residuos sólidos; la mayoría de respuesta concuerdan con la problemática existente y creen que es necesario su implementación en el parque.

Mediante la aplicación de los instrumentos se pudo saber la factibilidad de la propuesta con el público objetivo, para no repetir todos los resultados de las preguntas, se puede observar claramente mediante las tablas y gráficos la aceptación del proyecto la cual favorable.

12. IMPACTOS (TÉCNICOS, SOCIALES, AMBIENTALES O ECONÓMICOS)

DESARROLLO DE LA PROPUESTA

INTRODUCCIÓN

El cantón Saquisilí, ubicado a 13 km de la ciudad de Latacunga tiene una población total de 25320 habitantes, el parque Cachipamba está ubicado geográficamente a 5 manzanas del parque central La Concordia, el número de habitantes en la parroquia urbana es de 13.404 personas que corresponde al 52,94 % total de la población según cifras oficiales del INEC al 2014, los beneficiarios directos usuarios del sector.

Parque Cachipamba Saquisilí

Borja, (1983) describe al parque Cachipamba está ubicado hacia la parte sur a 482 metros de distancia del parque central de Saquisilí, Av. Saquisilí entre las calles Simón Bolívar, Quito y 5 de Junio posee una dimensión de 47711 m². nace por la necesidad de generar espacios para el esparcimiento y recreación de los habitantes de Saquisilí; el Concejo Provincial de Cotopaxi en el año de 1998 presenta un proyecto teniendo como recurso un espacio verde que era propiedad del municipio, que tuvo un proceso de construcción hasta el 2002, para luego entregar dicha competencia en manos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Saquisilí quien continuo con el equipamiento del parque en: áreas verdes, una cancha sintética, banquetas, la adecuación de una laguna artificial, juegos, área infantil, señalización, senderos adoquinados, iluminación nocturna, 5 canchas de fútbol, jardineras, baños, basureros y servicio de bar en el centro del parque.(p. 8-9)

En el sector sureste del parque Cachipamba está ubicado el monumento “al comerciante” de Saquisilí o conocido como “Mercachifles” mismo que promocionaba cintas, telas, espejos, peines y otros también se caracteriza por llevar una vara en sus manos que tenía la función de medir y a su vez servía de soporte al momento de descansar cuya vestimenta consiste en poncho de color azul, pantalón de tela, alpargatas, una vara, canasta y la característica de la región sierra el sombrero.(p. 8-9)

En sus inicios el parque fue un terreno baldío donde se realizaba cada verano la famosa competencia de cometas organizada por radio Latina 90.1 Fm, en la actualidad se ha

consolidado como un lugar de recreación y esparcimiento familiar para propios y extraños su temporalidad de acceso es de 365 días al año en el horario desde 06:00 am hasta 20:00 pm

“Proyectar es fácil cuando se sabe cómo hacerlo. Todo resulta fácil cuando se sabe lo que hay que hacer para llegar a la solución de un problema” (Munari B, 1983, p. 10)

Según Munari el método proyectual se forma por diez etapas o elementos, considerados los siguientes:

Problema

El problema a resolver es sensibilizar y concienciar a la ciudadanía y usuarios sobre la acumulación de residuos en el parque, área de juegos, laguna y lugares donde fue evidente la presencia de desechos sólidos. Se desarrolla un producto publicitario BTL “Below the line” que forma parte de una estrategia de comunicación por debajo de la línea sobre el correcto manejo de los residuos sólidos urbanos.

La escasa información sobre educación ambiental es uno de los factores para que los usuarios generen residuos que alteran la imagen y funcionamiento del medio ambiente, causa que genera el manejo inadecuado de los desperdicios que se producen en el parque, esta situación es incómoda para las personas que hacen uso del mismo.

¿Cómo un producto BTL que forma parte de una estrategia de comunicación sensibilizará a los usuarios sobre educación ambiental en el parque Cachipamba del cantón Saquisilí en el periodo 2016-2017?

Definición del problema

La escasa información sobre educación ambiental es uno de los factores para que los usuarios generen la presencia y concentración de residuos que alteran la estructura y funcionamiento del medio ambiente en el parque.

Elementos del problema

Se divide el problema en sus elementos de tal manera que se obtiene varios sub problemas. La solución del problema general depende de la estructuración creativa de la solución de esos sub problemas.

Objetivo General

- Elaborar un producto publicitario BTL, aplicado con relación al reciclaje que sea funcional y creativo.

Específicos

- Desarrollo de bocetos, ideas y tentativas de BTL's aplicado con relación al reciclaje.
- Realizar ilustraciones y desarrollo de los mensajes de sensibilización.
- Diseñar una propuesta tentativa de BTL's las áreas establecidas y el desarrollo de la identidad del producto publicitario.

Recopilación de información

El objetivo de este punto es recopilar información sobre BTL's y reciclaje de residuos sólidos. Qué estrategia de publicidad BTL se han implementado en el Ecuador o en otros países, en casos similares al problema planteado.

Durante la recopilación de datos se obtuvo información bibliográfica de libros, artículos científicos, tesis análogas u otros necesarios para la fundamentación teórica del proyecto de investigación además mediante el estudio general, análisis, inspección, investigación y observación se pudo fundamentar el tema, a través de un sistema de actividades y sistema de tareas.

Análisis de datos

Es necesario que antes de intentar pensar en la solución; documentarse es mejor. No tiene sentido estresarse pensando en la solución sin saber si será funcional o factible su desarrollo. Mediante el análisis y discusión de los resultados se obtuvo el resultado de la aplicación de las

técnicas, donde se asimilo que es factible el desarrollo del presente proyecto, información más detallada en el punto 11 del índice general.

Analizar todos los datos obtenidos durante la recopilación de información esto nos ayuda a recibir sugerencias sobre qué es lo que no hay que hacer; para proyectar óptimamente lo que se quiere decir.

Creatividad

La creatividad ocupa el lugar de la idea intuitiva es decir la idea es reemplazada por la creatividad y está se desarrolla de acuerdo con su método. La creatividad se sostiene en los límites del problema. La metodología proyectual de Bruno Munari puede proponer soluciones irrealizables por cuestiones técnicas, materiales o económicas.

Al tratarse de una investigación de campo y exploratoria las fotografías son necesarias para establecer o ubicar los BTL's de una manera creativa que llamen la atención, genere un impacto y por ende el mensaje sea decodificado. Con los objetos y áreas establecidas, se procedió a realizar la selección de fotos con las que se elaborarán los montajes de los BTL's relativos al reciclaje.

El análisis fotográfico es el proceso más importante donde se seleccionan todas las ideas que sirvieron para representar la composición de la imagen mediante formas simples, que den significado conciso, posteriormente se realiza el montaje, composición y ambientación; con ideas creativas.

Bocetos e ilustraciones de tentativas del personaje caricaturesco

Para esto se procede primero se desarrollan las ideas o tentativas de personajes mediante (bocetos burdos) con diversas características originales e ideas con rasgos de identidad de la localidad, este proceso fue difícil; después de una investigación se seleccionó personajes para el desarrollo de la propuesta.

Dentro de este punto se realiza primero una lluvia de ideas de entre las cuales se seleccionó tentativas sobre personajes caricaturistas cuyo nombre es "El Reciclante". Luego de la selección se procede con la vectorización o ilustración que vendría a ser lo mismo, el

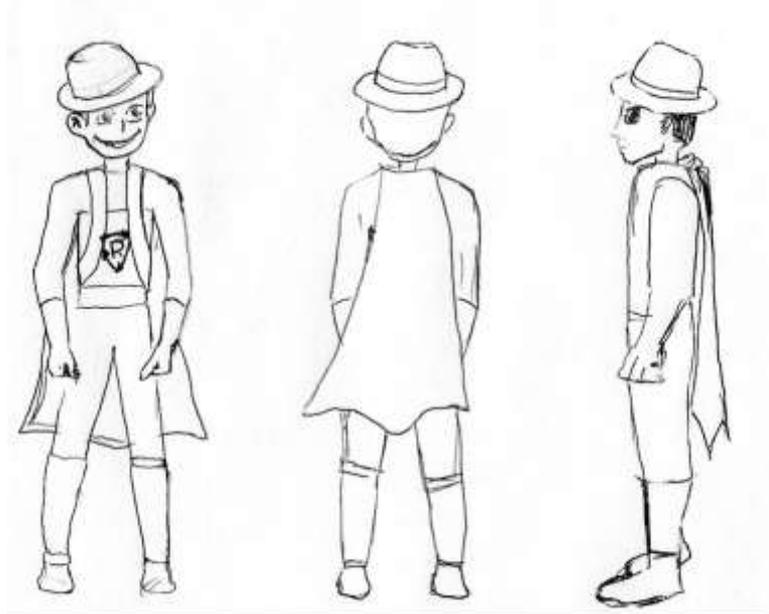
personaje posee como características los colores del cantón Saquisilí (verde y amarillo), el personaje caricaturista se trata de un súper héroe.

GRÁFICO N. 18 Bocetos del personaje principal #1



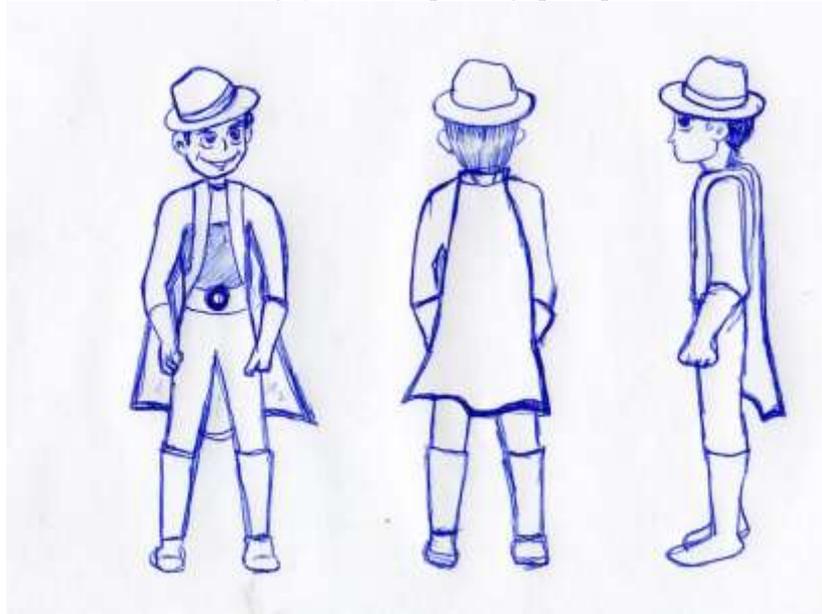
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 19 Bocetaje y vistas del personaje principal (lápiz)



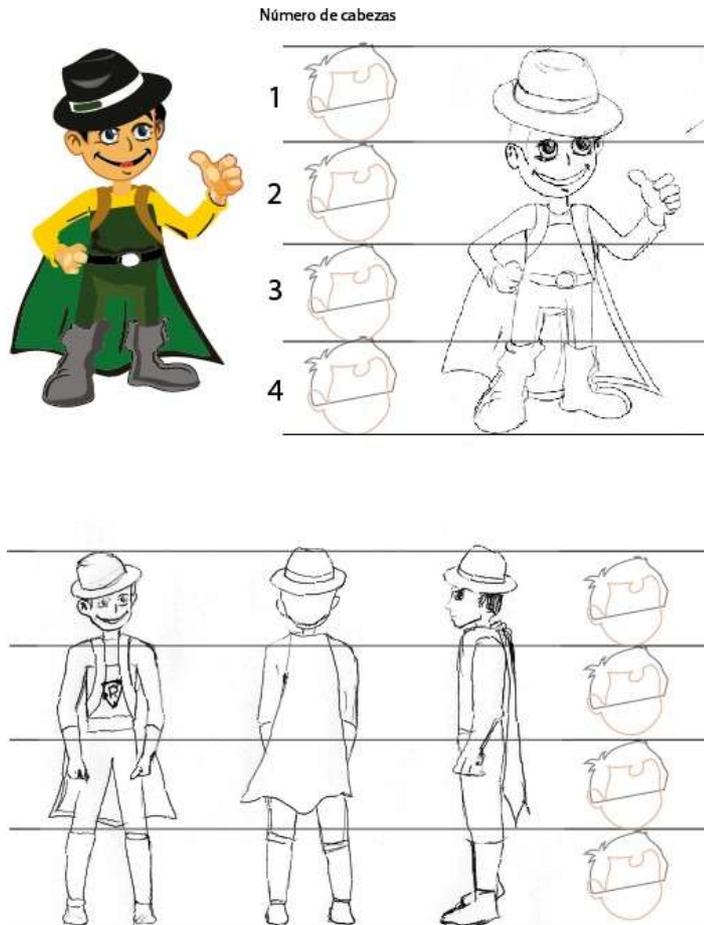
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 20 Bocetaje y vistas del personaje principal (esfero)



