

# INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



## DISEÑO GRÁFICO EQUIVALENTE A TECNOLOGÍA SUPERIOR

GUÍA DIDÁCTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS  
MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN "CIELO  
ANIMAL" EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
TECNÓLOGOS EN LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

### **AUTOR**

Calvachi Ochoa Bryan Israel

### **DIRECTOR**

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

Loja, octubre 2021

## **Certificación**

**Tlga.**

Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

**DIRECTOR DE INVESTIGACIÓN**

**CERTIFICA:**

Que ha supervisado el presente proyecto de investigación titulado: **GUÍA DIDÁCTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN "CIELO ANIMAL" EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021**; el mismo que cumple con lo establecido por el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano: por consiguiente, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo.

Loja, octubre del 2021

f. \_\_\_\_\_

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

## **Autoría**

Yo Bryan Israel Calvachi Ochoa con cedula de identidad: 1150026316 estudiante del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano, doy a conocer que todos los criterios, opiniones, afirmaciones, los análisis, las interpretaciones, las conclusiones, recomendaciones y todos los demás puntos investigativos y gráficos adjuntados en el presente proyecto de investigación de tesis son completamente responsabilidad de mi persona.

Loja, octubre de 2021

Bryan Israel Calvachi Ochoa

C.I 1150026316

## Declaración Juramentada



Loja, octubre de 2021

**Nombres:** Bryan Israel

**Apellidos:** Calvachi Ochoa

**Cédula de Identidad:** 1150026316

**Carrera:** Diseño Gráfico.

**Semestre de ejecución del proceso de titulación:** Abril-septiembre 2021

**Tema de proyecto de investigación de fin de carrera con fines de titulación:**

GUIA DIDACTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVEZ DE LA FUNDACION "CIELO ANIMAL" EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021

En calidad de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja;

Declaramos bajo juramento que:

1. Soy autor del trabajo intelectual y de investigación del proyecto de fin de carrera.
2. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido plagiado ni total ni parcialmente, para la cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas.
3. El trabajo de investigación de fin de carrera presentada no atenta contra derechos de terceros.

4. El trabajo de investigación de fin de carrera no ha sido publicado ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.

5. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falsificados, ni duplicados, ni copiados. Las imágenes, tablas, gráficas, fotografías y demás son de nuestra autoría; y en el caso contrario aparecen con las correspondientes citas o fuentes.

Por lo expuesto; mediante la presente asumimos frente al INSTITUTO cualquier responsabilidad que pudiera derivarse por la autoría, originalidad y veracidad del contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

En consecuencia, nos hacemos responsables frente al INSTITUTO y frente a terceros, de cualquier daño que pudiera ocasionar al INSTITUTO o a terceros, por el incumplimiento de lo declarado o que pudiera encontrar causa en el trabajo de investigación de fin de carrera presentada, asumiendo todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse de ello.

Asimismo, por la presente nos comprometemos a asumir además todas las cargas pecuniarias que pudieran derivarse para EL INSTITUTO en favor de terceros por motivo de acciones, reclamaciones o conflictos derivados del incumplimiento de lo declarado o las que encontraren causa en el contenido del trabajo de investigación de fin de carrera.

De identificarse fraude, piratería, plagio, falsificación o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de nuestras acciones se deriven, sometiéndonos a la normatividad vigente dispuesta por la LOES y sus respectivos reglamentos y del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano de la ciudad de Loja.

.....

Bryan Israel Calvachi Ochoa

C.I.: 1150026316

## **Dedicatoria**

Dedico este proyecto de investigación en primer lugar a Dios, quien ha sido un guía en todo mi trayecto de estudio en la carrera.

A mis padres que me apoyaron desde el inicio cuando decidí estudiar Diseño Gráfico, ayudándome monetariamente y con los instrumentos necesarios para poder diseñar.

A mi abuelita que siempre me alentó a seguir mejorando.

A mi hermana por apoyarme en cada trabajo que hacía y hago.

A mi familia quienes también me apoyaron tanto con palabras de estímulo como mostrando mi trabajo a terceros.

A mis amigos más cercanos quienes me apoyaron siempre y me ayudaban a mejorar.

A mi hija perruna Tequila que siempre me alegra los días meneando su colita.

Bryan Israel Calvachi Ochoa

## **Agradecimiento**

Agradezco a mis Padres quienes me apoyaron desde el inicio y con gran esfuerzo me dieron todo para poder salir adelante con mis estudios ya que siempre creyeron en mí y nunca dudaron de mí potencial.

A mi Familia quienes siempre me alentaron a seguir auto educándome para ser mejor cada día, estuvieron en momentos difíciles cuando en algún momento tenía dificultades supieron aconsejarme y así pude salir adelante siempre.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Sudamericano por permitirme ser parte de su familia, a mis profes por formarme profesional y personalmente con sus consejos fuera de las aulas por su amistad y perseverancia.

A mi tutora de tesis quien siempre estuvo aconsejándome revisándome y corrigiéndome la tesis y haciéndome ver errores y rectificándolos para ser un profesional de excelencia y a la fundación que me abrió sus puertas para realizar mi proyecto con ellos.

Bryan Calvachi

## Acta de Sesión de Derechos

Conste por el presente documento la Cesión de los Derechos de proyecto de investigación de fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** Por sus propios derechos; el Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de director del proyecto de investigación de fin de carrera; y, BRYAN ISRAEL CALVACHI OCHOA en calidad de autor del proyecto de investigación de fin de carrera; mayores de edad emiten la presente acta de cesión de derechos.

**SEGUNDA:** BRYAN CALVACHI OCHOA realizó la Investigación titulada: **“GUÍA DIDÁCTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN “CIELO ANIMAL” EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021”**, para optar por el título de Tecnólogo en Diseño Gráfico, en el Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja, bajo la dirección del Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez.

**TERCERA:** Es política del Instituto que los proyectos de investigación de fin de carrera se apliquen y materialicen en beneficio de la comunidad.

**CUARTA:** Los comparecientes Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez, en calidad de directora del proyecto de investigación de fin de carrera y Bryan Calvachi como autor, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en proyecto de investigación de fin de carrera titulado: **“GUÍA DIDÁCTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN “CIELO ANIMAL” EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021”**. A favor del Instituto Tecnológico Superior Sudamericano de Loja; y, conceden autorización para que el Instituto pueda utilizar esta investigación en su beneficio y/ode la comunidad, sin reserva alguna.

**QUINTA:** Aceptación. - Las partes declaran que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derechos.

Para constancia suscriben la presente cesión de derechos, en la ciudad de Loja, en el mes de septiembre.

Tlga. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo

DIRECTORA

C.I: 1105902348

Bryan Israel Calvachi Ochoa

AUTOR

C.I: 1105982811

## Índice de Contenido

certificación .....	ii
autoría .....	iii
<b>declaración juramentada .....</b>	<b>iv</b>
<b>dedicatoria.....</b>	<b>vi</b>
<b>agradecimiento.....</b>	<b>vii</b>
<b>acta de sesión de derecho .....</b>	<b>viii</b>
<b>1.resumen .....</b>	<b>1</b>
<b>2.abstract .....</b>	<b>2</b>
<b>3.problemática .....</b>	<b>3</b>
3.1 planteamiento del problema.....	5
<b>4.tema.....</b>	<b>6</b>
<b>5.justificación .....</b>	<b>7</b>
<b>6.objetivos.....</b>	<b>9</b>
6.1. objetivos generales.....	9
6.2. objetivos específicos .....	9
<b>7. marco teórico.....</b>	<b>10</b>
7.1 marco institucional .....	10
7.1.1 misión.....	10
7.1.2 visión .....	10
<b>capítulo 1 .....</b>	<b>11</b>
7.2 marco conceptual .....	11
7.2.1 enfoques teóricos de delimitación del sector instituciones sin fines de lucro .....	11
7.2.2 correcto cuidado de mascotas y prevención del maltrato animal .....	11
7.2.3 relevancia del problema .....	12
7.2.4 factores que influyen en el maltrato .....	12
7.2.5 campaña publicitaria .....	13

7.2.6 como se hace una buena campaña.....	13
7.2.7 pasos para lanzar una campaña publicitaria .....	14
7.2.8 público objetivo.....	14
7.2.9 estrategia creativa.....	15
7.2.10 color .....	15
7.2.11 combinación y armonía .....	15
7.2.12 que es la tipografía .....	16
7.2.13 la importancia de la tipografía en la publicidad .....	17
7.2.14 que es el diseño editorial .....	17
7.2.15 etapas del diseño editorial .....	18
7.2.16 producción editorial .....	18
7.2.17 formato de publicación.....	18
7.2.18 elementos de una composición.....	19
7.2.19 normas de composición.....	20
7.2.20 formato de papel.....	20
7.2.21 páginas preliminares.....	20
7.2.22 impresión digital .....	21
7.2.23 que es la sobreimpresión y reserva de objetos .....	21
7.2.24 la imagen en los medios impresos.....	21
7.2.25 la revista como pieza editorial.....	22
7.2.26 estructura para la revista.....	22
<b>8. diseño metodológico.....</b>	<b>23</b>
8.1 la metodología de la investigación .....	23
8.1.1 métodos de investigación .....	23
8.1.2 método fenomenológico.....	23
8.1.3 método hermenéutico .....	24
8.1.4 método práctico proyectual .....	24
<b>8.2 técnica de recolección de datos .....</b>	<b>25</b>
8.2.1 observación .....	25
8.2.2 encuesta .....	25
8.2.3 entrevista .....	26
<b>8.3 proyección de la población y determinación de la muestra .....</b>	<b>27</b>

8.3.1 aplicación de la fórmula.....	27
8.3.2 proyección de la población.....	28
8.3.3 determinación de la muestra .....	28
<b>9. análisis y presentación de resultados de la observación.....</b>	<b>29</b>
9.1 entrevista .....	29
9.1.2 encuesta .....	32
9.3 análisis de resultados de la encuesta .....	34
<b>10. propuesta de acción .....</b>	<b>45</b>
10.1 introducción.....	45
10.2 nombre del proyecto.....	45
10.3 público objetivo.....	45
10.4 descripción del tema.....	45
10.5 desarrollo de la propuesta gráfica .....	46
10.6 cromática.....	47
10.7 evidencia de la línea gráfica.....	47
10.8 evidencia de la guía didáctica .....	48
10.9 tipo de ilustración.....	50
10.10 tipo de campaña.....	50
10.11 socialización del proyecto .....	50
10.12 cronograma de creación de contenido.....	51
10.13 cuña radial .....	51
<b>11. conclusiones.....</b>	<b>52</b>
<b>12. recomendaciones.....</b>	<b>53</b>
<b>13. bibliografía .....</b>	<b>54</b>
<b>14. anexos.....</b>	<b>57</b>
14.1. materiales básicos.....	57
14.1.2 materiales tecnológicos .....	58
14.1.3 presupuesto total.....	58
<b>15. cronograma .....</b>	<b>59</b>
<b>16. certificación de aprobación de proyecto.....</b>	<b>60</b>

<b>17. certificación de implementación del proyecto.....</b>	<b>61</b>
<b>18. formato de encuesta.....</b>	<b>62</b>
<b>19. entrevista .....</b>	<b>64</b>
<b>20. matriz de proyecto .....</b>	<b>65</b>
<b>21. certificado del abstract.....</b>	<b>67</b>
<b>22. solicitud de implementación del proyecto de investigación .....</b>	<b>68</b>
<b>23. certificado de implementación del proyecto de investigación .....</b>	<b>69</b>
<b>24. evidencia de la presentación del proyecto .....</b>	<b>70</b>
<b>25. evidencia fotográfica.....</b>	<b>72</b>

## índice de figuras

figura 1. logo de la fundación.....	10
figura 2. bocetaje de la marca.....	46
figura 3. digitalización de la marca .....	46
figura 4. cromática de la marca .....	47
figura 5. artes para la línea gráfica .....	47
figura 6. línea gráfica.....	48
figura 7. evidencia de la guía didáctica .....	48
figura 8. guía didáctica completa.....	49
figura 9. ejemplo de post para redes sociales .....	49
figura 10. ejemplo de ilustraciones.....	50
figura 11. socialización del proyecto .....	50
figura 12. socialización después de haber presentado la guía .....	70
figura 13. presentación de la guía a la directora.....	70
figura 14. mockup guía didáctica .....	71
figura 15. evidencia fotográfica.....	72
figura 16. evidencia fotográfica.....	73
figura 17. evidencia fotográfica.....	74
figura 18. evidencia fotográfica.....	74

## índice de gráficos

gráfico 1: Genero .....	34
gráfico 2: (Si/No).....	36
gráfico 3: (Si/No) .....	37
gráfico 4: (Opcion Multiple).....	39
gráfico 5: (Si/No).....	41
gráfico 6: (Opcion Multiple).....	43

## índice de tablas

tabla 2 Genero.....	34
tabla3: (Si/No). .....	36
tabla 4: (Si/No). .....	37
tabla 5:(Opcion Multiple). .....	39
tabla 6: (Si/No). .....	41
tabla 7: (Opcion Multiple). .....	43
Tabla 8: cronograma de creación de contenido .....	51
Tabla 9: Cuña radial .....	51
tabla 10: materiales básicos .....	¡Error! Marcador no definido.
tabla 11: materiales tecnológicos.....	¡Error! Marcador no definido.
tabla 12: Presupuesto total.....	¡Error! Marcador no definido.
tabla 13: cronograma proceso de titulación .....	¡Error! Marcador no definido.
tabla 14:Matriz.....	66

## 1. Resumen

En la ciudad de Loja se ha visto un incremento de maltrato animal que involucra abandono, agresiones, condiciones deplorables de vida etc., esto hace que los animalitos terminen en las calles.

Este trabajo de investigación, se centra principalmente en “concienciar a la ciudadanía lojana sobre el buen cuidado de las mascotas dentro de sus hogares para prevenir el maltrato animal”; utilizando las herramientas del diseño gráfico, creando ilustraciones y foto manipulación de imágenes, e incorporándolas en una guía didáctica, con la ayuda de los métodos de investigación los cuales son: método fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual, estos métodos me permitieron adquirir información de valor, además del uso de las técnicas como la entrevista, encuesta y observación. Gracias a todos estos factores se pudo realizar con éxito la idea de crear una guía didáctica educativa que nos enseñe a tratar de manera correcta a nuestros animales de compañía.

Según los resultados de la investigación, la ciudadanía lojana asegura que existe un índice de maltrato animal muy elevado, por esta razón, se realizó una guía didáctica y una campaña social-publicitaria las cuales nacen desde un boceto hasta la idea final ya digitalizada, con lo que se pretende que las personas antes de adquirir una mascota deben informarse en esta guía sobre su responsabilidad.

Finalmente, este proyecto deja una buena experiencia laboral al trabajar de la mano de la fundación CIELO ANIMAL.

## **2. Abstract**

Animal abuse has significantly increase in Loja city, which involves abandonment, aggression, deplorable living conditions, etc., these being direct causes for animals ending up in the streets.

This research work focuses on "raising awareness among local citizens about the good care of pets in their homes to prevent animal abuse". To accomplish this goal, different tools of graphic design were used to create illustrations and photo manipulation to subsequently incorporate them into a didactic guide. The research methods used were phenomenological, hermeneutical, and practical projective method; said methods allowed me to collect valuable information. Also, techniques such as interviews, surveys, and observation were employed. Thanks to all these factors, the idea of creating an educational didactic guide that teaches us to treat our companion animals correctly was successfully carried out.

The data collected showed that the surveyed citizens assure that there is a very high rate of animal abuse, for this reason, a didactic guide and a social-advertising campaign were created digitizing a final idea from a sketch. The intend of this guide is to inform people willing to adopt or acquire a pet, about their responsibilities as new pet owners on how to take good care of their companion animals.

Finally, this project leaves a good work experience when working in collaboration with the CIELO ANIMAL foundation.

### 3. Problemática

En el mundo existen múltiples situaciones que ponen en riesgo la vida de los animales domésticos que muchas de las veces pueden ser mortales con los mismos, las mascotas llegan a alegrar las vidas de los humanos ya que son generadores de amor y estimación.

Los peligros están inmersos en la vida de las mascotas no solamente cuando conviven en un hogar si no también en la calle donde son susceptibles a varios riesgos como: envenenamiento, maltrato, abuso de cualquier tipo, malos cuidados, esclavización, etc.

Desde el año 2000, la Humane Society de los Estados Unidos (EE. UU.) ha hecho estudios de la crueldad hacia los animales para recopilar información y elaborar un diagnóstico de la situación. (Castañeda-Hidalgo, 2011)

Por el solo hecho de ser seres vivos es necesaria su protección jurídica para prevenir actos de maltrato, crueldad, e incluso la extinción de algunas especies, dentro del tema del maltrato animal entran múltiples disciplinas que se dedican a saber por qué se produce como: psiquiatría, psicología, pedagogía, etc. (MORALES, 2017)

En América latina existen países con un alto grado de perros callejeros ejemplo de esto es México: cada año, un millón de animales de compañía, aproximadamente, sufre maltrato, según cálculos de organizaciones protectoras. Los animales de compañía son las víctimas más comunes de la crueldad, a pesar de que la crueldad hacia los gatos es mucho menos denunciada que la crueldad hacia los perros. Sin embargo, esto no quiere decir que la crueldad contra gatos u otros animales no exista. **La forma más común de causarle daño a los animales es disparándoles. Las mujeres suelen maltratar ahorcando a los animales.** (Castañeda-Hidalgo, 2011)

Debemos tener en cuenta que actualmente en el año 2018 no existe una Ley de Protección de los Animales en Ecuador si bien países vecinos, como Colombia y Perú, sí disponen de ella. El proyecto de Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA) permitirá crear conciencia sobre la defensa y los derechos de los animales y, en consecuencia, reformar el art. 585 del Código Civil ecuatoriano, en el que los animales son considerados objetos que se mueven por sí solos. Estos cambios podrían eliminar el maltrato animal y garantizar que las

personas piensen cuidadosamente antes de realizar cualquier acto que pueda producir dolor a estas criaturas vulnerables. (Terán, 2018 )

En la ciudad de Loja existe maltrato hacia los perros callejeros como en el 2019 el concejal Pablo Burneo denunció que a los perritos los exterminaban en cajas de gas masivamente la administración anterior los envenenaba, el concejal aseguro que en el 2016 ya habría denunciado la existencia de este artefacto para lo que él llama PERRICIDIOS ya que en Loja habría una cantidad de 500 perros por barrio este tipo de actos contra la vida de los animales no deberían existir por lo que después se crearon campañas y se construyeron albergues para los perritos callejeros pero el problema es que siguen habiendo perros y gatos callejeros en la ciudad y el país. (gk.city, s.f.)

En 2011 nace la fundación CIELO ANIMAL una organización protectora de los derechos de los animales sin fines de lucro, pero en el 2016 se constituyó como una organización legal ya que dentro de Loja actualmente existe mucho abandono, maltrato y muertes de animales tanto perros como gatos que es un problema social.

El propósito de esta organización es crear conciencia sobre el trato ético de animales y su tenencia responsable, así como el correcto cuidado de los animales. Los ámbitos que destacan a esta entidad es que ayudan con la educación, rescate, receptan denuncias, rehabilitación y esterilización, de esta manera se evita el incremento de animales en las calles, de maltrato que los obliga a escapar de sus hogares o del abandono por parte de sus dueños.

En conclusión, la falta de conciencia y conocimiento sobre las sanciones que se emiten por estos delitos hacen que la ciudadanía piense que tiene poder sobre ellos.

### **3.1. Planteamiento del problema**

La falta de material educativo y didáctico dentro de la ciudad de Loja, provoca el mal cuidado de las mascotas, lo que genera el maltrato hacia las mismas, durante el periodo Abril-septiembre 2021.

#### **4. Tema**

Guía didáctica para promover el correcto cuidado de las mascotas en la ciudad de Loja a través de la fundación "cielo animal" en el periodo abril-septiembre 2021

## 5. Justificación

El presente proyecto de investigación tiene como enfoque principal el cumplimiento de uno de los reglamentos académicos establecidos por la nueva ley de Educación Superior previa a la obtención del título en la Tecnología de Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

La tecnología en Diseño Gráfico está relacionada con todos los estándares visuales, transmitiendo mensajes, confianza y comunicación frente al target con la pieza grafica que se realice, utilizando herramientas tecnológicas que nos permiten solucionar cualquier tipo de trabajo publicitario, editorial, multimedia, etc. Dentro del sector productivo, social y económico.

El tecnólogo presenta un perfil con los conocimientos bastos y técnicos que se enfocan en las diferentes áreas como Edición, Ilustración, Publicidad, Branding y la creación de líneas gráficas, en las mismas que se encuentra la creación de una campaña publicitaria y guía didáctica enfocada al correcto cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal.

En la parte social se ha podido evidenciar una serie de situaciones en la cual la educación hacia los animales se ha visto violentada en la población lojana, priorizando la adopción de mascotas, con muy poco enfoque en todas las situaciones que conllevan a los animales a estar en las calles, con el tiempo han ido incrementando el incorrecto cuidado de los animalitos en de la ciudad.

En el aspecto cultural, la educación y el respeto por la flora y la fauna es global, es por esta razón que nuestro proyecto se centra en la fundación Cielo Animal de Loja para con su ayuda concientizar a la ciudadanía sobre el maltrato animal y enseñar a que se dé un buen cuidado a sus mascotas para de esta manera no violentar su integridad.

Al realizar este proyecto se hará una investigación sobre todos los cuidados a las mascotas para entender porque se da el maltrato animal, con esto dar Tip's y educar a las personas en su rol de dueños.

La propuesta es realizar una guía didáctica y campaña social-publicitaria enfocada en el correcto cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal de la mano de la

fundación Cielo Animal, partiendo de esto se creó material gráfico que consiste en la marca general, línea grafica para las redes sociales, manual de marca y un banco fotográfico de los animales, con esto se pretende ayudar a solucionar este problema en la sociedad lojana que yo como futuro diseñador gráfico he visto factible poner en práctica todos mis conocimientos adquiridos dentro de la carrera para poder solventar de algún modo la problemática actual que transcurre en la fundación y en la sociedad.

## **6. Objetivos**

### **6.1. Objetivo general**

Crear una guía didáctica mediante la elaboración de material gráfico para promover el correcto cuidado de las mascotas.

### **6.2. Objetivos específicos**

- Identificar como afecta el problema dentro de la ciudad de Loja, mediante el uso de encuestas, entrevistas y foros de opinión, para conocer el grado de educación y nivel de conocimiento de las personas acerca del maltrato animal.
- Comprender la importancia del Diseño Gráfico aplicado a material publicitario y editorial a través de fuentes bibliográficas para determinar el impacto que tendrá la campaña y guía como estrategia de comunicación.
- Construir una guía y campaña publicitaria acerca del correcto cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal mediante la aplicación de conocimientos de diseño gráfico para educar a las personas de la ciudad de Loja.
- Socializar el proyecto con el público objetivo mediante el uso de medios de comunicación para concientizar y educar a la ciudadanía.

## 6. Marco Teórico

En 2011 nace la fundación CIELO ANIMAL una organización protectora de los derechos de los animales sin fines de lucro, pero en el 2016 se constituyó como una organización legal ya que dentro de Loja actualmente existe mucho abandono, maltrato y muertes de animales tanto perros como gatos que es un problema social.

El propósito de esta organización es crear conciencia sobre el trato ético de animales y su tenencia responsable, así como el correcto cuidado de los animales. Los ámbitos que destacan a esta entidad es que ayudan con la educación, rescate, receptan denuncias, rehabilitación y esterilización, de esta manera se evita el incremento de animales en las calles, de maltrato que los obliga a escapar de sus hogares o del abandono por parte de sus dueños.

### 7.1. Marco Institucional:

Figura 1: Logo de la fundación



Fuente: Directora de Cielo Animal

Nota: Imagen obtenida dentro de la fundación

#### 7.1.1. Misión

Crear un ámbito humano y sostenible para todos los animales de todas las especies, poniendo fin a prácticas crueles, incentivando la ética y respeto a los animales no humanos.

#### 7.1.2. Visión

Extender el trabajo y protección por los animales en todo el mundo, promoviendo el vínculo entre humanos y animales, protegiendo a los animales en estado vulnerable, apoyar el bienestar de los animales denominados de granja, detener el abuso y comercio de la vida silvestre, reducir y eliminar la experimentación animal y en generar, velar por el bienestar integral para todos los animales fuera de la especie humana.

# CAPÍTULO I

## 7.2 Marco conceptual

### 7.2.1. Enfoques teóricos de delimitación del Sector Instituciones sin Fines de Lucro

En la literatura anglosajona las entidades no lucrativas se caracterizan por cinco requisitos básicos propuestos por Salamon y Anheier:

**Organización formal:** es decir, la entidad debe estar estructurada, con objetivos claramente establecidos, identificación de su masa social y, normalmente, con un estatuto legal específico.