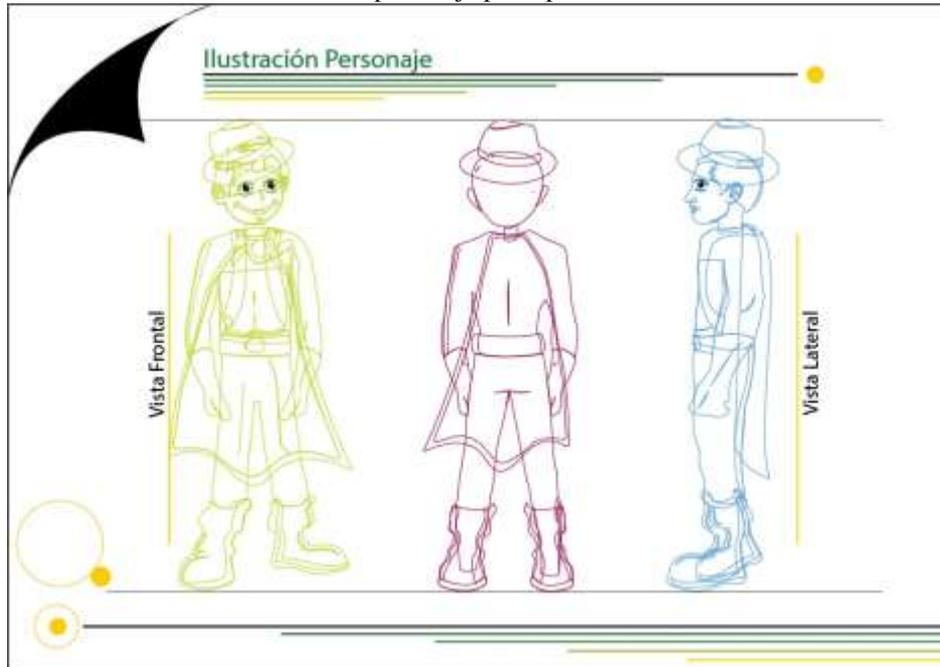
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 21 Número de cabezas



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 22 Líneas de trazo personaje principal



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 23 Ilustración (vistas) personaje principal



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 24 Ilustración (acción) personaje principal



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 25 Ilustración (acción) personaje principal

| Ficha técnica de personaje # 1 | |
|--------------------------------|---|
| Denominación / Nombre | PERSONAJE EL RECICLANTE |
| Personalidad | Al personaje se lo define como ayuda, respaldo y apoyo, al tratarse de un super héroe resalta el carisma del mismo y la interacción con el público posee características del "comerciante" y los colores del cantón Saquisilí |
| Dimensiones / Vestimenta | Tiene una estatura de 1.50 cm el cual tiene el sombrero característico del comerciante y su respectivo uniforme de super héroe con los colores del cantón |
| Edad | 20 años |
| Etnia | Este personaje se lo puede relacionar con una etnia mestiza |
| | |

Elaborado por: Fabián Rivera

Construcción y aplicación BTL

Uno de los más importantes puntos durante la elaboración de la idea es como proyectar la identidad visual, es decir la creación de una identidad facilita el reconocimiento que debe ser claro, fácil de interpretar y funcional con el público objetivo. Mediante el diseño de la identidad gráfica se utilizó principalmente elementos de fácil asimilación por el público.

La palabra reciclaje + el comerciante fueron unidas para formar el concepto que del nombre del personaje “El reciclante” es un nombre con características propias del cantón Saquisilí. Simbólicamente presenta elementos sencillos de formas estilizadas y fáciles de leer, etimológicamente el significado del símbolo se da con mayor énfasis en la palabra reciclar mientras que el término el comerciante le da un complemento convirtiéndolo en un nombre propio y original del cantón Saquisilí. La identidad de “el reciclante” nace de la unión de las palabras “reciclaje” y “el comerciante”.

Mediante la aplicación de los instrumentos se pudo saber la característica de nuestro producto, la mayoría de usuarios los cuales optaron por caricatura y personaje como segunda opción para reforzar la propuesta, si hablamos de caricaturas el concepto que se nos viene a la mente a la gran mayoría es la exageración de rasgos faciales en un personaje.

Si bien se encuentra como ejemplo de caricaturas, la técnica ridícula y grotesca en la mayoría de casos, no está definido el lenguaje caricaturesco como lo menciona Ernst Kris (2006) en su libro: *Psicoanálisis de los cómico* las características y cualidades de la caricatura son: La caricatura como recurso agresivo, la caricatura como exageración, la caricatura como retrato, la caricatura como moralidad, la caricatura como un reflejo popular e idiosincrásico, la caricatura como cultura y la caricatura en la publicidad (p. 34).

Para el presente proyecto se utilizó la caricatura como cultura esta característica reúne un sin número de acciones artísticas creadas para el personaje lo que lo diferencia y distingue, el diseñador puede agregarle complementos gráficos de tal manera sea funcional para su respectivo propósito. El método de utilizar un personaje caricaturesco como imagen visual ya que no contamina a la familia ni sus principios morales ni culturales, por el contrario los enriquece.

GRÁFICO N. 26 Medidas del personaje el reciclante

Elaborado por: Fabián Rivera

El nombre del personaje principal es “El reciclante” se lo tomó mediante una lluvia de ideas que conjuguen la personalidad con el producto el cual es más detallado en las fichas técnicas de cada personaje a continuación el desarrollo de cada uno de ellos.

GRÁFICO N. 27 Contenedores de reciclaje ilustrados

Fuente: Recuperado del internet

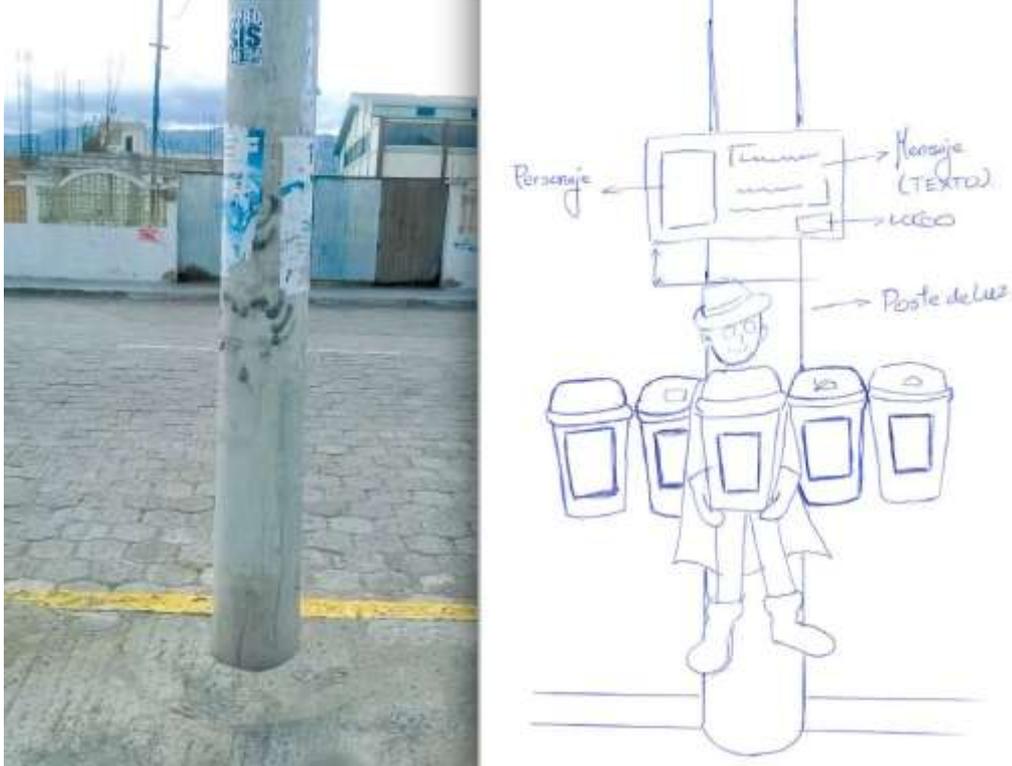
El desarrollo de ideas (dibujo proyectual) sirven para ubicar el producto publicitario en sectores estratégicos, este proceso fue difícil; después de un análisis riguroso se seleccionó las tentativas para el desarrollo de la propuesta.

La estrategia se basa en la elaboración de BTL's creativos como prioridad las fotografías para ubicar y desarrollar el producto publicitario o BTL: los códigos visuales y composiciones se los hizo mediante una lluvia de ideas que conjuguen la creatividad, funcionalidad que permiten formar un producto único en el mercado visual.

Aplicación de BTL's

1. BTL (PASO PEATONAL)

GRÁFICO N. 28 Fotografía y dibujo proyectual (paso peatonal)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. La composición gráfica del personaje “el reciclante” se desarrolló en base a un mensaje que despierta el interés de reciclar residuos sólidos urbanos en el parque Cachipamba.

Signos visuales. El personaje contiene elementos de fácil identificación, el cual establece una relación de similitud de acuerdo a la forma humana “antropomorfa” mediante la ubicación de los signos del reciclaje en los contenedores que comunica el mensaje.

Composición. La estructura y ubicación de los elementos están compuestos de: la señalética en la parte superior que permite transmitir la idea del reciclante, los tachos de recolección van colocados sobre una estructura metálica, que va sujeta a un poste de electricidad.

GRÁFICO N. 29 Tentativa final lateral (paso lateral)



Elaborado por: Fabián Rivera

2. BTL (TOTTEM)

GRÁFICO N. 30 Fotografía y dibujo proyectual (Tottem)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. El concepto gráfico del personaje es añadido visualmente al totem identificativo del parque, establece una relación de pregnancia, que permite recordar al usuario reconocer o identificar al personaje dentro del parque.

Signos visuales. El personaje forma parte de la composición mientras que el totem es un identificativo del parque que contiene datos referentes al lugar, el cual se encuentra funcionando con normalidad, conlleva el código visual anáfora mediante el cual simula utilizar el totem como un marcador para escribir el mensaje “Reciclar”.

La composición del BTL muestra al reciclante como un canal no convencional, el totem es utilizado como soporte, tapa de marcador denota la existencia de un marcador, el código visual simula utilizar el totem proyector del mensaje “Reciclar”. Los elementos situados en la zona izquierda complementan la composición y transmiten el mensaje del reciclaje.

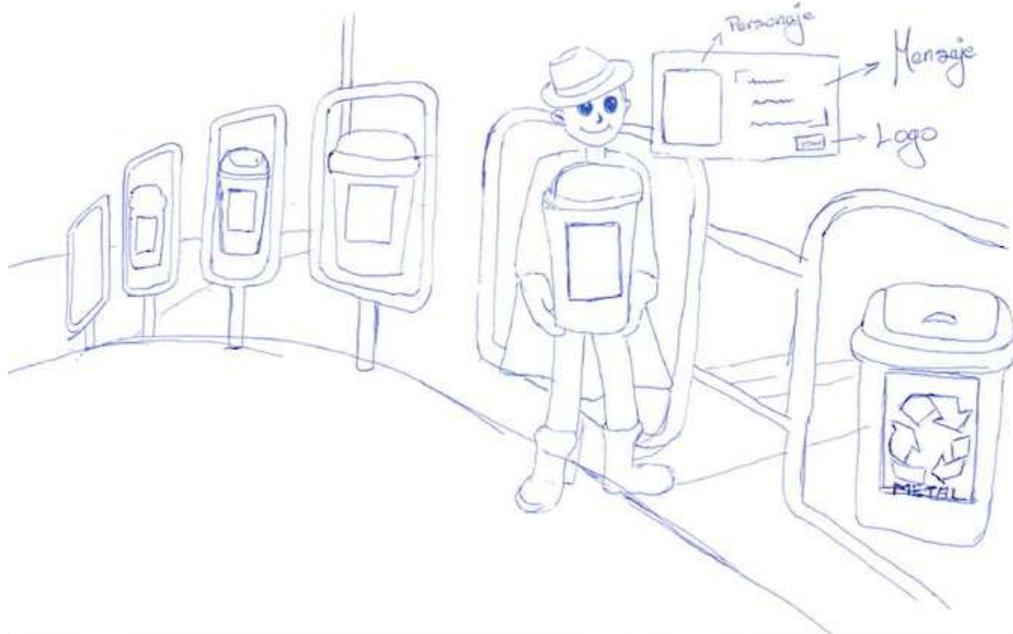
GRÁFICO N. 31 Tentativa final BTL (Tottem)



Elaborado por: Fabián Rivera

3. BTL (PUENTE)

GRÁFICO N. 32 Fotografía y dibujo proyectual (Puente)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. De acuerdo a su composición la idea es motivar a los usuarios a reciclar, para lo cual el personaje aparece en la parte interna del puente sosteniendo uno de los cinco contenedores que serán ubicados en esta área, por tratarse de un lugar visible y llamativo la idea cobra importancia en el espacio ubicado.