**No lucrativa:** lo que significa que no pueden distribuir beneficios a las personas que controlan la entidad. Si se obtienen beneficios se destinan al desarrollo de sus fines o se reinvierten.

**Autogobierno de la propia entidad:** disponiendo ésta de una regulación propia de sus órganos de gobierno que no pueden estar sometidos a otras entidades, ni públicas ni privadas.

**Participación voluntaria:** en el desarrollo de sus actividades, lo que supone que la entidad utiliza, trabajo no remunerado, o donaciones altruistas sin perjuicio de que también se contrata en el mercado factores productivos remunerados. (José Barea, 2001)

### 7.2.2. Correcto cuidado de mascotas y prevención del maltrato animal

La responsabilidad de adquirir un animal inicia mucho antes de que llegue a casa, pues es nuestro deber asegurarnos que el lugar de donde procede sea legal y mantenga a los animales en buenas condiciones. Para tener un animal sano y bien socializado, tenemos que invertir en él. El día que usted lleva a casa su nuevo amigo, ya debe contar con ciertas cosas para que su estadía sea lo mejor posible. (Manual básico de tenencia responsable de perros y gatos)

El correcto cuidado a las mascotas se da en el momento que uno acepta la responsabilidad de tener al animalito en el hogar, el problema radica en la desinformación de las personas frente a esto desconociendo en su mayoría el modo de alimentación, etc.

### **7.2.3. Relevancia del problema**

Frente a las distintas problemáticas que la globalización conlleva, los movimientos sociales han surgido como actores sociales que desafían el nuevo orden mundial y enfrentan las transformaciones que viven nuestras sociedades; este es el caso del animalismo, que mediante el reclamo y la acción colectiva busca despertar una respuesta ética en los humanos presentando una opción capaz de impulsar un nuevo paradigma que sustituya al antropocentrismo. (Gabriela, 2015)

La falta preocupación por las mascotas es grave porque las autoridades se cierran al momento de ayudar a concientizar y salvaguardar la vida de los animales lo que provoca que se creen movimientos particulares para defender a toda costa la vida de los peluditos, no solo sucede dentro del país si no que en la ciudad se ve mucho el desinterés por los mismos.

### **7.2.4. Factores que influyen en el maltrato animal**

Muchas personas no son o no quieren ser conscientes del holocausto al que hemos y estamos llevando a millones de animales. En estas circunstancias, para lograr la integridad ética del animal humano no necesitamos una nueva moral, solo tenemos que dejar de excluir de la existente a los animales.

Para satisfacer a la industria peletera se sacrifican 384000 animales por día en todo el planeta. Millones de ellos viven encerrados en minúsculas jaulas de granjas peleteras hasta que alcanzan el tamaño adecuado. Algunos son sacrificados antes de nacer, como en el caso del astracán, procedente de las crías de ovejas karakul; se necesitan 35 ejemplares para hacer un abrigo. (Ivanovich, 2013)

Estas pobres especies sufren torturas y muertes para vestir a las personas algo que no debería existir sin contar a los animales de compañía que de igual forma sufren el mismo daño físico y psicológico por parte de sus dueños, el cambio está en la educación, las personas no dejaran de maltratar si ignoran la gravedad de ello.

## CAPÍTULO II

### 7.2.5. Campaña publicitaria

La publicidad básicamente es un proceso estratégico en el que se va a utilizar material gráfico y textual para hacer llegar el mensaje a nuestro público objetivo.

Para ello, partiremos del briefing, el documento clave, elaborado generalmente por el anunciante fruto de una labor de investigación previa, que recoge los elementos básicos que servirán de base para el posterior desarrollo de la estrategia publicitaria, tras la pertinente aprobación, la agencia llevara a cabo todas las actividades gráficas y de medios. (Vilajoana Alejandro, 2014)

El éxito de todo diseño y pieza grafica es el briefing, la estructuración, la armonía y sobre todo el estudio previo al público objetivo en el caso de una campaña publicitaria son la clave para saber a quién nos enfrentamos.

### 7.2.6. ¿Cómo se hace una buena campaña?

Los buenos planificadores de campañas explotan el modo como la opinión y la presión públicas pueden influir en el cambio político y en la reorientación de los comportamientos y prácticas culturales. Para que una campaña tenga éxito necesita una buena preparación. Primero debe elaborarse un plan exhaustivo que incluya los elementos siguientes:

un punto inicial - una meta ambiciosa, unos fines alcanzables y unos objetivos mensurables - un lema e identidad - grupos y entornos destinatarios definidos - mensajes fundamentales - materiales fundamentales - acciones fundamentales - obtención de fondos y recursos - vigilancia y evaluación - un punto final. (CÓMO PREPARAR UNA CAMPAÑA , 2004)

La estrategia, el estudio de mercado, y estructurarla desde el inicio hace que se tenga una correcta noción de cómo se va a desarrollar la campaña ya dentro de la sociedad, todos los

estudios se realizan con el fin de lanzarla y que tenga el éxito esperado además de poder llegar a la población con nuestro mensaje.

### **7.2.7. Pasos para lanzar una campaña publicitaria**

Análisis de la situación, Definir las audiencias objetivo (quien), Mensajes para ser comunicados (que), Determinar los canales de comunicación y los instrumentos promocionales (cómo), Implementar la estrategia (cuándo). (Neciu, 2019)

Los pasos para realizarla sirven para ser ordenados y ejecutarla de manera correcta.

Al finalizar la campaña se evalúa los resultados, esto sirve para saber si tuvo alcance, éxito o fracaso. Al momento de realizarla sin esta estructura previa se corre el riesgo de tener más fracaso que triunfo.

### **7.2.8. El público objetivo**

A partir del conocimiento a fondo del producto, el mercado y la competencia, hay que definir a qué público irá destinado el mensaje publicitario.

Muy pocos productos son de uso generalizado, es decir, sus consumidores pertenecen a cualquier clase social, pueden ser niños, jóvenes, ancianos, hombres o mujeres, etc. Para que una campaña sea realmente eficaz hay que determinar qué clase de consumidor compra el producto, pues cuando se elabore el anuncio siempre se tendrá presente a este consumidor.

Los principales datos que deben conocerse sobre el consumidor son: - Edad - Sexo - Estado civil y número de hijos - Ocupación - Pertenencia social — Lugar de residencia. (F. Erickson, 2010)

El público objetivo es una pieza clave para que la campaña tenga éxito porque no se puede lanzar un producto o servicio al mercado para quien quiera comprar, no todo es para todo el mundo es por eso que hacer un estudio de mercado es muy necesario antes de arriesgarnos a la ligera.

### **7.2.9. La estrategia creativa**

La estrategia creativa, no es la idea creativa, si no que nos conduce hacia ella, por el camino del análisis erudito y la reflexión intelectual.

Aquí, nos encontramos con la primera diferencia básica que la separa de la estrategia de comunicación. Esta nos permite orientarnos en pos de la construcción del mensaje. Mientras que la estrategia creativa se dirige hacia la construcción de la idea.

Esta técnica nos guía en el proceso después de haber recopilado la información en base al diseño que estemos intentando crear, la estrategia creativa nos conduce a la solidificación de la idea que será digitalizada y presentada al cliente. (A. Roig, 2013)

### **7.2.10. El color**

El color es un tópico sumamente complejo, basado en la física, la fisiología, la psicología, el arte y el diseño gráfico. La fisiología de la visión y las teorías de la percepción son áreas de investigación activas.

Según sus propiedades, algunos objetos reflejan la luz (pared, escritorio, papel), mientras que otros transmiten la luz (papel celofán, vidrio). (Guerrero, 2015)

El color es un factor indispensable en el diseño y la vida, el color cumple la particularidad de ser un agente atrayente hacia el público, por lo que dentro de las campañas publicitarias es debidamente escogido para poder atraer y transmitir el mensaje correctamente.

### **7.2.11. Combinación y armonía**

Combinación es la mezcla de dos o más colores, que utilizamos para obtener un tercer color. Por armonía vamos a entender la buena proporción y correspondencia, entre colores diferentes.

Los principales tipos de armonía son:

**Monocromáticas.** En esta armonía interviene un solo color, en todos sus diferentes matices. Obtenemos dichos matices agregando blanco o negro. Por ejemplo, usamos el amarillo degradado, pero siempre será el mismo color el que utilizemos.

**Complementarios.** Son complementarios aquellos colores que quedan uno frente al otro en el círculo cromático. En el círculo que venimos utilizando son complementarios: Amarillo y violeta. Amarillo naranja e índigo. Anaranjado y azul. Bermellón y turquesa. Rojo y verde.

**Tríos armónicos.** Si en el círculo cromático unimos por líneas rectas, el rojo, azul y amarillo, hemos dibujado un triángulo equilátero. Los colores que quedan en los vértices de dicho triángulo forman un trío armónico; lo mismo ocurre con el naranja, violeta y verde; solferino, amarillo naranja y turquesa; bermellón, índigo y verde amarillento. Al combinar cualquiera de estos colores se elaboran armonías por tríos armónicos.

**Neutralizados.** En esta armonía a todos los colores les agregamos gris y a cada uno de ellos un poco de su complementario, el resultado que obtendremos es que todos los colores son más o menos neutros; ninguno destaca, no hay estridencias. Salvo usos especiales esta armonía tiene poca aplicación en publicidad. (Estrategias de la promoción de ventas: color y sonido , s.f.)

La selección del color es una parte muy importante porque debemos tener en cuenta lo que queremos comunicar con los colores y a qué tipo de público queremos atraer, mediante estas técnicas de armonías de color es como vamos a estructurar la estética del diseño.

### **7.2.12. Qué es la tipografía**

En la actualidad con la palabra tipografía se pretende englobar o encerrar muchas actividades que partieron de un origen común y luego se ramificaron. Por lo que podríamos decir que la tipografía es la disciplina que permite reproducir un mensaje mediante la palabra impresa, que encierra el diseño y la forma de organizar las palabras y oraciones, ya sean estas puestas en líneas o en bloques sobre la página. (Luciano, 2003)

La tipografía está adaptada para atraer la atención del espectador en un texto, mantener su atención dentro del campo de la publicidad y el branding, etc. Además, funciona de la misma manera creándola o usando tipografías preestablecidas.

### **7.2.13. La importancia de la tipografía en la publicidad**

La tipografía tiene un valor importante en el diseño gráfico y contribuye de manera decisiva a que los mensajes publicitarios logren el propósito persuasivo que persiguen.

De hecho, al igual que ocurre con los colores, las tipografías también transmiten emociones y sensaciones. (PROPIETARIOS)

La elección de una buena tipografía no solo da estética y funcionalidad al diseño, se convierte en un elemento atrayente para el público, porque el color, la forma, actúa en el subconsciente humano incitándolo a consumir el producto o servicio.

### **7.2.14. Qué es el diseño editorial**

El diseño editorial es la rama del diseño gráfico, la información que se especializa en la maquetación y composición de distintas publicaciones tales como libros, revistas o periódicos.

Incluye la realización de la gráfica interior y exterior de los textos, siempre teniendo en cuenta un eje estético ligado al concepto que define a cada publicación y teniendo en cuenta las condiciones de impresión y de recepción. Se busca lograr una unidad armónica entre el texto, la imagen y diagramación. (Rosas, 2012)

El diseño editorial ayuda en la educación y comunicación de las personas con revistas, guías, libros, periódicos, etc. Pero también entra la forma de impresión en las que se impregna el diseño utilizando diferentes tipos de tintas y maquinaria para que la calidad de la impresión sea la mejor que haya.

### **7.2.15. Etapas del diseño editorial**

De manera muy general se puede comentar que las etapas del diseño editorial son: creación, edición, diseño y producción.

**En la etapa de diseño**, se determinan los espacios desde el tamaño y proporción de la hoja hasta el acomodo visual de los elementos (retícula, mancha tipográfica, espacios blancos, etc.)

**La etapa de producción**, observa el resultado final. Los criterios anteriores son en si planeación para estructurar el mensaje. El trabajo real se hace en esta etapa que consta en plasmar todos los conceptos dentro del estilo de la publicación y construir el producto final (libro, revista, folleto, periódico, etc.) (Hdez, 2012)

Toda etapa y proceso es un sistema que debemos seguir para poder estructurar correctamente cualquier diseño o pieza editorial.

### **7.2.16. Producción editorial**

es un proceso compuesto de diversos pasos, los cuales van desde la creación de un producto editorial por parte del autor, en este caso un libro, hasta el consumo del mismo por parte del lector. Cada paso del proceso se realiza por personal especializado.