Signos visuales. El personaje “el reciclante” aparece como un elemento de fácil identificación y uniformidad con el proyecto, la forma geométrica del puente permite comunicar el símbolo del reciclaje en los contenedores de una manera secuencial y estratégica.

Composición. Los elementos utilizados dentro de la composición permiten estructurar el escenario BTL que cuenta con el reciclante, la señalética, los contenedores y soportes. Los elementos situados a la altura del personaje poseen equilibrio y dan una idea de perspectiva mientras transmite el mensaje por medio de la señalética.

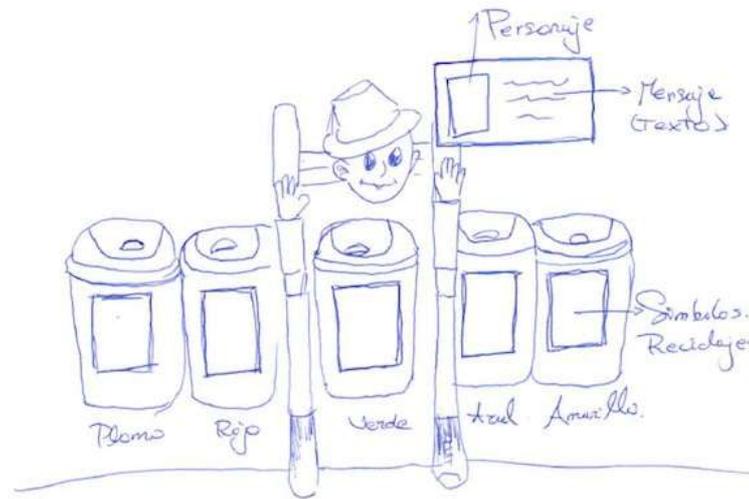
GRÁFICO N. 33 Tentativa final BTL (Puente)



Elaborado por: Fabián Rivera

4. BTL (TACHO RECOLECTOR)

GRÁFICO N. 34 Fotografía y dibujo proyectual (Tacho recolector)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. Mejorar el sistema de recolección de residuos de manera funcional y estética, donde aparece el personaje el cual forma parte de la estructura a la que se sujeta el BTL que mantendrá los cinco contenedores en la base del tacho, comunicando la clasificación del reciclaje de residuos sólidos urbanos en el parque.

Signos visuales. El personaje establece una relación de semejanza mediante la metáfora que relaciona a dos objetos, en este caso el personaje adapta su forma antropomórfica a las dimensiones y formas del soporte de los contenedores los cuales transmiten el símbolo del reciclaje.

Composición. El manejo de los elementos en el espacio permite estructurar una composición armónica, simple y funcional mediante la utilización del reciclante, contenedores y soportes.

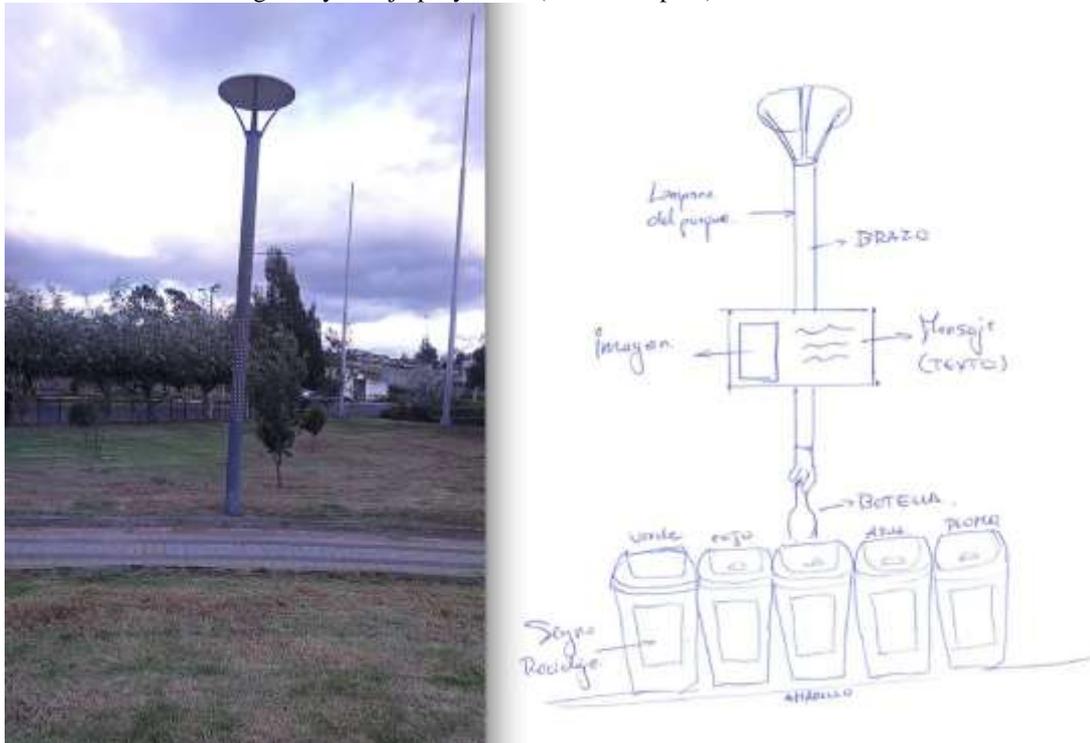
GRÁFICO N. 35 Tentativa final BTL (Tacho recolector)



Elaborado por: Fabián Rivera

5. BTL (lámpara)

GRÁFICO N. 36 Fotografía y dibujo proyectual (Poste/Lámpara)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. Se aplicó una composición mediante los códigos visuales metáfora mediante la repetición de los contenedores generando el interés por el reciclaje, mientras que la anáfora exagera uno de los elementos gráficos (brazo) utilizados para conseguir la atención de los usuarios al depositar una botella en uno de los tachos ubicados en esta área.

Signos visuales. La anáfora permite que el brazo denote la acción de depositar los residuos en los tachos, el mensaje que transmite la señalética significa algo para las personas que lo leen “es tiempo de reciclar” mientras que el símbolo del reciclaje refuerza la composición del BTL.

Composición. En la composición los elementos se situaron sobre la superficie de la lámpara del parque, transmite la acción de depositar los residuos sólidos en los tachos ubicados en el sector o área estratégica establecida mediante la utilización de contenedores, señalética y soportes.

GRÁFICO N. 37 Tentativa final BTL (Poste/lámpara)



Elaborado por: Fabián Rivera

6. BTL (caseta)

GRÁFICO N. 38 Fotografía y dibujo proyectual (Caseta)



Elaborado por: Fabián Rivera

Concepto. La idea es utilizar un elemento ya existente en el parque que no sea funcional (caseta), en tal sentido el personaje aparece como un motivador que sostiene uno de los tachos que forman parte de la composición.

Signos visuales. Los elementos gráficos utilizados en esta composición comunican el mensaje a los usuarios de una manera directa, la forma de la caseta permitió un acoplamiento adecuado del personaje con los elementos utilizados, de manera visible y transmite el mensaje del reciclaje mediante signos.

Composición. A través de la disposición de diversos elementos se formó una composición, funcional y comunicativa que adapta la forma antropométrica del personaje con el objeto a intervenir, para formar la idea se utilizó el personaje, contenedores, señalética y soportes, los elementos que se situaron dentro del área de composición refuerzan y transmite el mensaje del reciclaje a los usuarios del parque Cachipamba.

GRÁFICO N. 39 Tentativa final BTL (Caseta)



Elaborado por: Fabián Rivera

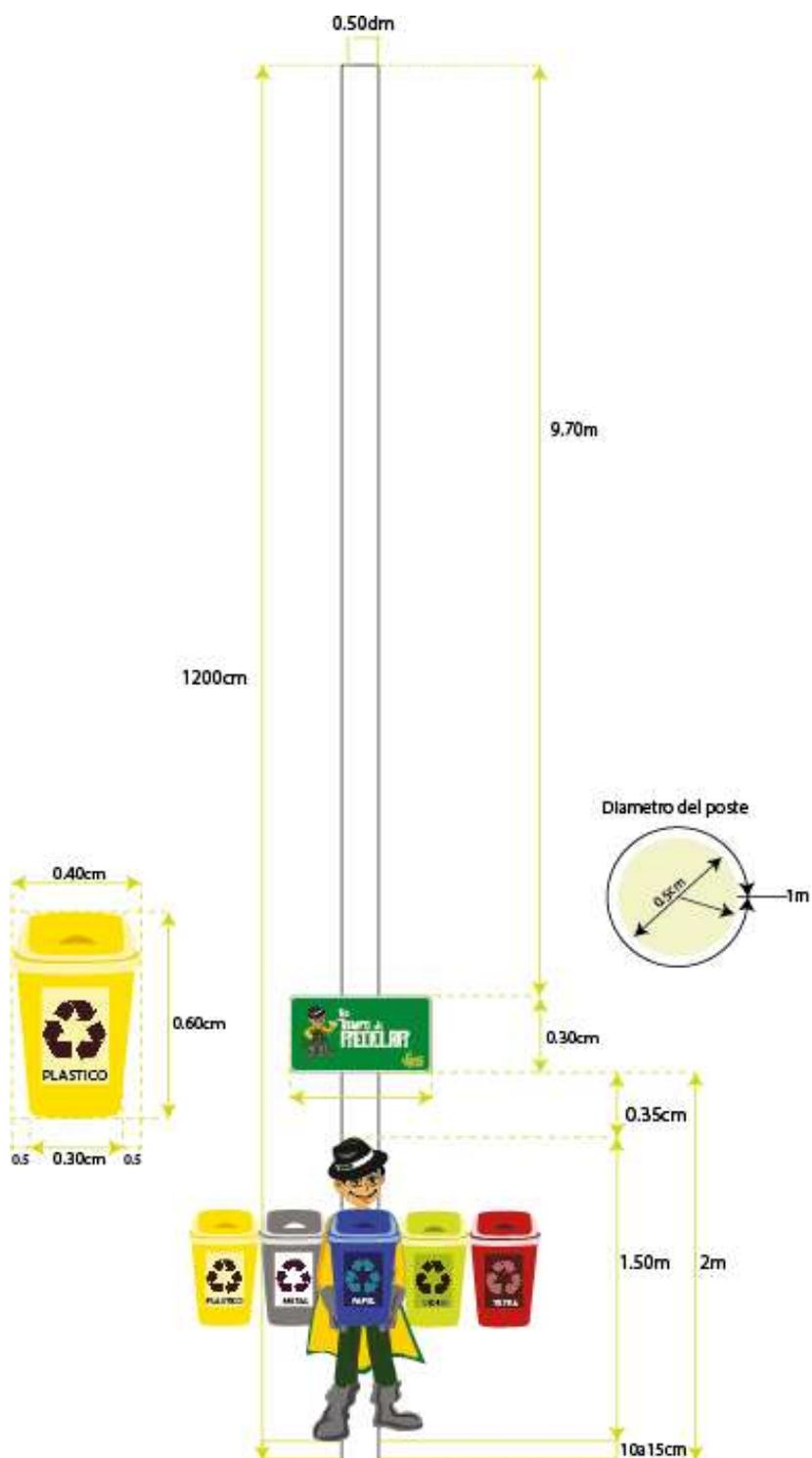
Color

Estos atributos se encargaron en dar volumen, dimensión, contexto gráfico, sensación, juventud, excelencia, optimismo, elegancia, paz, inmensidad, pasión, amor, educación y un valor característico que se fusiona con las formas casi geométricas de los objetos desarrollados; también el color se lo aplicó con valores planos, es decir colores puros.