A continuación, se describe el trabajo de cada uno de ellos: autor, editor, diseñador, corrector, prepressista/ impresor, encuadernador, distribuidor, librero lector. (AKL, 2014)

Es un sistema en el que se debe seguir cada parte, es importante que deba ir en el orden establecido, si se irrespeta este proceso simplemente el diseño no será funcional.

### **7.2.17. Formato de publicación**

A la hora de realizar un proyecto de maquetación se hace imprescindible conocer cuál será el medio (físico o no) en el que se va a presentar el trabajo y cuáles serán sus atributos.

Es obvio que no es lo mismo diagramar un contenido para ser publicado en una revista, impreso en folletos o expuesto en carteles. Esto, además de tener que ver con el tipo de

receptor, tendrá relación con la forma y dimensiones del soporte. Será posible encontrar publicaciones cuadradas, rectangulares, alargadas, compactas, grandes, pequeñas, etc. (Castro Tirado, 2016)

La diagramación cambia y es diferente en cada formato de publicación por eso es importante conocer primero el medio para el cual se va a realizar el diseño.

### **7.2.18. Elementos de una composición**

**Tipografía:** la tipografía es un factor fundamental para la legibilidad y para conectar con lo que queremos expresar a través del texto.

**Formato:** este elemento define la forma y la dimensión de los productos finales, es decir, cómo será presentado al cliente.

**Papel:** según el papel que se escoja el diseño se ajustará mejor a los colores, hará destacar los elementos gráficos y hará posible una lectura más afín al medio.

**Color:** se trata de un elemento que determina la forma de percibir lo que se quiere transmitir.

**Elementos gráficos:** además de imágenes, un diseño editorial puede contar en ocasiones con otros elementos como infografías, mapas, ilustraciones, etc.

**Retícula:** se trata de una de las herramientas más importantes, ya que es el elemento que aporta coherencia al diseño. (Josué, 2018)

Los elementos de una composición editorial son la parte principal de la pieza gráfica a realizar, ya que con esto marcamos la estructura del diseño y obtenemos funcionalidad estética y armonía.

### 7.2.19. Normas de composición

Cabecera, Titular o Encabezado, Subtitular, Entradilla, Flash, Párrafos, Destacados, Publicidad, Capitulares, Huérfanas o Viudas, Ríos o calaveras, etc. (Leonardo Guerrero Reyes, 2016)

Las normas de composición nos permiten crear un diseño armónico y bien estructurado además que todos estos factores sirven para no aburrir ni crear cansancio visual en el espectador aplicando organización para que el diseño no esté desordenado.

### 7.2.20. Formatos de papel

**Resma:** - 500 hojas de 70 x 100 mm, Media resma - 250 hojas, Cuarta - 125 hojas, Quinta - 100 hojas, Mano – 25 hojas, Dedo – 5 hojas, Pliego – 1 hoja.

**Del pliego:** 72x102 cm. 70x100 cm. 65x90 cm. 63x88 cm. 52x70 cm. 45x64 cm. 43x61cm. 32x45 cm.

**Formatos standard ISO DIN:** Serie A (papel de medidas sucesivas): A0: 841 × 1189 mm. (1 m2.) A1: 594 × 841 mm. A2: 420 × 594 mm. A3: 297 × 420 mm. A4: 210 × 297 mm. A5: 148 × 210 mm. A6: 105 × 148 mm. A7: 74 × 105 mm. A8: 52 × 74 mm. A9: 37 × 52 mm. A10: 26 × 37. (Hernandez)

Estos son los formatos de medida de papel más comunes en el diseño editorial se usan dependiendo del tipo de trabajo que se vaya a realizar.

### 7.2.21. Páginas preliminares

Guardas, Portadilla, Contraportada, Portada, Página legal, Dedicatoria, Agradecimientos, Presentación, Índice de contenidos, Prólogo / Introducción. (Fernández, 2017)

estas páginas son demasiado importantes, son las que nos muestran quien está detrás del diseño, el cómo este compuesto, el contenido, sin estas páginas no habría orden ni estructura.

### **7.2.22. Impresión digital**

OFFSET RÁPIDO, OFFSET DIGITAL, OFFSET SIN AGUA Waterless, Planchas térmicas para impresión, IMPRESIÓN DIGITAL, Toner, Inyección de Tinta. (Montoliu, IMPRESIÓN DIGITAL, 2016)

Se debe conocer los tipos de impresión y tener en cuenta el acabado que queremos darle a nuestro diseño en su fase impresa el tipo de impresión también mejora o empeora el si no se elige de manera correcta.

### **7.2.23. ¿Qué es la sobreimpresión y reserva de objetos?**

Cuando debe superponerse un objeto a otro (como cuando queremos imprimir un objeto en primer plano sobre un fondo), se puede elegir entre: Sobreimpresión: imprimir el objeto directamente sobre el fondo, o bien.

Reserva: reservar un hueco con la misma forma que ese objeto e imprimirlo sobre el papel en blanco en el área vacía resultante de la reserva. (CEVAGRAF, 2014)

la sobreimpresión utiliza 2 formatos, en la primera que se plasma el diseño sobre un fondo completo de color y en la segunda que va el diseño sobre el fondo, pero esta un espacio en negativo con la forma del diseño donde iría impreso.

### **7.2.24. La imagen en los medios impresos**

Existen dos maneras de tratar una imagen: de manera semántica literal y de manera metafórica o semiológica. Aunque una imagen en sí ya representa un lenguaje y nos relata una historia, su utilización en los medios impresos es diferente. En un diario la información que se muestra debería ser una copia de la realidad, porque representa información, complementa el hecho noticioso y por ética debe carecer de cualquier tipo de manipulación, distorsión o alteración de la realidad. Ya para otro tipo de impresos como una revista o un folleto, puede existir un proceso creativo donde se planifique la foto, se trabaja el concepto y se manipulan los elementos fotográficos para obtener un resultado determinado, esto es algo que se usa mucho

en la fotografía de moda, ya que el mensaje que se envía requiere de toda una producción acorde al concepto. (Bosco, 2009)

Dentro de la guía que se va a realizar entra la imagen metafórica o semiológica como técnica porque lo que se busca es crear composiciones fotográficas que despierten emociones y su vez eduquen al lector, combinándolas con textos persuasivos acordes al concepto que se le da a la fotografía.

#### **7.2.25. La revista como pieza editorial**

La revista es un tipo de publicación impresa de forma periódica, ya sea mensual, semanal o quincenal. Se puede encontrar en dos versiones, impresa y online, a través de 25 dispositivos electrónicos, como la computadora, la tableta, el celular, entre otros. Se pueden considerar como antecedentes de la revista las publicaciones periódicas, en forma de almanaques, que no solamente eran informativas, sino que incorporaron a sus páginas una variedad de lecturas. (Testorelli, 2016)

Es una publicación periódica en forma de cuaderno con artículos de información general o de una materia determinada, así como en distintas áreas: información científica, farándula y en este caso educativa, en ciertos casos cuenta con ilustraciones.

#### **7.2.26. Estructura para revista**

Número de columnas en cada página y dimensiones de la misma, Tamaño del filete, Color que se aplica a los titulares, Tipografía estándar y tamaños utilizados, así como el interlineado usado.

El estilo de la portada, secciones, encabezados y compaginación. La forma de presentar las imágenes u otros elementos ornamentales. (Sistemas Editoriales)

La estructura de una revista es un formato que hace que el diseño sea armónico, funcional y estético lo que es algo primordial a la hora de comunicar y transmitir con la pieza gráfica.

## **8. Diseño metodológico**

El diseño metodológico es la descripción detallada y precisa de las estrategias y procedimientos de cómo se va a realizar la investigación. Los elementos que deben incluirse en el diseño metodológico deben estar relacionados de forma lógica, congruente, presentados, ordenados de manera coherente y sencilla (Diseño metodológico y tipos de estudios. (E. Raul Ponce Rosas, 2015)

### **8.1. La metodología de la investigación**

Este concepto se utiliza en sentidos diferentes, para hacer referencia a los pasos y procedimientos que se han seguido en una indagación determinada, para designar los modelos concretos de trabajo que se aplican en una determinada disciplina o especialidad y también para hacer referencia al conjunto de procedimientos y recomendaciones que se transmiten como parte de la docencia en estudios superiores. (Sánchez, 2015)

#### **8.1.1. Métodos de investigación**

Dentro de este proyecto de investigación se emplearán los siguientes métodos investigativos: método fenomenológico, hermenéutico y práctico proyectual.

#### **8.1.2. Método fenomenológico**

Para Husserl (1992), “la fenomenología otorga un nuevo método descriptivo y una ciencia apriorística que se desglosa de él y que está destinada a suministrar el órgano fundamental para una filosofía rigurosamente científica”. En otras palabras, formaliza una crítica a la ciencia en la modalidad de trabajo, basado en cantidades medibles, hechos cuantificables; sin tener conciencia de lo que está haciendo. (Guillen, 2019)

Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en un Método Fenomenológico que inicia con la aproximación a la fundación cielo animal, continua con el desarrollo de entrevistas y encuestas a la fundación y el público de la empresa y se concluye con la recopilación de datos sobre los factores que inciden en la desinformación de la población frente al maltrato animal y el cuidado de los animales de compañía.

### **8.1.3. Método hermenéutico**

El método hermenéutico es una forma de análisis que tiende a la interpretación, se aplicó inicialmente al estudio de textos, pero posteriormente a lo largo del tiempo se ha aplicado en diferentes contextos.

En su esencia la hermenéutica y el método hermenéutico reconoce en todo texto, objeto, palabra y acción un sentido doble: El literal, y un sentido pragmático, analógico o alegórico. (Arango, s.f.)

La segunda parte del proyecto se realiza mediante el Método Hermenéutico que inicia con la comprensión de la importancia del diseño gráfico aplicado a la editorial y la publicidad continua con la relación de saberes encontrados en fuentes bibliográficas, y experiencias que concluye con la redacción y selección de información acerca de la guía y la campaña.

### **8.1.4. Método práctico proyectual**

(Munari) define el método proyectual como una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia.

Munari especifica que los pasos a seguir dentro de esta metodología son los siguientes:

- Problema.
- Definición del problema.
- Elementos del problema.
- Recopilación de información.
- Análisis de datos.
- Creatividad.
- Materiales y tecnología.
- Modelos.
- Solución.

La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual que inicia con la construcción de una guía didáctica y campaña publicitaria dentro de la ciudad de Loja,

continúa con la descripción de los beneficiarios, cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación, y concluye con la defensa del proyecto en el instituto sudamericano de Loja.

## **8.2. Técnica de recolección de datos**

Por la presente ayuda de técnicas y herramientas como la entrevista, encuesta y la observación, se logra obtener una recolección de datos que nos dan paso a crear antecedentes con el propósito de receptar información útil para la investigación.

### **8.2.1. Observación**

Se describe la utilización de esta estrategia de observación para generar e impulsar procesos de participación e indagación en el ámbito del deporte escolar, construir y conformar contextos de aprendizaje implicando a la comunidad educativa. En este sentido el objetivo del estudio se centra, por una parte, en describir la construcción de los contextos de aprendizaje que el uso de la estrategia ha fomentado y, por otra, en desvelar el desarrollo interno de la propia estrategia dando cuenta de las herramientas derivadas de ella. (Rekalde, Vizcarra, & Macazaga, 2014)

Esta técnica se aplica para evaluar, enfocar y obtener información sobre el conocimiento de las personas frente al bienestar animal; en el presente proyecto, la observación se enfocará en la creación de una guía y campaña publicitaria dentro de Loja.

### **8.2.2. Encuesta**

La técnica de investigación es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz. Con este trabajo se plantea el objetivo de familiarizar al lector con esta técnica de investigación, describiendo brevemente los pasos que deben seguirse en la realización de una encuesta, centrando el interés fundamentalmente en la elaboración de su instrumento básico, el cuestionario. (J.Casas Anguita, 2002)

Esta recolección informativa empieza a establecer el contacto con las primeras impresiones obtenidas de la observación, por medio de un cuestionario compuesto de preguntas, que serán selectas para así obtener información sobre la población objetiva. La encuesta se

aplicará a la ciudadanía y a la fundación con la finalidad de saber el enfoque práctico del proyecto.

### **8.2.3. Entrevista**

La entrevista es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan –como mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio. (Folgueiras)

Esta técnica tiene un propósito específico, utilizando preguntas y respuestas se crea una conversación mutua donde se obtendrá información específica; la entrevista será aplicada a la directora de la fundación cielo animal por su amplio conocimiento y posición dentro de la entidad, la cual será hecha vía plataformas digitales y así poder recolectar la mayor información posible.