Hay que tomar en cuenta una parte de este proyecto de investigación se lo desarrollo en el modo de color CMYK para medios impresos.

Medidas del producto publicitario BTL aplicado

GRÁFICO N. 40 Medidas poste de electricidad



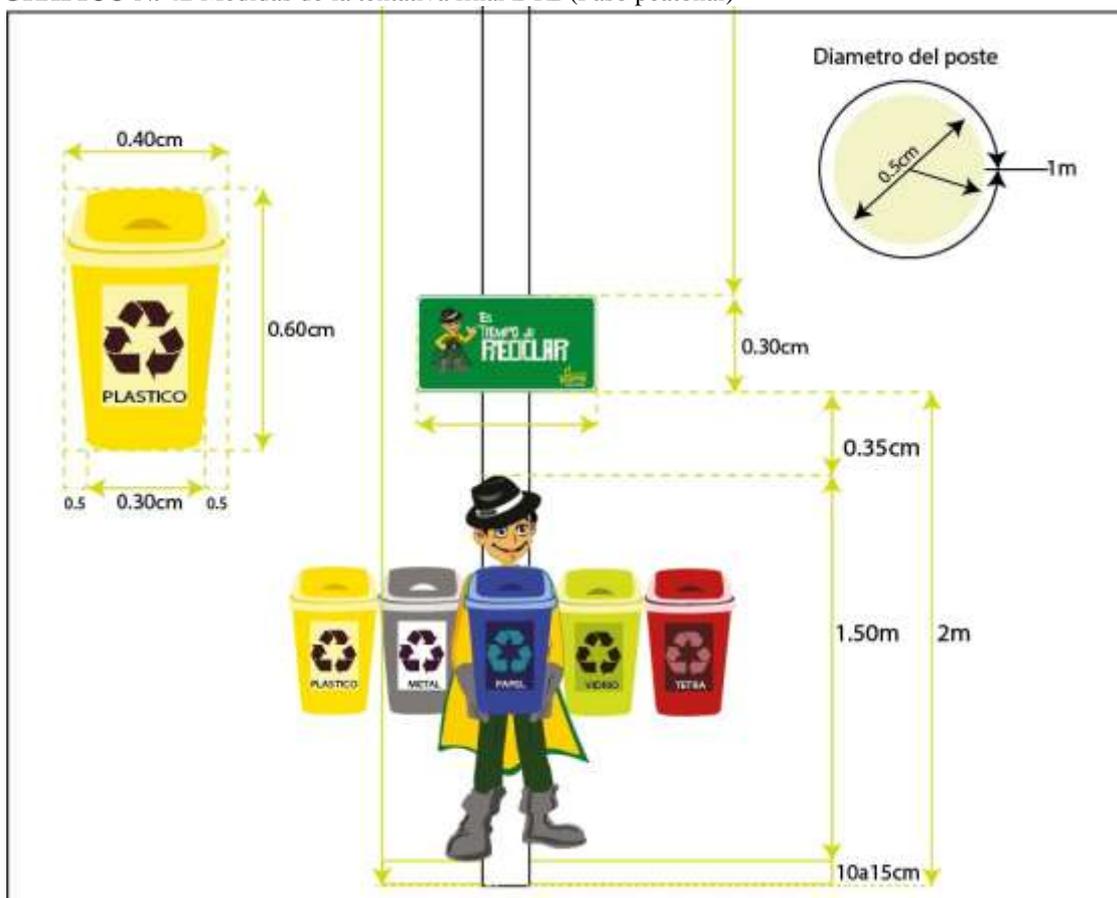
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 41 Medidas de la señalética



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 42 Medidas de la tentativa final BTL (Paso peatonal)



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 43 Despiece de la tentativa final BTL (Paso peatonal)



Elaborado por: Fabián Rivera

La marca

El reciclante es un producto publicitario, con características propias además mantiene contacto directo con los usuario del parque Cachipamba se utilizó la estrategia de comunicación visual que transmite por medio de canales no convencionales que sensibilizan al público objetivo o target para lo cual se realizó una identidad corporativa que contiene todo lo que expresamos a través de la marca.

Identidad del Producto

La identidad se la obtuvo mediante la investigación donde se asumió que “El comerciante, La virgen del Quinche, El danzante, San Juan Bautista y otros” son reconocidos en la localidad para la presente propuesta se utilizó solo uno de ellos este es el caso del “El comerciante” un representativo de Saquisilí.

Logotipo.- La marca del producto publicitario es (El Reciclante) procedente de la palabra “Reciclaje + El comerciante”, para lo cual se realizó una lluvia de ideas donde se optó por la identidad que se desarrolló en el presente proyecto. Cuyo nombre mantiene una característica propia y reconocida en el cantón Saquisilí.

Las aptitudes que posee la marca “El reciclante” son (apoyo, amistad y compromiso), una ayuda incondicional que transmite una pertenencia en el cantón además nunca abandona es una marca amiga del reciclaje y el compromiso con el medio en el que vivimos: conscientes de la importancia sobre reciclar.

Justificación de la construcción de la identidad

Uno de los más importantes puntos durante la elaboración de la idea es saber proyectar la identidad visual, es decir la creación de una identidad facilita el reconocimiento que debe ser claro, fácil de interpretar y funcional con el público objetivo. Mediante el diseño de las identidades gráficas se utilizó principalmente elementos de fácil interpretación por el público.

GRÁFICO N. 44 Logotipo

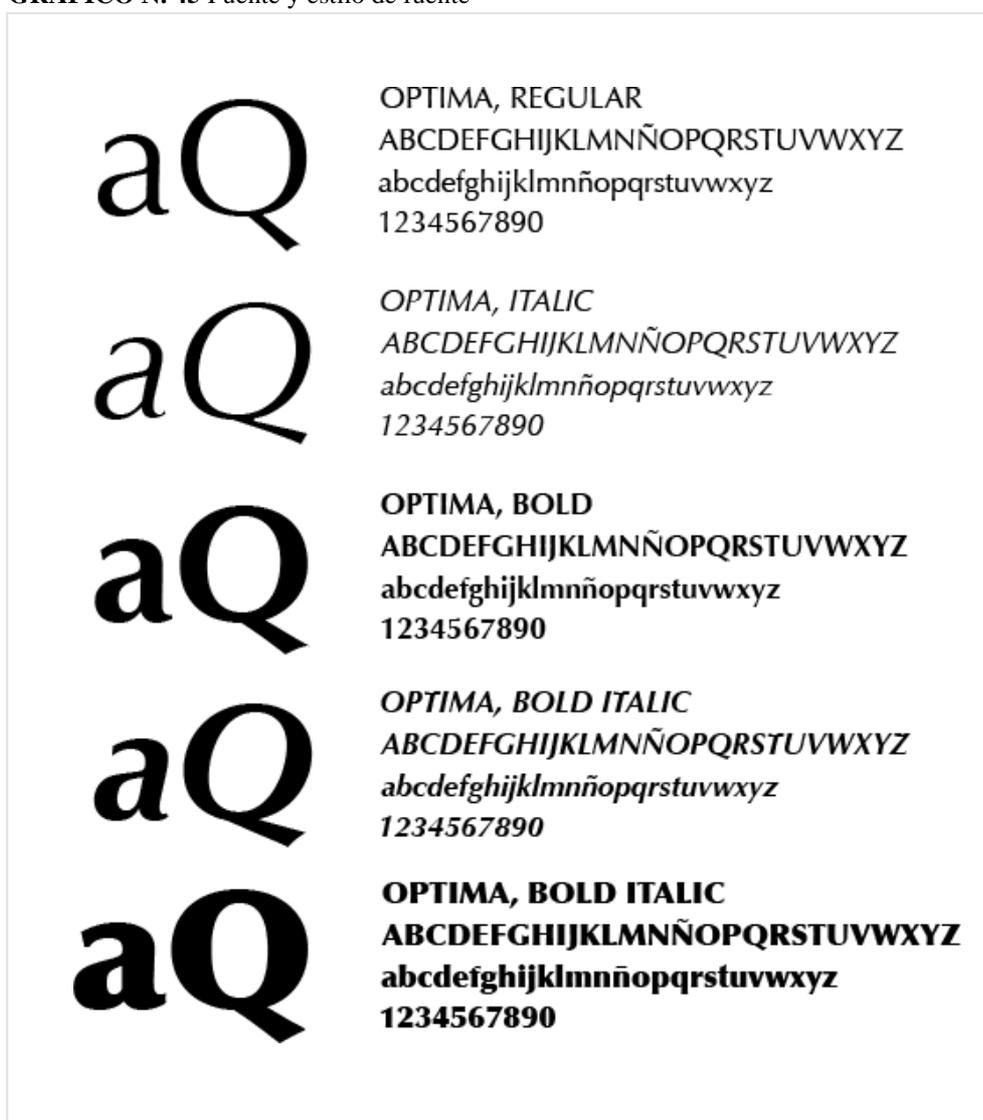


Elaborado por: Fabián Rivera

Tipografía principal y complementaria

La selección de la tipografía principal es Optima, Regular se la realizó por ser fácil de comprender, simple visualización e interpretación para el público objetivo, su construcción geométrica es sencilla y entendible, de preferencia se elige una sola familia tipográfica con sus Font style.

GRÁFICO N. 45 Fuente y estilo de fuente

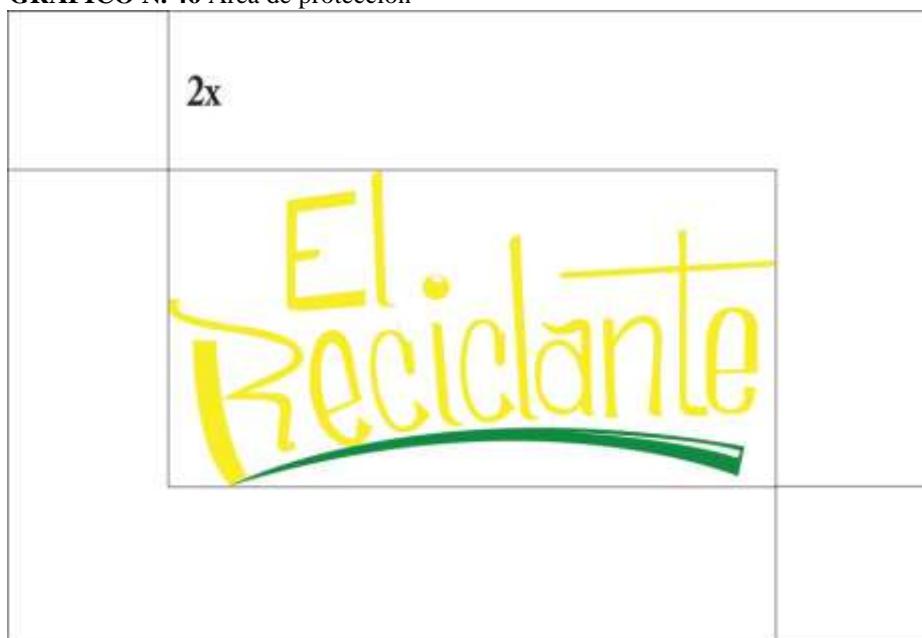


Elaborado por: Fabián Rivera

Presentación de la idea

Dentro de su construcción y aplicación del logotipo “el reciclante” se demarca el área de protección. El valor X fija la unidad de medida; de esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas. Mientras que el área de respeto queda determinada por la medida “X”. Se establece el área de protección entorno al logotipo, esta deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

GRÁFICO N. 46 Área de protección



Elaborado por: Fabián Rivera

Justificación de la cromática

Color: El color define la identidad y le da el valor de pertenencia al producto que sea comunicado en la sociedad. Los colores principales del logotipo es el amarillo y verde identificativos del cantón Saquisilí, ya que el presente proyecto se lo aplicó en el parque Cachipamba. Mientras que el blanco y el negro serán utilizados como fondo o de acuerdo a la superficie o soporte donde se aplique.