### **8.3. Proyección de la población y determinación de la muestra**

Para conseguir el tamaño de muestra se tomó el universo de la población de la ciudad de Loja con un total de 214.855 habitantes del último censo del 2010.

#### **8.3.1. Aplicación de la fórmula:**

Z = nivel de confianza del 95 % equivalente a 1.96

N = Población

P = probabilidad a favor 0.5

q = probabilidad en contra 0.5

e = error de estimación 0.05

n = tamaño de la muestra

f año actual = año a proyectar

f año base = población año 2010

l = constante

i = tasa de crecimiento poblacional

n = # años a proyectar

### 8.3.2. proyección de la población

$$F \text{ año actual} = f \text{ año base } (1 + i)^n$$

$$2021 = 214.855 (1 + 1.1\%)^{11}$$

$$2021 = 214.855 (1 + (1.1 \div 100))^{11}$$

$$2021 = 214.855 (1 + 0.011)^{11}$$

$$2021 = 214.855 (1.011)^{11}$$

$$2021 = 214.855 (1.12)$$

$$2021 = 240.6376 \text{ habitantes}$$

### 8.3.3. Determinación de la muestra

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{(N - 1)(E^2) + Z^2(P)(Q)}$$

$$n = \frac{240.638 (1.96^2) (0.5) (0.5)}{(240.638 - 1)(0.05^2) + (1.96^2)(0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{240.638 (3.84) (0.25)}{240.637 (0.0025) + (3.84) + (0.25)}$$

$$n = \frac{240.638 (0.96)}{601 + 0.96}$$

$$n = \frac{231.012}{602}$$

$$n = 383.$$

## **9. ANALISIS Y PRESENTACION DE RESULTADOS DE LA OBSERVACION**

Con la ayuda de la entrevista y la encuesta se podrá recolectar información muy útil para la realización de la parte gráfica, que es muy necesario para no incluir propuestas discordes a lo que realmente importa.

### **9.1. Entrevista**

Será dirigida a la Abg. Diana Aguilar directora de la fundación Cielo Animal con la finalidad de receptar información con respecto a su labor social.

#### **¿Cuál es el trabajo que realiza la fundación cielo animal en la ciudad de Loja?**

Hemos tenido 10 años de labor a favor de los animales dentro de nuestros principales objetivos esta trabajar con campañas de concientización, campañas masivas de esterilización también ejecutar política pública como ejemplo: participar en ordenanzas municipales como fauna urbana, donde pudimos participar directamente en su elaboración y hacer rescate y ayuda emergente a animales que se encuentran en estado vulnerable, se ha dejado de lado el rescate lastimosamente por recursos económicos, tiempo y espacio no permiten seguir ayudando a más animales y es bastante complicado y agotador por las deudas que se nos vinieron encima a causa de la pandemia, alrededor de CINCO MIL DOLARES es lo que se debe solo en veterinaria entonces hemos dejado de respaldar porque por más que queramos no podemos seguir solventando más gastos entonces ahora estamos dedicados en poder saldar esas deudas para próximamente retomar la ayuda como la veníamos realizando, también en estos últimos tiempos no podemos seguir haciendo rescates emergentes nos estamos dedicando a lo que es inspección y veeduría respecto a temas como el zoológico entonces en ese sentido estamos trabajando hasta poder como te digo saldar esas deudas que realmente son un gran peso que tenemos encima.

**¿Considera usted que en la ciudad de Loja existe maltrato animal o algunos otros factores como abandono, negocio de animales o explotación por qué?**

Bueno claro que si todo lo que radica en abandono, explotación de animales y el otro punto fue el que me mencionaste, bueno todos ellos están inmersos dentro del maltrato se da todos los días, tenemos un aproximado de CINCO denuncias diarias por día entonces es realmente alarmante que en nuestra ciudad existe mucha ignorancia, mucha insensibilidad por parte de las personas, mucha indiferencia también porque la mayoría de los animales que son maltratados son aquellos que viven dentro de hogares, dentro de familias entonces es preocupante saber que en nuestra sociedad, en nuestra ciudad tenemos posibles maltratadores recordemos que el maltrato animal es la antesala al maltrato social y realmente es algo contradictorio llamarnos una ciudad cultural cuando tenemos índices muy elevados en cuanto al maltrato animal hay situaciones que todos los días como te digo nos reportan casos de maltrato familias que no alimentan a sus animales los tienen confinados en terrazas, en patios y es algo realmente penoso que estas situaciones se den a diario, por ejemplo la venta de perros o gatos que existen en los mercados en las veterinarias mismo y eso también forma parte del maltrato porque se está viendo a los animales como fin lucrativo, como negocio incluso a las perritas que las hacen parir cada 6 meses y eso no está bien a parte el abandono a diario cuando un perro esta anciano, cuando la familia no puede asumir gastos especialmente cuando los perros se enferman la vía más fácil es abandonarlos.

**¿Para ustedes como fundación cual es el desafío que enfrentan al momento de rescatar o encontrar un hogar para una mascota?**

Bueno son varios desafíos primero el factor económico que a todos nos afecta en todo sentido, otro que es muy complejo encontrar familias que realmente asuman ese compromiso de DIEZ O QUINCE años es algo muy complejo esos son los retos más grandes y otro que sería el económico también destaca el espacio porque no se tiene un lugar donde poder acoger a más animales y en cuanto a las adopciones te comentaba que es muy complicado porque muchas personas se ilusionan por ejemplo viendo un cachorro sin embargo no saben toda la responsabilidad que conlleva tener ese animal el limpiar sus desechos todos los días 3 veces al día o cuatro atenderlos gastar en vacunas gastar en esterilización gastar en desparasitación más aun cuando se enferman son costos que pasan de los CIEN dólares DOSCIENTOS dólares y esto no lo piensa la gente, piensan que es así nomás tener por tener y bueno nosotros en ese

aspecto hemos tratado un poco de cambiar esa perspectiva errónea que tienen las personas al momento de adoptar por eso somos criticados muchas veces porque dicen que hacemos mucho lío para dar en adopción y no es así ósea a nosotros nos cuesta mucho sacrificio el recuperar a los animales nos cuesta nuestro tiempo, desgaste físico y mental porque es un cúmulo de todo entonces no vamos a dar a cualquier persona a nuestros rescatados por eso damos ciertos filtros para por medio de esto pues no garantizar al CIENTO POR CIENTO, como dicen muchas veces “caras vemos corazones no sabemos” sin embargo nos permitimos mínimamente poder velar por el bienestar de ellos y saber que quedan dentro de una familia que asume el compromiso de tener responsablemente un perro o un gato de por vida y darle lo necesario, después de la adopción debemos trabajar con el seguimiento imagínate es algo como que todavía tener que dar seguimiento como si fueran niños guaguas que no saben cuidar entonces realmente es un trabajo sacrificado que tenemos que hacer sin embargo por el bien de ellos lo seguiremos haciendo.

**¿Conoce usted la existencia de alguna didáctica en donde se señale el correcto cuidado de las mascotas dentro del hogar?**

No existe no existe a no ser que las personas que adopten pues googleen y se informen pero de ahí no existe un material didáctico, nosotros hicimos recientemente un pequeño manual muy simple con palabras muy entendibles para que las personas puedan familiarizarse pero es únicamente con respecto a los gatos porque no es lo mismo adoptar un perro que un gato, si bien son más independientes y todo pero son una especie más especial y no son como los perros más que todo porque estamos acostumbrados en nuestra cultura a dejar salir a los gatos o tener la idea errónea de que deben salir pero todos los días se pierden animales atropellan animales y los envenenan y para la gente está bien dejarlos salir entonces a cada adoptante de gatos le damos este manual para que ellos sepan informarse y puedan hacer bien las cosas.

**¿Para que la ciudadanía conozca la existencia de esta guía cuál cree usted sería el mejor medio para poderlo dar a conocer?**

Bueno pueden ser diferentes plataformas, pero siempre las redes sociales, los medios de comunicación radio, televisión también la publicidad impresa con hojas volantes y sería bueno

compartir de manera gratuita esta guía para que las personas se interesen lo lean y bueno serian estos medios.

### **¿Qué criterio tiene usted acerca de este proyecto como aporte a la ciudadanía?**

En cuanto a ello me parece excelente porque nadie más lo ha impulsado como te digo recientemente nosotros hicimos un pequeño manual y me parece excelente porque es algo que necesitamos e inclusive se lo puede llegar a compartir en los centros educativos escuelas, colegios y universidades porque somos muy ignorantes en este tema por eso es que pasa lo que pasa porque ignoramos toda esa información que debería ir de cajón y sucede después que sufren los animales entonces es realmente una iniciativa muy valiosa de parte tuya en este caso para que de este modo la ciudadanía se eduque y se concientice yo creo que es algo que si va a dar frutos porque, recuerdo cuando estaba en la escuela 7mo grado llego una fundación que en ese entonces funcionaba en nuestra ciudad que era HUELLAS y ellos nos entregaron trípticos y uno pues de niña tiene la mentalidad más sensible y empezamos a ojearlo y es así donde nace la sensibilidad y la empatía por ellos.

#### **9.1.2. Encuesta**

Para llevar a cabo esta etapa de proceso de investigación se recolectaron 383 cuestionarios la cual definirá el porvenir de la investigación a continuación se muestra la información obtenida.

#### **Seleccione su género**

Masculino

Femenino

#### **1 ¿Tiene usted una mascota en su hogar?**

SI

NO

#### **2 ¿Considera que en nuestra ciudad existe MALTRATO ANIMAL?**

SI

NO

**3 ¿Para usted maltrato animal es?**

- a) Abandono
- b) No alimentarlos
- c) Usarlos como negocio
- d) Golpearlos
- e) Explotarlos

**4 ¿Cree usted oportuno la elaboración de una guía didáctica en donde se señale el cuidado correcto de una mascota dentro del hogar?**

SI

NO

**5 ¿Para conocer la existencia de esta guía didáctica cual es el medio que usted considera oportuno para que se publique?**

- a) Redes sociales
- b) Blogs
- c) Publicidad impresa
- d) Radio

### 9.3. Análisis de Resultados Encuesta

#### Pregunta N°1

Seleccione su Género

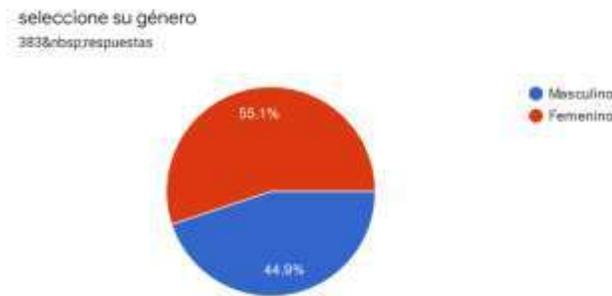
Tabla 2 GÉNERO

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Femenino</b>	172	44.9%
<b>Masculino</b>	211	55.1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

#### Gráfico N.1

Gráfico 1: GÉNERO



Fuente: Bryan Calvachi  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

#### Análisis cuantitativo

Se puede deducir que en el siguiente gráfico el 55.1 % que corresponden a 211 personas de la población encuestada son de género femenino mientras que el 44.9 % pertenece a 172 personas son de género masculino.

## **Análisis cualitativo**

De los resultados obtenidos en esta pregunta cómo se señala una mayor cantidad de respuestas son parte del género femenino frente al masculino.

## Pregunta N°2

¿Tiene usted una mascota en su hogar?

Tabla 3 (SI/NO)

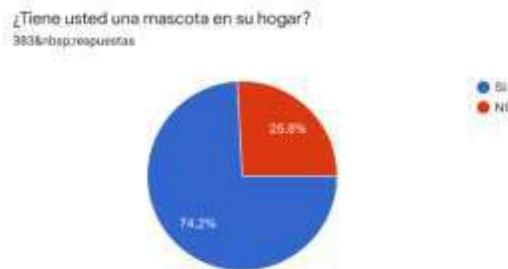
Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>SI</b>	284	74.2%
<b>NO</b>	99	25.8%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Gráfico N.2

Gráfico 2: SI/NO



Fuente: Trabajo de campo

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Análisis cuantitativo

Se puede deducir que en el siguiente gráfico el 74.2 % que corresponde a 284 personas de la población encuestada si tiene mascotas en su hogar superando al 25.8 % que pertenece a 99 personas que no tienen animales de compañía en sus casas.

### Análisis cualitativo

De los resultados obtenidos en esta pregunta cómo se señala en el gráfico la mayoría de las personas encuestadas cuentan con mascotas en sus hogares. Podemos indicar que existe un número menor de personas que no las tienen.

### Pregunta N°3

¿Considera que en nuestra ciudad existe maltrato animal?

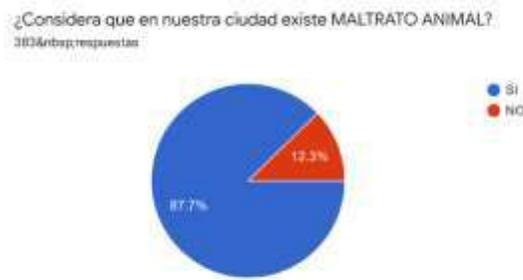
Tabla 4 (SI/NO)

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>SI</b>	336	87.7%
<b>NO</b>	47	12.3%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Gráfico N.3

Gráfico 3: SI/NO



Fuente: Trabajo de Campo  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Análisis cuantitativo

Se puede deducir que en el siguiente gráfico el 87.7 % que corresponde a 336 personas de la población encuestada consideran que si existe maltrato animal dentro de la ciudad de Loja mientras que el 12.3 % pertenece a 47 personas que señalaron que no hay maltrato animal, por lo cual el número mayor nos indica que en realidad si existe este problema dentro de la ciudad y se lo considera a este proyecto como una ayuda.

## **Análisis cualitativo**

De los resultados obtenidos en esta pregunta hay una mayor cantidad de respuestas afirmativas que consideran que si existe el maltrato animal por lo tanto las encuestas demuestran que se debe dar ayuda a las mascotas por medio de este proyecto de tesis.

#### Pregunta N°4

¿Para usted el maltrato animal es?

Tabla 5 (OPCION MULTIPLE)

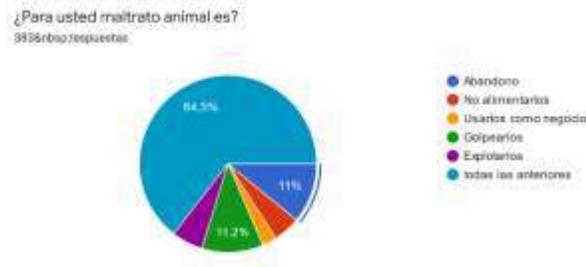
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Abandono	42	11%
No alimentarlos	19	5%
Usarlos como negocio	10	2.6%
Golpearlos	43	11.2%
Explotarlos	22	5.7%
Todas las anteriores	247	64.5%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

#### Gráfico N.4

Gráfico 4: OPCION MULTIPLE



Fuente: Trabajo de campo

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

#### Análisis cuantitativo

Se puede deducir en el siguiente gráfico que el 64.5 % que corresponde a 247 personas de la población encuestada consideran que todas las formas de maltrato y agresión

hacia los animales existen dentro de la ciudad, mientras que el 11 % pertenece a 42 personas y dicen que se los abandona, el 5 % que son 19 personas dicen que no se los alimenta, el 2.6 % que son 10 personas dicen usarlos como negocio, el 11.2 % que son 43 personas dicen golpearlos y finalmente el 5.7 % explotarlos corresponden a 22 personas, este análisis corresponden a nuestra ciudad.

### **Análisis cualitativo**

De los resultados obtenidos en esta pregunta la mayor cantidad de respuestas dicen que todos los factores que se mencionan existen en Loja lo cual es preocupante y a la vez oportuno para poder educar y hacer que la ciudadanía tome conciencia.

### Pregunta N°5

¿Cree usted oportuno la elaboración de una guía didáctica en donde se señale el cuidado correcto de una mascota dentro del hogar?

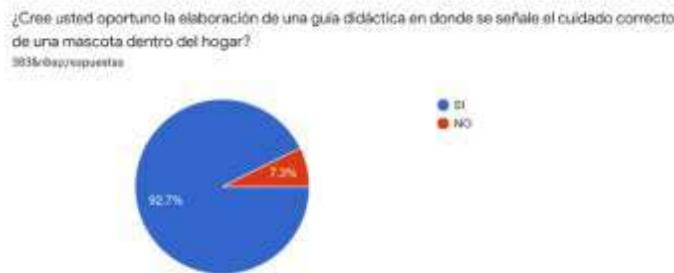
Tabla 6 (SI/NO)

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	355	92.7%
NO	28	7.3%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Gráfico N.5

Gráfico 5: SI/NO



Fuente: Trabajo de campo  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Análisis cuantitativo

Se puede observar que en el siguiente gráfico el 92.7 % que corresponde a 355 personas de la población encuestada, señala que la creación de una guía didáctica es necesaria para la educación y concientización de las personas frente al maltrato animal y a los cuidados de sus mascotas, mientras que el 7.3 % pertenece a 28 personas quienes expresan que no es necesaria esta guía.

## **Análisis cualitativo**

De los resultados obtenidos en esta pregunta la mayor cantidad de respuestas son positivas y señalan la importancia de crear una guía didáctica que enseñe sobre las mascotas, mientras que hay un número minoritario que indican que no es necesaria.

## Pregunta N°6

¿Para conocer la existencia de esta guía didáctica cual es el medio que usted considera oportuno para que se publique?

Tabla 7: OPCION MULTIPLE

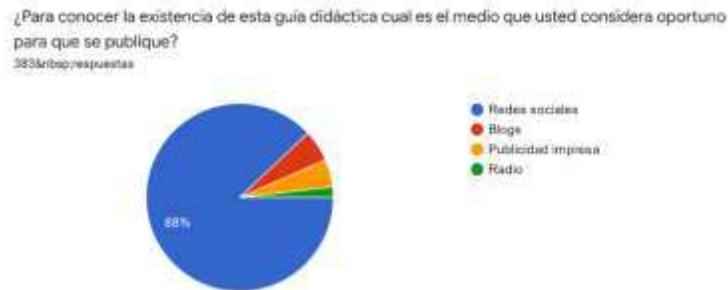
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	337	88 %
Blogs	21	5.5 %
Publicidad impresa	18	4.7 %
Radio	7	1.8 %
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada a la fundación Cielo Animal, a sus colaboradores y a la ciudadanía.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### Gráfico N.6

Gráfico 6: OPCION MULTIPLE



Fuente: Bryan Calvachi

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## Análisis cuantitativo

Se puede deducir que en el siguiente gráfico el 88 % que corresponde a 337 personas de la población señalan que la campaña para conocer sobre la guía didáctica debe realizarse mediante redes sociales mientras que el 5.5 % pertenece a 21 personas quienes indican que sea blogs, el 4.7 % que son 18 personas indican que sea publicidad impresa y el 1.8 que son 7 personas por medio de la radio.

## **Análisis cualitativo**

De los resultados obtenidos en esta pregunta se puede indicar que la mayoría de personas indican que se debe hacer conocer la guía por medio de redes sociales, en tanto que las respuestas minoritarias dicen que se debe realizar por medios tradicionales.

## **10. Propuesta de Acción**

### **10.1 Introducción**

Realización de una guía didáctica basada en el correcto cuidado de las mascotas dentro del hogar y la prevención del maltrato animal, usando herramientas del Diseño Gráfico, en la creación de la marca de la guía y la línea gráfica, en este apartado se mostrará la evidencia detallada de lo que fue todo el proceso creativo para llegar a la idea final.

### **10.2 Nombre del proyecto**

Guía didáctica para promover el correcto cuidado de las mascotas en la ciudad de Loja a través de la fundación "cielo animal"

### **10.3 Público Objetivo**

El público objetivo son jóvenes y adultos según el resultado de las encuestas.

### **10.4 Descripción del Tema**

El tema se centra en educar a la ciudadanía para que cuiden bien a sus mascotas que sepan que los animales son amor, la idea es que con la guía y la campaña en redes sociales las personas se informen de lo que pasa cuando uno como dueño no se responsabiliza con la mascota y terminan en las calles, la guía cuenta con enseñanzas de valores y reflexiones.

## 10.5 Desarrollo de Propuesta Gráfica

Figura 2: Bocetaje de la marca



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa.

El bocetaje empezó con ideas vagas hasta llegar a consolidar la idea final

### Digitalización de la marca

Figura 3: Digitalización de la marca.



Fuente: Bryan Calvachi 2021.

En esta parte el logo ya está digitalizado se transformó la S para darle forma de huesito y una patita dentro de la A

## 10.6 Cromática

Figura 4: Cromatica de la marca



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa.

Escogí estos 2 colores por su significado que a mi parecer se vincula con mi proyecto de tesis el naranja significa emoción, emotivismo, y el morado por la sensibilidad, delicadeza y espiritualidad que creo que son factores que se muestra con la marca y use una mezcla de colores cálido y frío para crear contraste.

## 10.7 Evidencia Línea Gráfica

Figura 5: Artes para la línea gráfica.



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa.

Figura 6: Línea Gráfica

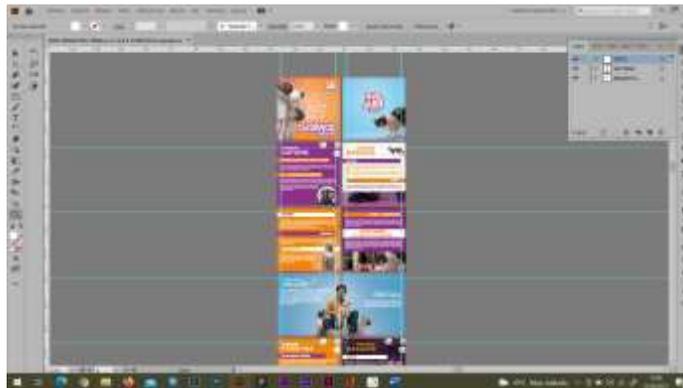


Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Cree la línea gráfica con 8 artes como ejemplo la idea es tener una amplia variedad para subir a las redes sociales.

## 10.8 Evidencia De La Guía Didáctica

Figura 7: Evidencia de la guía didáctica



Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

la guía didáctica tiene un total de 20 págs. y su creación fue original, utilicé los colores propios de la marca más el azul en algunos artes por el significado de estabilidad y confianza.

Figura 8: Guía didáctica completa



Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Figura 9: Ejemplo de post para redes sociales



Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## 10.9 Tipo de ilustración

Figura 10: Ejemplo de ilustraciones



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Las ilustraciones están en su mayoría en formato digital y pocas en formato vectorial así que sería una mezcla de ambos estilos.

## 10.10 tipo de campaña

Es una campaña que incluye 2 tipos los cuales son publicitario y social lo que se busca es concienciar, pero también promocionar la marca y la guía.

## 10.11 Socialización del proyecto

Figura 11: Socialización del proyecto



Fuente: directora de la fundación Cielo Animal.

Nota: Imagen obtenida mediante una reunión vía MEET

Se socializó la guía con la directora de la fundación CIELO ANIMAL mostrándole a detalle toda la composición de la guía y los artes para las redes sociales.

## 10.12 Cronograma de creación de contenido

Tabla 8: Trabajo de campo

Fecha	Actividad	Recursos	Fecha de finalización	Ejecución
06/07/2021	Marca de la campaña	Investigación Bocetos Digitalización	10/07/2021	12/07/2021 Crear las redes de la agencia en Instagram y Facebook.
08/07/2021	Crear 2 post en redes sociales: sobre el maltrato animal en Facebook y en Instagram sobre los factores	Digitalización	12/07/2021	13/07/2021 Subir los posts en las redes sociales.
10/07/2021	Imagen con frase de reflexión sobre el maltrato animal	Digitalización	14/07/2021	14/07/2021 Subir la imagen a Facebook e Instagram.
14/07/2021	Post sobre datos curiosos de sabias que	Digitalización	16/07/2021	15/07/2021 Subida del video en Facebook e Instagram.
17/07/2021	Cuña radial sobre el maltrato animal	Guion, voces en off y digitalización	21/07/2021	22/07/2021 Se reproducirá en una radio local.
21/07/2021	Cartel ilustrado sobre el maltrato animal	digitalización	25/07/2021	26/07/2021 se subirá tanto en Facebook como en Instagram.
24/07/2021	Post mostrando una parte del avance de la guía didáctica	Digitalización	25/07/2021	27/07/2021 Se subirá a Facebook e Instagram
27/07/2021	2 trivias didácticas que se centren en el correcto cuidado y el maltrato animal	Digitalización	28/07/2021	29/07/2021 Se subirán en Instagram y Facebook.
30/07/2021	Fotografías del trabajo de la fundación.	Edición	31/07/2021	31/07/2021 Se subirá 1 con el tema específico dado a Facebook y a Instagram.