GRÁFICO N. 47 Cromática en RGB



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 48 Cromática en CMYK

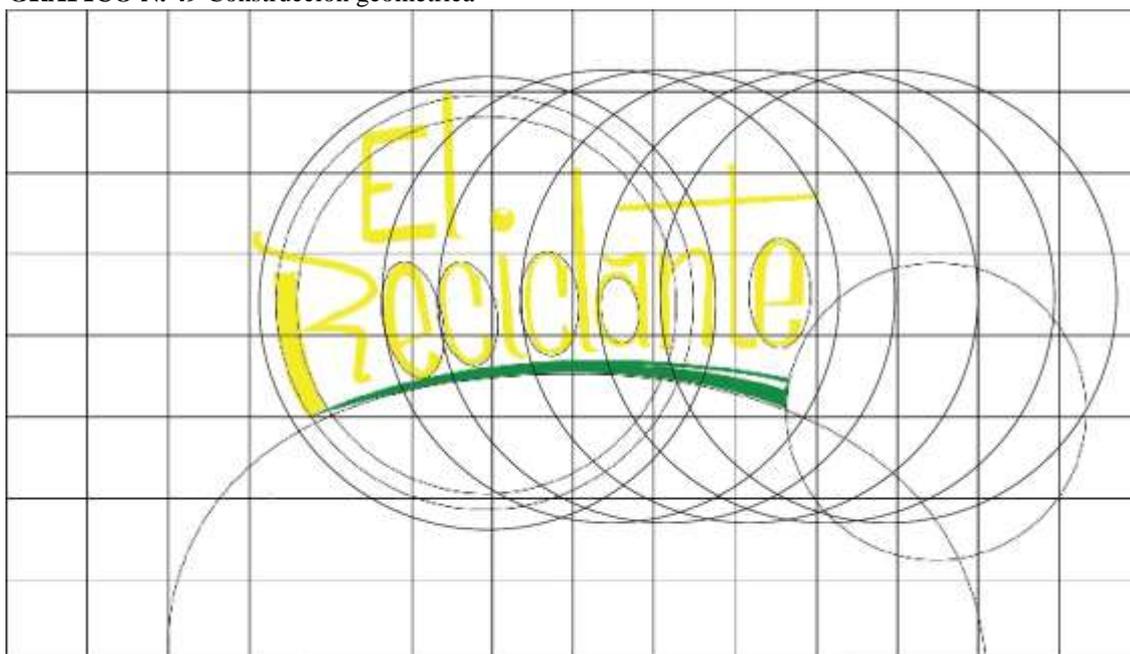


Elaborado por: Fabián Rivera

Construcción geométrica

Dentro de su construcción y aplicación del logotipo “EL RECICLANTE” sus proporciones son 7 x 4. El valor X fija la unidad de medida; de esta manera aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas. Mientras que el área de respeto queda determinada por la medida “X”.

GRÁFICO N. 49 Construcción geométrica



Elaborado por: Fabián Rivera

Soluciones del color

El color define la identidad del producto publicitario. En esta etapa se puede observar las variaciones del logotipo en escalas de grises que se pueden modificar según la necesidad, superficie u otros.

GRÁFICO N. 50 Soluciones de color



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 51 Escala de grises

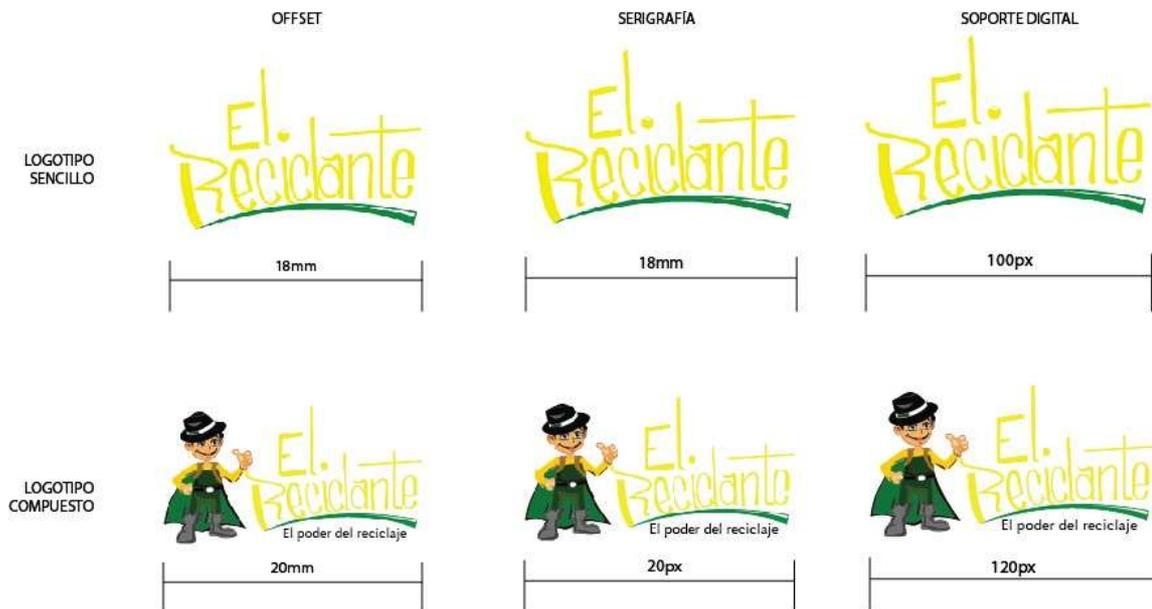


Elaborado por: Fabián Rivera

Tamaños

Todo logotipo debe someterse a la escala de reducción que establece el mínimo tamaño mediante este paso se puede saber si existe una correcta visibilidad de la identidad en escalas menores mientras que para el tamaño mayor no existe inconveniente alguno, el objetivo es saber las limitantes de la identidad cuando sea utilizado para impresión y escalado proporcionalmente.

GRÁFICO N. 52 Proporción de identidad



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 53 Proporción de identidad no correcta



Elaborado por: Fabián Rivera

Imagotipo

Es la unión de cualquiera de las tentativas del personaje con la identidad “El Reciclante”. La metáfora se considera una herramienta efectiva para el aprendizaje dirigida al sub consciente “Es tiempo de reciclar” un refrán es una metáfora cerrada mediante el canal visual.

GRÁFICO N. 54 Imagotipo el reciclante



Elaborado por: Fabián Rivera

Materiales – tecnologías.

Se trata del inventario de materiales y tecnologías con los que dispone en ese momento el diseñador para desarrollar el proyecto. Para el desarrollo del proceso de producción de nuestra propuesta es necesario contar con los hardware´s y software óptimos, en tal sentido se utilizó: Computador para ilustrar y realizar propuestas tentativas, cámara fotográfica, Disco duro, Flash Memory, y otros.

Mientras que los materiales para aplicar el producto son los siguientes:

TABLA N. 19 Tabla general de materiales

| Materiales para BTL´s | | | |
|--|--------------------|---|--|
| Tipos de materiales | Durabilidad | Valor del material en plancha (sin mano de obra) | Precio al público m2 con instalación + mano de obra |
| ORACAL (vinil) | 10 años | 45.00 | 60.00 |
| MACAL (vinil) | 8 años | 12.00 | 20.00 |
| LG (vinil) | 2 a 5 años | 45.00 | 10.00 |
| TOL GALVANIZADO | 20 a 25 años | 90.00 | 15.00 |
| ANGULO ACERO INOXIDABLE 6m 3/16x1.172pg | 20 a 25 años | 45.00 | 15.00 |
| TUBO ESTRUCTURAL CUADRADO GALVANIZADO EN ESPESORES DE | 20 a 25 años | 25.00 | 5.00 |

| | | | |
|---|---------|-----------|-----------|
| 1,5 A 3MM (6m) | | | |
| CONTENEDORES TACHOS RECICLADORES ECOLOGICOS 35Lts Dg 0.70CM X 0.40CM | 10 años | 25.00 c/u | 30.00 c/u |
| TORNILLOS, PERNOS, RODELAS Y TUERCAS | 10 años | 3.00 | 1.00c/u |

Elaborado por: Fabián Rivera

TABLA N. 20 Tabla de materiales y precio del BTL (Paso peatonal)

| Materiales para el BTL (Paso peatonal) | | | |
|---|--------------------|---|--|
| Tipos de materiales | Durabilidad | Valor del material en plancha (sin mano de obra) | Precio al público m2 con instalación + mano de obra |
| SEÑALÉTICA Y PERSONAJE ORACAL (vinil) | 10 años | 45.00 | 150.00 |
| TOL GALVANIZADO (SEÑALÉTICA Y SOPORTE DEL PERSONAJE) | 20 a 25 años | 90.00 | 70.00 |

| | | | |
|--|--------------|---------------------------|--|
| ANGULO ACERO INOXIDABLE 6m 3/16x1.172pg | 20 a 25 años | 45.00 | 70.00 |
| TUBO ESTRUCTURAL CUADRADO GALVANIZADO EN ESPEORES DE 1,5 A 3MM (6m) | 20 a 25 años | 25.00 | 10.00 |
| CONTENEDORES TACHOS RECICLADORES ECOLOGICOS 35Lts Dg 0.70CM X 0.40CM | 10 años | 30.00 c/u (5 unidades) | 150.00 |
| TORNILLOS, PERNOS, RODELAS Y TUERCAS | 10 años | 3.00 | 6.00 |
| Valor total= | | | \$ 456.00 BTL (Paso peatonal) |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 55 Medidas del poste de electricidad

| Postes de Hormigón Circulares Tipo "R" | | | | |
|--|-----------------------|------------|-----------------------------|------------------------|
| Para Líneas eléctricas y de telecomunicaciones, alumbrados,... | | | | |
| Se han señalado en color los postes "normalizados" por las Empresas Eléctricas | | | | |
| Para otras alturas, cargas de rotura (C.R.), consultar | | | | |
| Altura (metros) | Diámetro Φ (mm.) | | Carga de Rotura (C.R.; Kg.) | Peso orientativo (Kg.) |
| | Punta (Cima) A_0 | Base A_1 | | |
| 9 | 130 | 310 | 350 | 651 |
| 10 | | 330 | | 767 |
| 11 | | 350 | | 896 |
| 12 | | 370 | | 1.029 |
| 9 | 130 | 310 | 400 | 657 |
| 10 | | 330 | | 773 |
| 11 | | 350 | | 901 |
| 12 | | 370 | | 1.035 |
| 9 | 130 | 310 | 500 | 668 |
| 10 | | 330 | | 786 |
| 11 | | 350 | | 912 |
| 12 | | 370 | | 1.047 |
| 13 | | 390 | | 1.191 |
| 14 | | 410 | | 1.313 |

Fuente: Internet Empresa eléctrica

Experimentación.

En esta etapa como proyectista desarrolla una comprobación de los materiales y las técnicas necesarias para la elaboración de este proyecto.

Modelos.

Experimentar permite extraer muestras, informaciones, pruebas que pueden direccionar a la construcción de prototipos demostrativos tal vez con diferentes usos para los objetos. Los nuevos usos pueden generar la solución de los sub problemas por ende aportarán para la solución del problema global.

Verificación.

Etapa en la que el modelo o los modelos son sometidos a comprobación (las soluciones necesarias a veces suelen ser más de una). Se lo ubica o muestra en lugares estratégicos cuidadosamente seleccionados donde los usuarios emitirán sus criterios o juicios sinceros. En base a los resultados obtenidos por los juicios se realiza un control y análisis del modelo y ver si es factible modificarlo siempre que las recomendaciones sean proactivas y no reactivas.

12. SOLUCIÓN, FINALIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.

Un problema no se resuelve solo, pero tienes los elementos necesarios para su solución, como lo menciona Munari (1983), una equivocación te puede llevar a la solución y si un problema es difícil de resolver desfragmentarlos en sub problemas para su tentativa de solución.

11. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

Costos directos

TABLA N. 21 Medidas del poste de electricidad

| DETALLES | CANTIDAD | VALOR UNITARIO | VALOR (DÓLARES) |
|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------|
| INTERNET | 100 HORAS | \$ 1,00 | \$ 100 |
| PEN DRIVE | 2 PEN DRIVES | \$15 | \$ 30 |
| DISEÑO BTL | 75 HORAS DE DISEÑO | \$ 8,00 | \$ 600 |
| CARPETAS | 10 CARPETAS | \$ 0.40 | \$ 4.00 |
| PAPEL BOND | 4 RESMAS | \$ 24.00 | \$ 96.00 |
| CÁMARA DIGITAL | 1 NIKON D 90 | \$ 500 | \$ 500 |
| IMPRESIONES | 500 COLOR, B/N | \$ 0.08 | \$ 40.00 |
| COPIAS | 200 COPIAS | \$ 0.05 | \$ 10.00 |
| ANILLADOS | 8 ANILLADOS | \$ 1.50 | \$ 12.00 |
| TOTAL | | | \$ 1392.00 |

Elaborado por: Fabián Rivera

Costos indirectos

TABLA N. 22 Costos Indirectos

| DETALLE | VALOR |
|--------------|--------|
| TRANSPORTE | \$ 150 |
| ALIMENTACIÓN | \$ 150 |
| TOTAL | \$ 300 |

Elaborado por: Fabián Rivera

Presupuesto general

TABLA N. 23 Presupuesto general

| DETALLE | VALOR (DÓLARES) |
|---------------------------------|------------------------|
| COSTOS DIRECTOS | \$ 1392.00 |
| COSTOS INDIRECTOS | \$ 300 |
| SUBTOTAL | \$ 1692.00 |
| 10% OTROS GASTOS | \$ 203.04 |
| COSTO TOTAL DEL PROYECTO | \$ 1895.04 |

Elaborado por: Fabián Rivera

El financiamiento de los costos directos, indirectos e imprevistos se solventara por el investigador.

14. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES:

- Mediante el diseño de BTL's aplicados con relación al reciclaje de residuos sólidos se busca sensibilizar y concienciar a los usuarios del parque Cachipamba.
- A través de la recopilación de la información sobre BTL's y reciclaje de residuos sólidos se establece la fundamentación teórica del proyecto.
- Mediante la determinación de la estrategia de comunicación se establece los lugares donde se ubicaron los BTL's que transmiten el mensaje de sensibilización a los usuarios del parque.
- Se elabora un producto publicitario o BTL con relación al reciclaje de residuos sólidos con característica: funcional, forma y tecnología.

RECOMENDACIONES:

Como aporte sería bueno reforzar las estrategias de comunicación mediante un personaje real con la vestimenta de "el reciclante", que camine por el parque Cachipamba compartiendo

información en hojas volantes o incentivos que despierten el interés por el reciclaje y las personas conozcan y se identifique con él.

El diseño de BTL es sectorizado o segmentado para cual el levantamiento fotográfico es pieza fundamental para el desarrollo de la propuesta, mediante el análisis se pudo establecer las características que debe tener el personaje caricaturesco.

Para que sea un BTL se debe aplicar en una espacio, área, superficie u objeto ya existente en el medio, debe ser visible y funcional es decir debe tener el concepto o mensaje sobre reciclaje de residuos sólidos urbanos en el parque Cachipamba. El levantamiento fotográfico es necesario para desarrollar las ideas de los montajes, si no se cuenta con las fotografías no se puede avanzar en la investigación.

Como estrategia adicional sería la elaboración de marionetas o títeres con la identidad de “el reciclante” que realicen presentaciones en el parque para que los niños interactúen y aprendan sobre la importancia del reciclaje.

15. BIBLIOGRAFÍA

Citas textuales

- Amanda, B. T. (2008). Introducción a la Semiología. Guatemala: 1era. Edición.
- Barker, A. (2001). Como mejorar la comunicación. España: Gedisa S.A
- Bonsiepe, G. (2009). Las siete columnas del diseño. Argentina: Ed. Infinito.
- Bauzá, B. (2004). El guión Multimedia. España: Anaya Multimedia
- Borja, E. (1983) Saquisilí un pueblo en busca de sus grandes aspiraciones. Saquisilí en marcha, 8.
- Chong, A. (2010). Animación digital. España: BLUME
- Ciceron, D., Sánchez, P., Reich, S. (2006). Contaminación y Medio Ambiente. Argentina: EUDEBA.
- De Elorza, G. (2005). Enciclopedia Estudiantil Zamora. Colombia: Editores Ltda.
- Ecodiseño, (2011). El Ecodiseño desde los Diseñadores. España: Masuno
- Fusseler, C. (1999).Eco innovación: Integrado el medio ambiente en la empresa del futuro. España: Mundi Prensa
- Galan Julia, Muñoz Amelia, Diego Diaz (2005). Guía de dibujo y presentación de diseños de productos-w. España: Publicacions de la Universidad Jaume/ UNE
- IBÁÑEZ, B. (2000). Pedagogía y Psicología Interconductual. Revista Mexicana de Análisis de la Conducta, 20, 99-112.
- Inmaculada Gómez, H. (coord.). (2014). Manual de didáctica. España: Piramide.
- Instituto Nacional de Ecología (2012). Manejo y reciclaje de los residuos de envases y embalajes. España: ESIC
- Kloter, P. (2010). Fundamentos del Marketing. 5ª ed. México: Pearson.
- León, G. (2011). Educación Ambiental. Revolución verde. Colombia: IDEA
- León, G. (2010). Tierra de nadie, Una modesta introducción al estudio del Diseño. Argentina: U. Palermo
- Martínez, Y. (2008). Enseñar por medio del dibujo. Mexico: El caballito.
- Massoni Sandra. (2007). Estrategias, Los desafíos de la Comunicación en un mundo fluido. Argentina: Homo Sapiens.

- MEIRIEU Philippe (2001) *Aprender... oui, mais comment?* 12.^a ed. Francia, Esf. [1.a ed., 1987].
- Melgar, L. (2010). *La Publicidad Vista por los profesionales de la Mercadotecnia y la Comunicación*. Guatemala: Editorial USAC
- Müller, J. (2005). *Historia de la comunicación visual*. Mexico: G. Gili
- Munari, B. (1983). *¿Cómo nacen los objetos? : Apuntes para una metodología proyectual*. España: Gustavo Gili
- Munari, B. (2011). *Metodología para el diseño*. España: G. Gili
- Munari, B. (2000). *Diseño y comunicación visual*. 6^a ed. Ampliada. España: Gustavo Gili
- O'Guinn, T., Allen, C., Semenik, R. (1999). *Publicidad y Comunicación Integral de Marca*. Estados Unidos: International Thomson.
- Quintana, R. (2009). *Introducción al estilo de la comunicación*. España: Gustavo Gili.
- Ricaute, J. (2000). *Procesos y técnicas creativas publicitarias: ideas básicas*. 1^a ed. Universidad Autónoma de Barcelona. España: Romanyá Valls, S:A.
- Ripollés, A. (2005). *Estrategias y Publicidad*. España: G. Gili
- Rodriguez, C. (2010). *El diseño gráfico en materiales didácticos*. Bélgica: Centre d Etudes Sociales sur Amérique Latina (CESAL)
- Roy, Williams. (2009). *The Wizard of Ads. El Mago de la Publicidad*. Guatemala: USAC
- Salvador, A. (2013). *Documentación fotográfica*. España: UOC
- Sánchez, J. (2013). *Documentación fotográfica*. España: UOC
- Taboada, E., Napoli, R. (1977). *Diseño Industrial – CIDI/INTI*. Argentina: Centro Editor de América Latina
- Vélez, M. (2010). *El diseño gráfico, La interacción persona-ordenador*. España: Granada
- Velázquez, C. (2005). *Ecología y áreas protegidas del Ecuador*. Propai
- Wong, W. (2012). *Fundamentos del diseño*. 1^a edición, 13^a tirada España: G. Gili
- Wong, W. (2012). *Fundamentos del diseño, Principles of form and design*. España: Norma de América
- Wells, W., Burnett, J., Moriarty, S. (2007). *Principios y Prácticas*. Mexico, : Prentice Hall.

Citas Electrónicas

Design, R (s/f). Pequeño diccionario del Diseñador. Diccionario de términos, biografías y uso del Diseño Gráfico. Recuperado de www.bocetosgraficos.com.ar

Larson, C. (2007). Persuasion. Co. Belmont, Calif. 4ta Edición. Recuperado de <http://www.worldcat.org/title/persuasion-reception-and-responsibility/oclc/792791829?referer=di&ht=edition>

Marcillo, J. (2012). Azul Ambientalistas. Recuperado el 1 de Marzo de 2013, de Azul Ambientalistas: <http://www.azulambientalistas.org/reciclaJepapelycarton.html>.

Periódico El Tiempo. (2001). Se impone el Ecodiseño. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-437857>

Rodríguez, Y. (2014). Informa BTL. México: Promociones, activaciones y *below the line*. Recuperado de <http://www.informabtl.com/ejemplos-de-publicidad-btl/>

Sánchez, P. (2008). Consumo ecológico: ¿una moda? Argentina: Recuperado en:[en línea] [Consultado el 20 de Ene.2017] <<http://www.eco2site.com/informes/moda.asp>>

16. ANEXOS**ANEXOS**

Universidad Técnica de Cotopaxi**ENCUESTA GENERAL DEL PROYECTO****TEMA:**

Diseño de BTL`s aplicado con relación al reciclaje de residuos sólidos urbanos en el parque Cachipamba; cantón Saquisilí, provincia de Cotopaxi.

OBJETIVO.

Diseñar BTL´s relativos al reciclaje de residuos sólidos urbanos en el parque Cachipamba; para sensibilizar a la ciudadanía sobre el manejo de residuos sólidos.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente

Marque con una X

No haga tachones

ENTREVISTA REALIZADA A LOS USUARIO Y MORADORES DEL PARQUE ECOLÓGICO CACHIPAMBA.

1. ¿Asiste con frecuencia al parque Cachipamba?

SI ()

NO ()

2. ¿Cuál es el sector o área que prefiere ocupar en el parque?

Juegos ()

Laguna ()

Las canchas ()

Áreas verdes ()

Máquinas de ejercitarse ()

Ninguno ()

3. **¿Ha visto desechos sólidos en algún lugar del parque Cachipamba?**

SI ()

NO ()

4. **¿Ha tenido conocimiento de algún plan o estrategia sobre reciclaje que se haya aplicado en el parque Cachipamba?**

SI ()

NO ()

5. **¿Estaría de acuerdo que se realice un producto publicitario o BTL para sensibilizar a la ciudadanía sobre reciclaje en el parque?**

SI ()

NO ()

6. **¿Qué tipos de residuos son más comunes en el parque?**

Sólidos ()

Orgánicos ()

7. **¿Cuál es el factor determinante para que los usuarios del parque Cachipamba arroje la basura?**

Escasa información sobre educación ambiental ()

Falta de basureros ()

8. **¿Considera usted que el parque Cachipamba mejoraría su presentación si se realiza un producto publicitario sobre reciclaje de residuos sólidos?**

SI ()

NO ()

Universidad Técnica de Cotopaxi

ENCUESTA DEL PRODUCTO

TEMA:

DISEÑO DE BTL'S APLICADO CON RELACIÓN AL RECICLAJE DE RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS EN EL PARQUE CACHIPAMBA; CANTÓN SAQUISILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI.

OBJETIVO:

Elaborar un producto publicitario BTL, aplicado con relación al reciclaje que sea funcional y creativo.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente

Marque con una X

No haga tachones

ENTREVISTA REALIZADA A LOS USUARIO Y MORADORES DEL PARQUE ECOLÓGICO CACHIPAMBA PARA CONOCER LA ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO PUBLICITARIO BTL.

1. ¿Usted conoce si en el parque existen elementos gráficos que comuniquen a los usuarios sobre reciclaje?

SI ()

NO ()

2. ¿Seleccione según su criterio uno de los siguientes elementos gráficos que servirán para reforzar el mensaje sobre reciclaje en el parque Cachipamba?

Personaje ()

Caricatura ()

Mascota ()

Gráficos de reciclaje ()

Objetos de reciclaje ()

Imágenes ()

Frases ()

Símbolos ()

3. ¿Marque según su opinión cuáles sería la características que deba tener el producto publicitario o BTL?

Identidad propia ()

Colores del cantón Saquisilí ()

Funcional ()

Visible ()

Creativo ()

4. ¿Considera usted que el parque Cachipamba mejoraría su presentación si se realiza publicidad BTL con relación al reciclaje?

SI ()

NO ()

GRÁFICO N. 56 Entrevista al alcalde del cantón Saquisilí



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 57 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 1



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 58 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 2



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 59 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 60 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 4



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 61 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 5



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 62 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 6



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 63 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 7



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 64 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 8



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 65 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 9



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 66 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 10



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 67 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 11



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 68 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 12



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 69 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 13



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 70 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 14



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 71 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 15



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 72 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 16



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 73 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 17



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 74 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 18



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 75 Encuestas a usuarios del parque Cachipamba # 19



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 76 Levantamiento fotográfico en el Cachipamba # 1



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 77 Levantamiento fotográfico en el Cachipamba # 2



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 78 El comerciante personaje de Saquisilí # 1



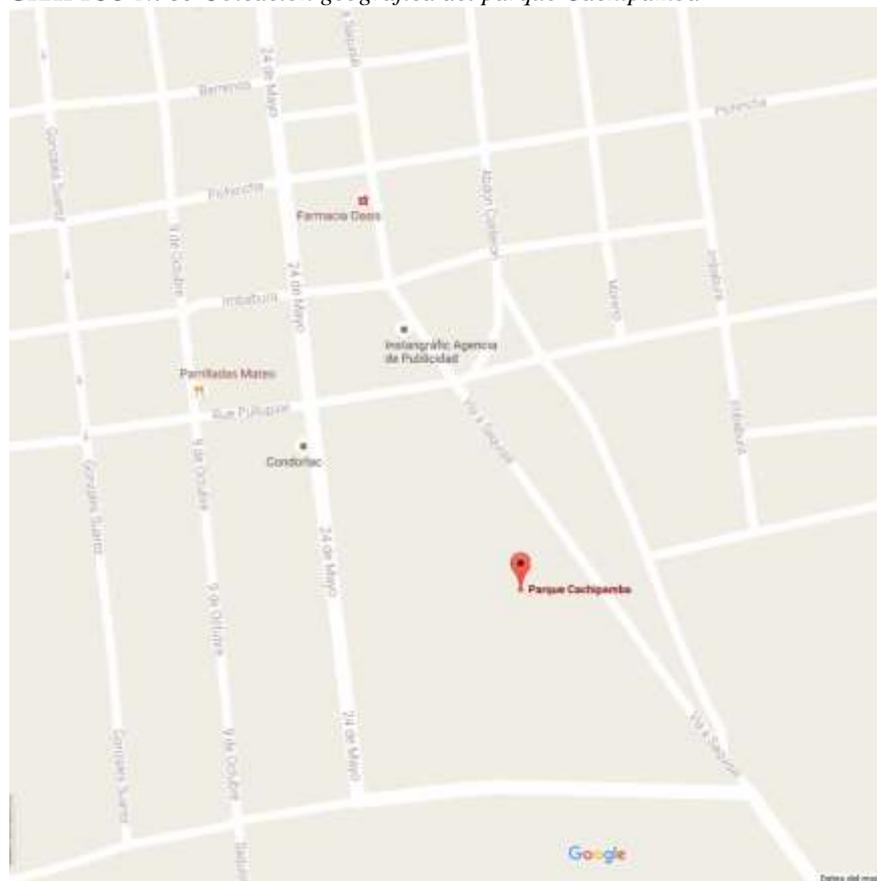
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 79 *El comerciante personaje de Saquisilí # 2*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 80 *Ubicación geográfica del parque Cachipamba*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 82 Artículo sobre problemática #1

The screenshot shows a news article on the website 'La Gaceta'. At the top, there is a banner for 'San Isidro Labrador LATAQUUNGA' and 'LA FERIA DEL MANO A MANO' with '2 GRANDIOSAS CORRIDAS DE TOROS' and '8 HERMOSOS TOROS DE Huagra-Huasi y Triana'. The article title is 'GAD Municipal repotenciará parque ecológico', published on March 01, 2016, by Mery Toapanta. The article text discusses the repotenciation of an ecological park in Cachipamba, including the creation of a recreational football field and other sports facilities. It mentions the involvement of the municipal government and local sports leagues. The article is categorized as 'Editorial (O)'. The website also features a search bar, social media links for Facebook and Twitter, a 'Tweets' section, and navigation buttons for 'Clasificados (P)', 'Horóscopo (E)', 'Gacetagrama (E)', and 'Galería (E)'. The article is part of a series, with 'Previo' and 'Siguiente' buttons at the bottom.

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 83 Artículo sobre problemática #2

17 de May de 2012 23:55

Nueva campaña por el reciclaje en Quito

COMPARTIR



VALORAR ARTICULO



Indignado



Triste



Indiferente



Sorprendido



Contento

Desde mañana, en los puntos de recolección de los tereques también se podrá reciclar. La Empresa Pública Metropolitana de Aseo (Emaseo) integra los programas de las 3R (reduce, reusa y recicla) y el de los tereques.

En los seis puntos de acopio que se instalan todos los domingos, se podrán entregar de manera gratuita muebles viejos, colchones, llantas, equipos electrónicos en desuso, poda de césped, ramas de árboles y escombros en pequeñas cantidades. También los residuos reciclables como papel, cartón y envases (botellas de plástico, PET, enlatados y tetrapak) sin límite de cantidad.

En cada sitio de acopio, Emaseo ubicará puntos limpios con tachos diferenciados de color azul y los recicladores autorizados recibirán el material. Este deberá ser separado en casa.

Este nuevo servicio se presentará mañana en el marco del Día Internacional del Reciclaje.

De 10:00 a 14:00 se realizará la Feria Itinerante de Aseo y Reciclaje en el parqueadero del Parque La Carolina, ubicado en la av. De los Shyris y Portugal.

Los asistentes podrán disfrutar de la obra de teatro las 3R, de artesanías elaboradas con residuos reciclables y de música.

En el norte, los puntos de acopio están en la av. John F. Kennedy y Ramón Chiriboga y en las calles Vicente Anda Aguirre y Antonio Ojeda (Parque Inglés).

En el centro, en la calle Tarqui y Av. 10 de Agosto (Parque El Ejido). Y en el sur, en la av. Sozoranga y Pilaló (tras el Parque de Solanda) y en la av. Quitumbe Ñan y Cóndor Ñan, en la terminal.

TAGS : QUITO · RECICLAJE

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 84 Artículo sobre problemática #3

La Hora Nacional

LO QUE NECESITAS SABER EDICIÓN IM

INICIO DEPORTES OPINIÓN ARTES & CULTURA REVISTAS PAIS SERVICIOS SOCIEDAD MUNDO CÓDIGO

ELECCIONES 2017 RSS MÓVIL

NOTICIAS DE QUITO

Campaña de reciclaje con buenos resultados

f t + G+ + 0

Sábado, 31 de Diciembre de 2011



Un promedio de 40 toneladas se reciclan por mes en Quito, según las estadísticas de la Empresa Pública Metropolitana de Aseo (Emaseo EP). Esto desde que empezó la campaña para Reducir, Reciclar y Reusar en junio. Antes solo se aprovechaban 7 toneladas.

En 2010 se estima que solo 5 mil personas reciclaban sus desechos, pero este año la cifra subió a 12 mil personas. También se sumaron 13 centros comerciales (ver recuadro) que han producido 400 toneladas de junio a noviembre.

El gerente de Emaseo, Carlos Sagasti, destaca el proceso que hay en parroquias como Tumbaco y Cumbayá, donde la recolección es diferenciada y

Colaboración. La ciudadanía toma conciencia sobre el medio ambiente

hay centros de acopio. Esto podría replicarse en la zona urbana el próximo año.

Sagasti resaltó la participación de la comunidad y el mejoramiento de las condiciones de trabajo de los gestores ambientales (antes minadores).

Para replicar este modelo en el centro histórico se repartirán 300 kits de basureros para reciclar en comercios. Se prevé que habrá 40 puntos limpios y se integrará a minadores en centros de acopio.

Tomando conciencia

José Mantilla, abogado, confirmó que el tema ambiental ha tenido un cambio importante. "Actualmente la ciudadanía ya es más conciente y pienso dos veces antes de botar la basura esto para mí ya es un comienzo".

Débora Cisneros, madre de familia, inculca a sus hijos a reciclar. "Si estoy por un parque o en la calle y veo los basureros diferenciados siempre les digo: recuerden botar cada desecho donde corresponde y así ayudan al ambiente".

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 85 Ejemplos BTL's #1



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 86 Ejemplos BTL's #2



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 87 Ejemplos BTL's #3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 88 Tentativas de identidad



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 89 Tentativas de BTL anulada #1



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 90 Tentativas de BTL anulada #2



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 91 *Tentativas de BTL anulada #3*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 92 *Tentativas de BTL anulada #4*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 93 *Tentativas de BTL anulada #5*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 94 *Tentativas de BTL anulada #6*



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 95 Tentativas de BTL anulada #7



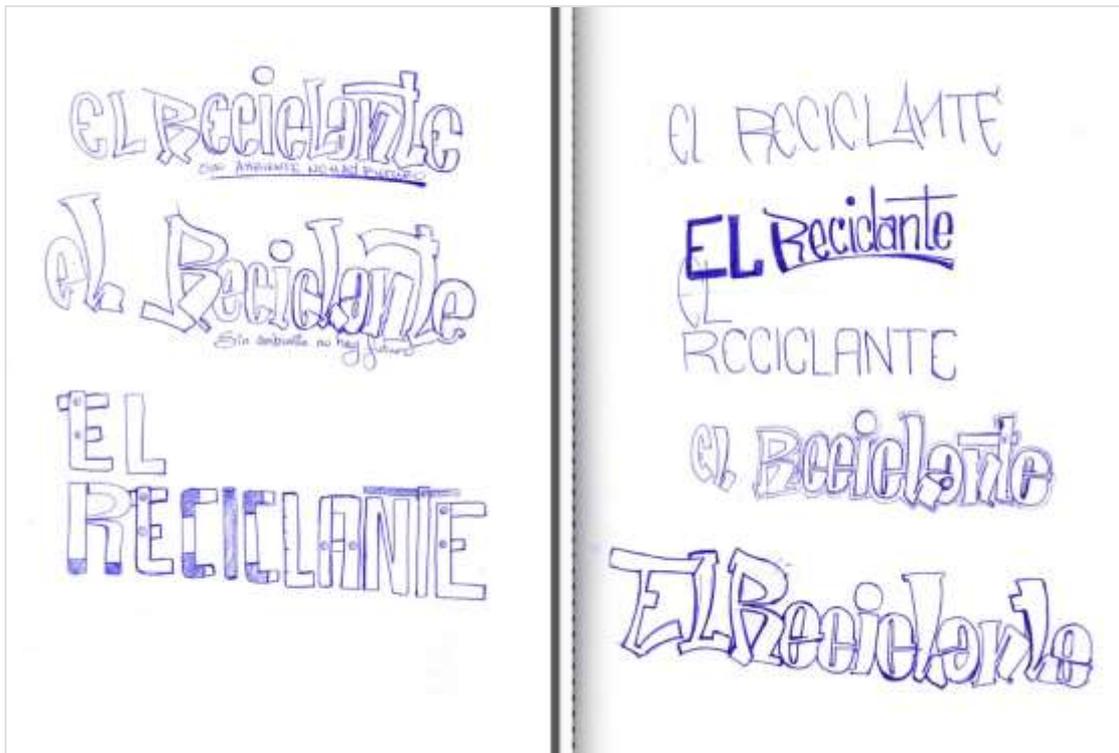
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 96 Bocetos de identidad #1



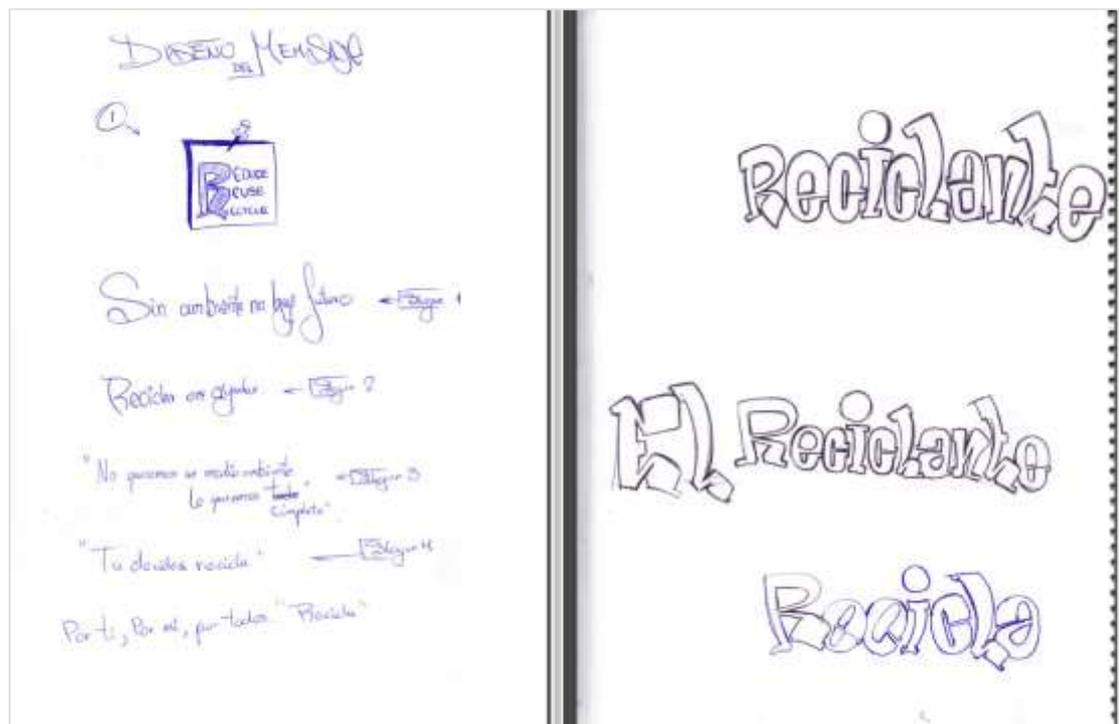
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 97 Bocetos de identidad #2