Fuente: Autoría

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## 10.13 Cuña Radial.

Tabla 9: Trabajo de Campo

Medio	Horario	Cobertura del medio
Radio sociedad 99.3	• 15h00	• Nacional

Fuente: Autoría

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## 11. Conclusiones

Ya habiendo terminado la investigación saque las siguientes conclusiones:

- Después de hacer la observación se obtuvo toda la información necesaria sobre el nivel de conocimiento que tenían las personas y su opinión sobre la creación de la guía y la campaña.
- Con la aplicación de encuestas a la ciudadanía lojana y a la directora de la fundación determine que para poder llegar al público objetivo se debe elaborar una campaña y guía didáctica que eduque de manera física y digital a la población.
- Con el uso de diferentes técnicas como la ilustración, la foto manipulación y la guía didáctica el público aprenderá de manera entretenida y será consiente del problema.
- Las ilustraciones diseñadas en la guía didáctica “Cuidando huellas”, cumple con todo el conocimiento aprendido en las aulas y aplicado a la parte laboral.

## 12. Recomendaciones

Con las conclusiones obtenidas en el presente trabajo de campo, se recomienda que:

- Promover y educar a la ciudadanía sobre la importancia de cuidar correctamente a las mascotas para no dar cabida al maltrato animal.
- Incitar a que se ayude a las diferentes instituciones que se dedican al rescate y protección de mascotas, auspiciándolas con fondos para los rescates y enseñando en escuelas y colegios a los estudiantes sobre la importancia de cuidar y amar a los animales.
- Incentivar a los estudiantes próximos a graduarse de Diseñadores Gráficos, que realicen sus tesis basándose en temas de ayuda social, patrimonios, cultura, etc. Para que no se pierdan los valores, la educación moral, y no se vean desgracias en las calles.
- Ultimo se recomienda que el Instituto incentive a los estudiantes que hacen sus tesis sobre temas de ayuda social como en este caso para que se cree conciencia y se frenen este tipo de situaciones en la sociedad.

## 13. Bibliografía

### Referencias

- A. Roig, F. (2013). *La estrategia creativa: relaciones entre concepto e idea* . Buenos Aires : Ediciones Infinito .
- AKL, L. S. (2014). <http://investigacion.uaem.mx>. Obtenido de <http://investigacion.uaem.mx>.
- Arango, K. (s.f.). [psicocode.com](http://psicocode.com). Obtenido de [psicocode.com](http://psicocode.com).
- Barcelona, E. S. (s.f.). [www.esdesignbarcelona.com](http://www.esdesignbarcelona.com). Obtenido de [www.esdesignbarcelona.com](http://www.esdesignbarcelona.com).
- [bioenciclopedia.com](http://bioenciclopedia.com). (s.f.). Obtenido de [bioenciclopedia.com](http://bioenciclopedia.com).
- Bosco, A. ( 2009). *TALLER DE DISEÑO EDITORIAL*.
- Castañeda-Hidalgo, H. (2011). *Contra el maltrato de los animales*. Ciudad Victoria, México.
- Castro Tirado, M. Á. (2016). *Maquetacion de productos editoriales*. Malaga Spain: IC Editorial.
- CEVAGRAF, S. (2014). *La impresion y sus secretos*.
- CÓMO PREPARAR UNA CAMPAÑA* . (2004).
- [concepto.de](http://concepto.de). (s.f.). Obtenido de [concepto.de](http://concepto.de).
- [concepto.de](http://concepto.de). (s.f.). Obtenido de [concepto.de](http://concepto.de).
- [destinonegocio.com](http://destinonegocio.com). (s.f.). Obtenido de [destinonegocio.com](http://destinonegocio.com).
- [diarium.usal.es](http://diarium.usal.es). (s.f.). Obtenido de [diarium.usal.es](http://diarium.usal.es).
- E. Raul Ponce Rosas, I. J. (2015). *Diseño metodologico y tipos de estudios* .
- [edifarm.com.ec](http://edifarm.com.ec). (s.f.). Obtenido de [edifarm.com.ec](http://edifarm.com.ec).
- [einatec.com](http://einatec.com). (s.f.). Obtenido de [einatec.com](http://einatec.com).
- [enciclopediaeconomica.com](http://enciclopediaeconomica.com). (s.f.). Obtenido de [enciclopediaeconomica.com](http://enciclopediaeconomica.com).
- Estrategias de la promoción de ventas: color y sonido* . (s.f.). Obtenido de Estrategias de la promoción de ventas: color y sonido : [http://ual.dyndns.org/biblioteca/Promocion\\_de\\_Ventas/Pdf/Unidad\\_03.pdf](http://ual.dyndns.org/biblioteca/Promocion_de_Ventas/Pdf/Unidad_03.pdf)
- F. Erickson, B. (2010). *La publicidad*. Miami: United States of America: Firma Press.
- Fernández, D. D. (2017). *Sistema editorial: manual de estilo grafico* . Cuenca.
- Folgueiras, P. (s.f.). *La Entrevista* .
- Gabriela, C. C. (2015). *Movimiento animalista en Ecuador análisis de la deficiencia del aparato legislativo de crear políticas públicas de bienestar animal*. Quito : Quito: USFQ, 2015.
- [gk.city](http://gk.city). (s.f.). Obtenido de [gk.city](http://gk.city).

- Guerrero, R. (2015). <http://dirinfo.unsl.edu.ar/>. Obtenido de <http://dirinfo.unsl.edu.ar/>.
- Guillen, D. E. (2019). *Investigación cualitativa: Método fenomenológico*. Lima, Perú.
- Hdez, L. Y. (2012). *Elementos y etapas del diseño editorial*.
- Hernandez, M. (s.f.). *Retículas-Composición-Formatos.pdf*. Obtenido de *Retículas-Composición-Formatos.pdf*.  
<https://gk.city/2019/06/24/perros-loja-camara-gas/>. (s.f.). Obtenido de <https://gk.city/2019/06/24/perros-loja-camara-gas/>.
- Ivanovich, M. (25 de ABRIL de 2013). *Derechos animales versus el holocausto animal*. VIENTO SUR. Obtenido de [vientosur.info](http://vientosur.info).
- J.Casas Anguita, J. R. (2002). *La encuesta como tecnica de investigacion. Elaboracion de cuestionarios y tratamiento estadistico de los datos*.
- José Barea, A. P. (2001). *El sector de instituciones sin fines de lucro en España*. Obtenido de El sector de instituciones sin fines de lucro en España: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17403703.pdf>
- Josué. (27 de noviembre de 2018). [www.vivelibro.com](http://www.vivelibro.com). Obtenido de [www.vivelibro.com](http://www.vivelibro.com):  
<https://www.vivelibro.com/blog/2018/11/27/el-diseno-editorial-que-es-elementos-y-etapas/>
- K, A. (2013). [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com). Obtenido de [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com).
- K, A. (26 de Diciembre de 2018). [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com). Obtenido de [www.crecenegocios.com](http://www.crecenegocios.com).
- Leonardo Guerrero Reyes, A. M. (2016). *El Diseño Editorial*. Obtenido de El Diseño Editorial.
- Lossada, F. (2012). [serbi.ula.ve](http://serbi.ula.ve). Obtenido de [serbi.ula.ve](http://serbi.ula.ve).
- Luciano, M. (2003). *Tipografía Introduccion* .
- Manual básico de tenencia responsable de perros y gatos*. (s.f.). San José, C.R.: ANPA Costa Rica.
- Montoliu, A. C. (2016). *IMPRESIÓN DIGITAL*. ESCOLA ANTONI ALGUERO .
- Montoliu, A. C. (s.f.). *IMPRESIÓN DIGITAL*. ESCOLA ANTONI ALGUERO.
- MORALES, M. T. (2017). *EL MALTRATO Y LA CRUELDAD CONTRA LOS ANIMALES, SU IMPORTANCIA DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CRIMINOLOGIA*.
- Munari, B. (s.f.). [aulasinjacla.files.wordpress.com](http://aulasinjacla.files.wordpress.com). Obtenido de [aulasinjacla.files.wordpress.com](http://aulasinjacla.files.wordpress.com).
- Neciu, A. (2019). *Comunicación y Publicidad*. Santiago, Chile .
- PROPIETARIOS, C. N. (s.f.). [cedec.intef.es](http://cedec.intef.es). Obtenido de [cedec.intef.es](http://cedec.intef.es).
- [recursos.uco.mx](http://recursos.uco.mx). (s.f.). Obtenido de [recursos.uco.mx](http://recursos.uco.mx).
- Rekalde, I., Vizcarra, M. T., & Macazaga, A. M. (2014). *La Observación Como Estrategia De Investigación Para Construir Contextos De Aprendizaje Y*. Madrid, España.
- Rosas, S. (Mayo de 2012). [dinfoanahuac.files.wordpress.com](http://dinfoanahuac.files.wordpress.com). Obtenido de [dinfoanahuac.files.wordpress.com](http://dinfoanahuac.files.wordpress.com).

Sánchez, M. I. (2015). *repository.uaeh.edu.mx*. Obtenido de *repository.uaeh.edu.mx*.

*Sistemas Editoriales*. (s.f.). Mexico: Hojablanca | Editorial.

Tarrazo, J. J. (s.f.). *http://disseny.recursos.uoc.edu/*. Obtenido de *http://disseny.recursos.uoc.edu/*.

Terán, M. B. (2018 ). *La Ley Orgánica de Bienestar Animal (LOBA)* . Guayaquil.

Testorelli, C. (2016). *Diseño Editorial en un mundo 2.0* . Palermo .

Vilajoana Alejandre, S. (2014). ¿Como diseñar una campaña de publicidad? En S. Vilajoana Alejandre, *¿Como diseñar una campaña de publicidad?* (pág. 14). Barcelona Spain: UOC.

*www.cevagraf.coop*. (s.f.). Obtenido de *www.cevagraf.coop*.

*www.elsevier.es*. (s.f.). Obtenido de *www.elsevier.es*.

*www.infobae.com*. (s.f.). Obtenido de *www.infobae.com*.

*www.proprintweb.com*. (s.f.). Obtenido de *www.proprintweb.com*.

*www.staffcreativa.pe*. (s.f.). Obtenido de *www.staffcreativa.pe*.

## 14. Anexos

### Presupuesto

#### 14.1. Materiales básicos

**Tabla 10: Materiales básicos**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V.TOTAL</b>
Derecho para la realización del proyecto	800,00
Impresión de documentos	40,00
CD	4,00
Internet	23,00
Hoja valorada	2,00
Luz	30,00
Hojas de papel boom	2,00
Lápices	1,50
Borradores	0,50
Libros	25,00
Transporte	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1028,00</b>

Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

### 14.1.2. Materiales tecnológicos

Tabla 11: Materiales tecnológicos

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V.TOTAL</b>
Computadora	1000,00
Flash	16,00
Tableta Grafica	120,00
<b>TOTAL</b>	<b>1136,00</b>

Fuente: Autoría

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

---

### 14.1.3. Presupuesto total

Tabla 12: Presupuesto total

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>V.TOTAL</b>
Materiales básicos	1028,00
Materiales tecnológicos	1136,00
<b>TOTAL</b>	<b>2164,00</b>

Fuente: Autoría

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## 15. Cronograma de actividades

Cronograma de proceso de titulación mediante proyecto de investigación de fin de carrera  
Octubre 2020 a abril 2021