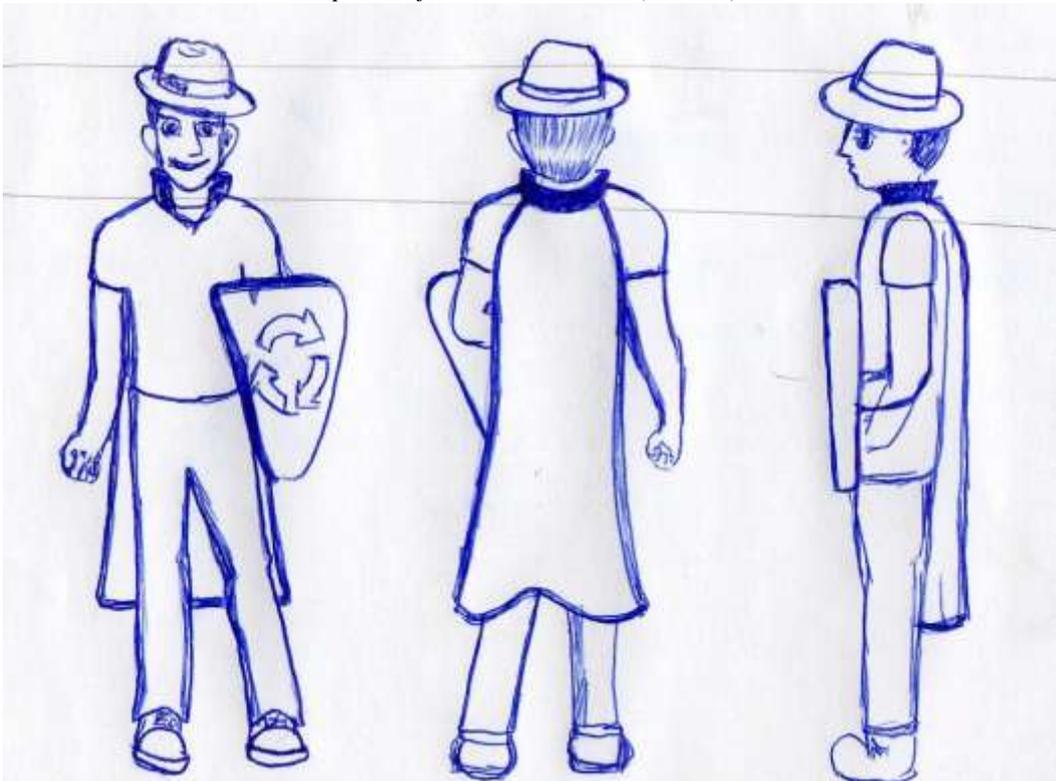
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 98 Bocetos de identidad #3



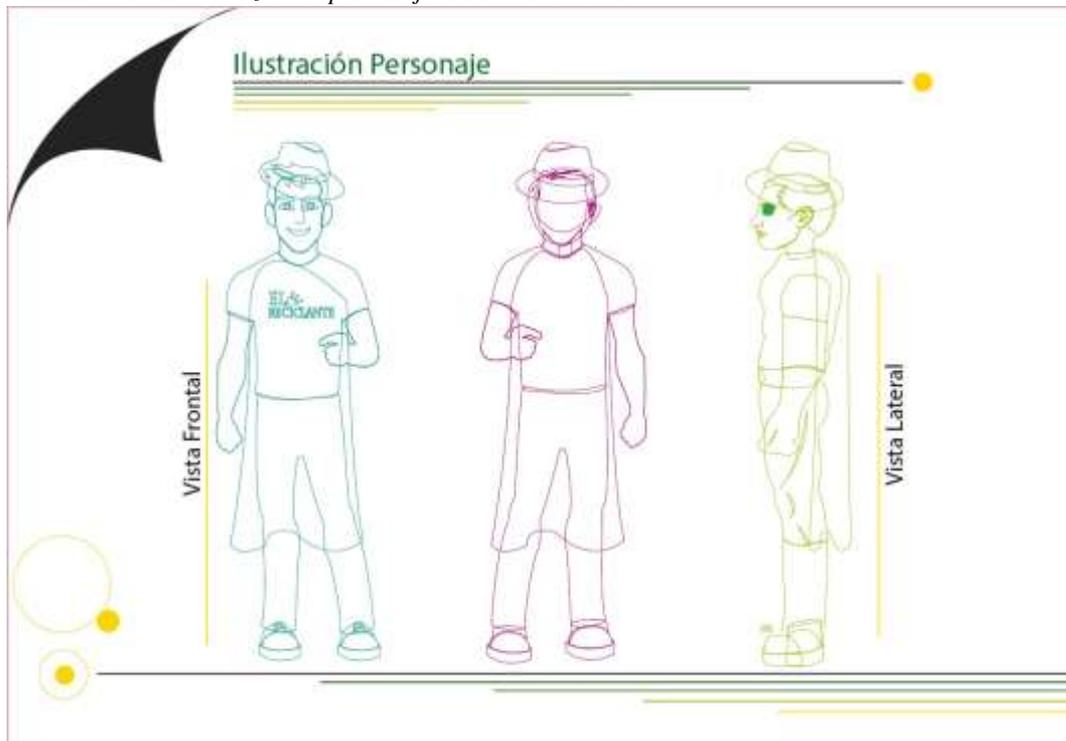
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 99 Tentativa de personaje caricaturesco # 2 (bocetos)



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 100 Trazos del personaje caricaturesco # 2



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 101 Ilustración del personaje caricaturesco # 2



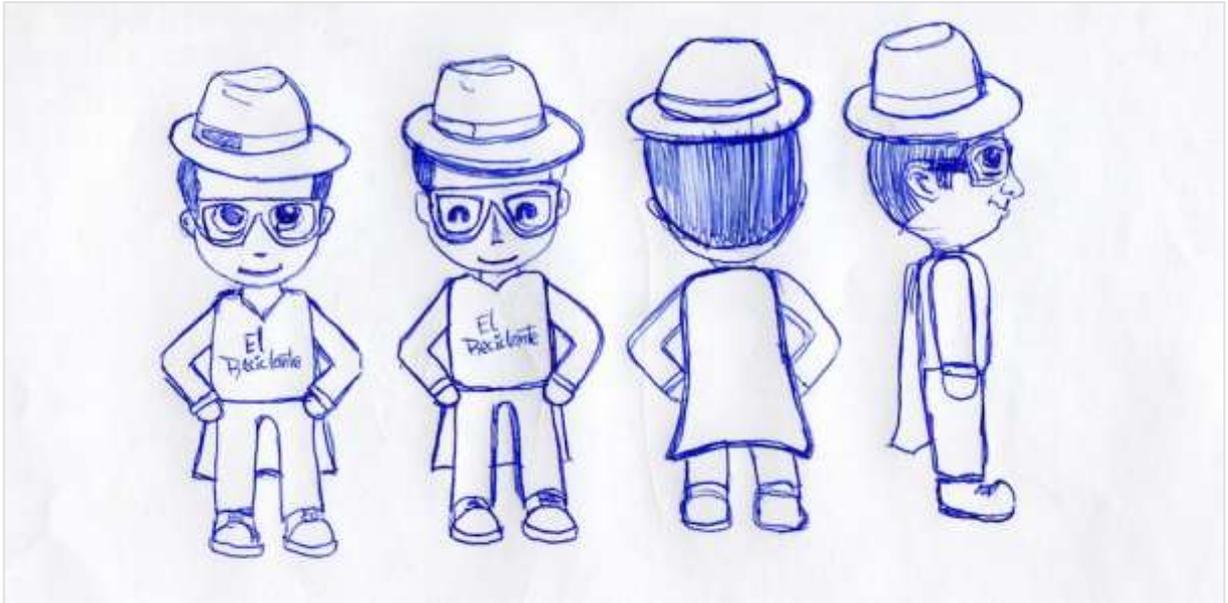
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 102 Ficha técnica del personaje caricaturesco # 2

| Ficha técnica de personaje # 2 | |
|--------------------------------|--|
| Denominación / Nombre | PERSONAJE EL RECICLANTE |
| Personalidad | Al personaje se lo define como hombre, ordenado e intelectual, al tratarse de un personaje adulto resalta la responsabilidad con el público, posee de característica los colores del cantón Saquisilí verde y amarillo |
| Dimensiones / Vestimenta | Tiene una estatura de 1.70 cm posee sombrero y su indumentaria con los colores del cantón es un personaje juvenil que sensibiliza a la ciudadanía sobre reciclaje |
| Edad | 25 años |
| Etnia | Este personaje se lo puede relacionar con una etnia mestiza |
| | |

Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 103 Bocetos del personaje caricaturesco # 3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 104 Bocetos del personaje caricaturesco # 3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 105 Bocetos a color del personaje caricaturesco # 3



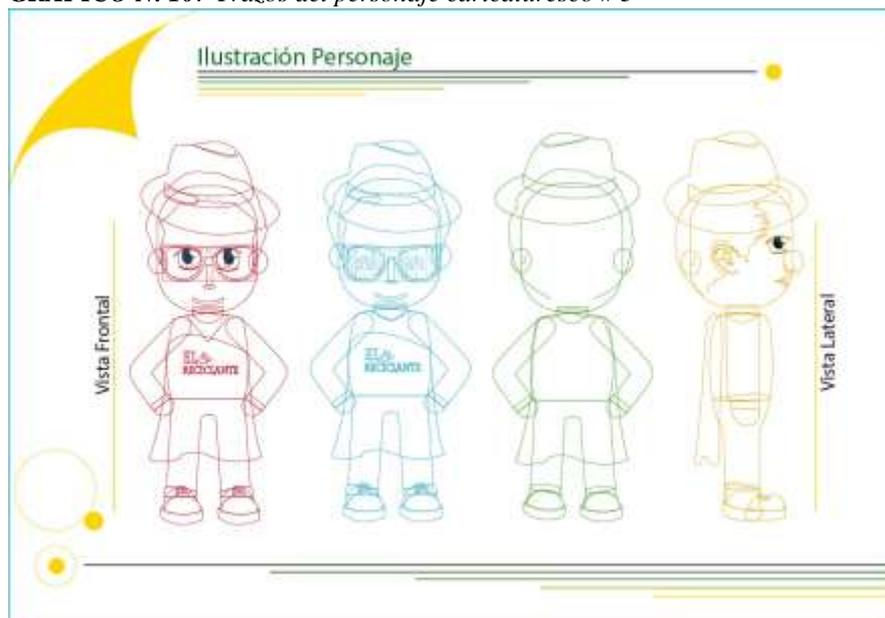
Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 106 Ilustración del personaje caricaturesco # 3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 107 Trazos del personaje caricaturesco # 3



Elaborado por: Fabián Rivera

GRÁFICO N. 108 Ficha técnica del personaje caricaturesco # 3

| Ficha técnica de personaje # 3 | |
|--|--|
| Denominación / Nombre | PERSONAJE EL RECICLANTE |
| Personalidad | Al personaje se lo define como joven, ordenado e intelectual, al tratarse de un personaje juvenil resalta el carisma del mismo con el público, posee de característica los colores del cantón Saquisilí verde y amarillo |
| Dimensiones / Vestimenta | Tiene una estatura de 1.70 cm posee sombrero y su indumentaria con los colores del cantón es un personaje juvenil que sensibiliza a la ciudadanía sobre reciclaje |
| Edad | 21 años |
| Etnia | Este personaje se lo puede relacionar con una etnia mestiza |
| <p>The image shows two colored illustrations of the character 'El Reciclante'. The character is depicted from the waist up, wearing a black hat with a white band, glasses, and a green and yellow shirt. The shirt has the text 'El Reciclante' and 'El poder del reciclaje' on it. The character is wearing black pants and black shoes.</p> | |

Elaborado por: Fabián Rivera