Tabla 13: Cronograma proceso de titulación

<b>SEMANA</b>	<b>FECHA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>
Primera	Miércoles 14 de abril del 2021	Inicio de tutorías/Exposición ante los alumnos de tentativa de temas en base a las LINEAS DE INVESTIGACIÓN por parte de los directores del proceso de titulación; información que les otorga el Vicerrectorado, y que a su vez ha sido determinada por los coordinadores de carrera. Si el estudiante tiene otras propuestas las puede presentar.
<i>Segunda</i>	Lunes 19 al 24 de abril	Identificación del problema
<i>Tercera</i>	Lunes 26 de abril al 01 de mayo	Planteamiento del tema
<i>Cuarta</i>	Lunes 03 al 08 de mayo	Elaboración de justificación
<i>Quinta</i>	Lunes 10 al 15 de mayo	Planteamiento de objetivo general y objetivos específicos
<i>Sexta</i>	Lunes 17 al 22 de mayo	Elaboración del marco institucional y marco teórico
<i>Séptima</i>	Lunes 24 al 29 de mayo	Elaboración del diseño metodológico: Metodologías y técnicas a ser utilizadas en la investigación
<i>Octava</i>	Lunes 31 de mayo al 05 de junio	Determinación de la muestra, recursos, y bibliografía. Para determinar la muestra cooperará con ustedes el Ing. Fernando Pesantez. Los tutores deben recordar con anticipación el tema al Rectorado.
<i>Novena</i>	Lunes 07 al 12 de junio, siendo el 12 de junio hasta las 11h00 el último día de plazo.	Semana de presentación del proyecto ante el Vicerrectorado con la petición para su aprobación en su orden: Carátula, problema, tema, justificación, objetivos: general y específicos, marco institucional, marco teórico, metodología, recursos, cronograma y bibliografía. La presentación la hace en un solo grupo el director del proceso de titulación.
<i>Décima</i>	Lunes 14 al 19 de junio	Mientras se aprueban los temas, los directores y estudiantes deben continuar el proceso dado que los temas atienden a líneas de investigación determinadas con anticipación. Investigación de campo: Diseño y aplicación de encuesta y/o entrevista, observaciones de campo. Tabulación y elaboración de gráficas, análisis cuantitativo y cualitativo
<i>Décima primera</i>	Lunes 21 al 26 de junio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima segunda</i>	Lunes 28 de junio al 03 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima tercera</i>	Lunes 05 al 10 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima cuarta</i>	Lunes 12 al 17 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima quinta</i>	Lunes 19 al 24 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima sexta</i>	Lunes 26 al 31 de julio	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima séptima</i>	Lunes 02 al 07 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima octava</i>	Lunes 09 al 14 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<i>Décima novena</i>	Lunes 16 al 21 de agosto	Desarrollo de investigación y propuesta de acción
<b>NOTA: ALGUNOS GRUPOS LABORAN SIN DIRECTOR DADO QUE ELLOS SALEN DE VACACIONES.</b>		
<i>Vigésima</i>	Lunes 06 al 11 de septiembre	Elaboración de conclusiones y recomendaciones y levantamiento del documento final del borrador de proyecto de investigación.
	Lunes 13 de septiembre	Entrega de borradores de proyectos de investigación de fin de carrera, de acuerdo al horario que estipule Secretaría General.

## 16. Certificación de aprobación del proyecto



VICERRECTORADO ACADÉMICO

---

Loja, 03 de julio del 2021  
Of. N° 093-V-ISTS-2021

Sr. Calvachi Ochoa Bryan Israel  
**ESTUDIANTE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRAFICO DEL ISTS**  
Ciudad

De mi consideración:

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para comunicarles que una vez revisado el proyecto de investigación de fin de carrera de su autoría titulado **"GUIA DIDACTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVEZ DE LA FUNDACION CIELO ANIMAL" EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021**, el mismo cumple con los lineamientos establecidos por la institución; por lo que se autoriza su realización y puesta en marcha, para lo cual se nombra como director de su proyecto de fin de carrera (el/la) Tlga. Brigitte Alexandra Pesantez Jaramillo.

Particular que le hago conocer para los fines pertinentes.

Atentamente,

  
Ing. Germán Patricio Villamarín Coronel Mgs.  
**VICERRECTOR ACADÉMICO DEL ISTS**  
c/c. Estudiante, Archivo



---

Matriz: Miguel Ruedro 156-25 entre Sucre y Bolívar. Telfs: 07-2581258 / 07-2587210. Pagina Web: [www.tecnologicodamericano.edu.ec](http://www.tecnologicodamericano.edu.ec)

## 17. Certificación de implementación del proyecto

**Tgla**

Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo  
**Director de investigación**

### **CERTIFICA**

Que el sr Bryan Israel Calvachi Ochoa con C.I:1150026316 estudiante de la carrera de diseño Gráfico del instituto Tecnológico Sudamericano ha venido desarrollando el proyecto de investigación fin titulado “GUIA DIDACTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVEZ DE LA FUNDACION “CIELO ANIMAL” EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021“, el mismo que ha sido revisado y se encuentra con un 100% de haber cumplido, la actual propuesta de acción entregada por el estudiante consta de la siguiente información:

- Desarrollo de marca
- Creación de artes
- Galería Fotográfica
- Cuñas
- Guía Didáctica
- Línea gráfica

Sin otro particular que indicar, autorizo su presentación de la propuesta de acción ante el tribunal respetivo para sus debidas correcciones.

Tgla. Brigitte Alejandra Pesantez Jaramillo,

**DIRECTOR DE INVESTIGACION**

## 18. Formato de encuesta

### Encuesta

Para llevar a cabo esta etapa de proceso de investigación se recolectaron 383 cuestionarios la cual definirá el porvenir de la investigación a continuación se muestra la información obtenida.

### Seleccione su género

Masculino

Femenino

### 1 ¿Tiene usted una mascota en su hogar?

SI

NO

### 2 ¿Considera que en nuestra ciudad existe MALTRATO ANIMAL?

SI

NO

### 3 ¿Para usted maltrato animal es?

f) Abandono

g) No alimentarlos

h) Usarlos como negocio

i) Golpearlos

j) Explotarlos

**4 ¿Cree usted oportuno la elaboración de una guía didáctica en donde se señale el cuidado correcto de una mascota dentro del hogar?**

SI

NO

**5 ¿Para conocer la existencia de esta guía didáctica cual es el medio que usted considera oportuno para que se publique?**

- e) Redes sociales
- f) Blogs
- g) Publicidad impresa
- h) Radio

## 19. Entrevista

**Esta entrevista tiene como objetivo recaudar información sobre como es el maltrato animal en la ciudad de Loja, para un mayor conocimiento.**

**Nombre:**

**Edad:**

**Actividad:**

**Contacto:**

1 ¿Cuál es el trabajo que realiza la fundación cielo animal en la ciudad de Loja?

2 ¿Considera usted que en la ciudad de Loja existe maltrato animal o algunos otros factores como abandono, negocio de animales o explotación por qué?

3 ¿Para ustedes como fundación cual es el desafío que enfrentan al momento de rescatar o encontrar un hogar para una mascota?

4 ¿Conoce usted la existencia de alguna didáctica en donde se señale el correcto cuidado de las mascotas dentro del hogar?

5 ¿Para que la ciudadanía conozca la existencia de esta guía cuál cree usted sería el mejor medio para poderlo dar a conocer?

## 20. Matriz de proyecto

### **PROYECTO PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS Y LA PREVENCIÓN DEL MALTRATO ANIMAL**

**Presentación del problema:** Un proyecto se describe como un conjunto de medios necesarios para llevar a cabo una idea y de esta manera promover al desarrollo o la realización de algo, en cuanto al cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal, el cual se enfoca en concientizar a la ciudadanía sobre este problema que nos afecta a todos utilizando herramientas como el diseño editorial y digital creando una guía didáctica y campaña publicitaria como estrategias de comunicación y poder llegar a cumplir el objetivo de minimizar este problema dentro de la ciudad de Loja.

**Objetivo general:** Concientizar a la ciudadanía en el cuidado de las mascotas y las consecuencias de los malos tratos de las mismas, elaborando material gráfico que genere impacto en la población.

Tabla 14: Matriz

OBJETIVOS	HIPÓTESIS	METODOLOGÍA	CRONOGRAMA	ACTIVIDADES	PRESUPUESTO	EVALUACIÓN
Identificar: cómo afecta el problema dentro de la ciudad de Loja, mediante el uso de encuestas, entrevistas y foros de opinión, para conocer el grado de educación y nivel de conocimiento de las personas acerca del maltrato animal.	La hipótesis parte de la identificación nace del problema del maltrato animal y la falta de cuidado en las mascotas de la ciudad de Loja, vista como variable dependiente.	Para realizar la primera parte del proyecto nos guiamos en un Método Fenomenológico que inicia con la aproximación a la fundación cielo animal, continua con el desarrollo de entrevistas y encuestas a la fundación y el público de la empresa y se concluye con la recopilación de datos sobre los factores que inciden en la desinformación de la población frente al maltrato animal y el cuidado de los animales de compañía.	Abril – mayo 2021	Investigar a la fundación y el problema existente en loja.	\$20,00	Identificación de los factores que han incidido en el mal cuidado de las mascotas y lo que conlleva al maltrato animal redactado en 10 hojas.
				Formular cuestionario para entrevistas y encuestas.	\$100,00	
				Tabulación y recopilación de información.		
Comprender toda la importancia del Diseño Gráfico aplicado a material publicitario y editorial a través de fuentes bibliográficas y para determinar el impacto que tendrá la campaña y guía como estrategia de comunicación.	Continua con la sustentación teórica sobre la importancia del diseño gráfico aplicado a material publicitario y editorial a través de fuentes bibliográficas, vista como variable independiente.	La segunda parte del proyecto se realiza mediante el Método Hermenéutico que inicia con la comprensión de la importancia del diseño gráfico aplicado a la editorial y la publicidad continua con la relación de saberes encontrados en fuentes bibliográficas, y experiencias que concluye con la redacción y selección de información acerca de la guía y la campaña.	Junio – julio 2021	Revisar fuentes bibliográficas en bibliotecas físicas u digitales.	\$30,00	Comprensión de la importancia del diseño gráfico aplicado a la guía didáctica y campaña publicitaria redactado y sintetizado en 10 hojas.
				Adquirir libros de diseño gráfico.	\$100,00	
Construir una guía y campaña publicitaria acerca del correcto cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal tomando muy en cuenta terminología técnica del Diseño Gráfico para educar de una manera didáctica a las personas de la ciudad de Loja.	Termina con la hipótesis la creación de una guía didáctica y campaña publicitaria acerca del correcto cuidado de las mascotas y la prevención del maltrato animal aplicando terminología técnica de Diseño Gráfico resolverá el problema evidenciando anteriormente, concebida como una variable interviniente	La tercera parte se desarrolla con el Método Práctico – Proyectual que inicia con la construcción de una guía didáctica y campaña publicitaria dentro de la ciudad de Loja, continua con la descripción de los beneficiarios, cronograma de actividades, recursos, formas de evaluación, y concluye con la defensa del proyecto en el instituto sudamericano de Loja.	Agosto – septiembre 2021	Título de la guía. Armar el contenido de la guía. Boceto del documento. Revisión de contenidos Diagramación y diseño de la guía. Implementación y socialización.	\$600,00	Construcción y producción de la guía acerca del uso de buenas prácticas del packaging copilado en 20 hojas.

Fuente: Autoría

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

## 21. Certificado del abstract



CERTF. N°. 009-KC-ISTS-2021  
Loja, 06 de octubre de 2021

La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, **DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS - CIS DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO "SUDAMERICANO"**, a petición de la parte interesada y en forma legal,

### CERTIFICA:

Que el apartado **ABSTRACT** del Proyecto de Investigación de Fin de Carrera del señor estudiante **BRYAN ISRAEL CALVACHI OCHOA**, en proceso de titulación periodo abril – noviembre 2021 de la carrera de **DISEÑO GRÁFICO**; está correctamente traducido, luego de haber ejecutado las correcciones emitidas por mi persona; por cuanto se autoriza la presentación dentro del empastado final previo a la disertación del proyecto.

Particular que comunico en honor a la verdad para los fines académicos pertinentes.

*English is a piece of cake.*

Checked by:

  
Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
ENGLISH TEACHER

Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño  
**DOCENTE DEL ÁREA DE INGLÉS ISTS - CIS**

## 22. Solicitud de implementación del proyecto de investigación

### INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO SUDAMERICANO



Loja, 8 de septiembre del 2021

Abg. Diana Aguilar  
Directora de la fundación Cielo Animal

Ciudad,

Estudiante

Reciba un cálido y cordial saludo de parte de Bryan Israel Calvachi Ochoa con C.I 1150026316 aspirante a graduarse en la TS de Diseño Gráfico en el Instituto Superior Sudamericano de la ciudad de Loja, el objetivo del documento es solicitarle a Ud. La autorización correspondiente para proceder a realizar mi proyecto de investigación de fin de carrera en su prestigiosa institución, titulado "GUIA DIDACTICA PARA PROMOVER EL CORRECTO CUIDADO DE LAS MASCOTAS EN LA CIUDAD DE LOJA A TRAVEZ DE LA FUNDACION "CIELO ANIMAL" EN EL PERIODO ABRIL-SEPTIEMBRE 2021"

El presente oficio tiene como finalidad poder realizar mi proyecto de tesis para poderme graduar como tecnólogo en la carrera de Diseño Gráfico del Instituto Superior Tecnológico Sudamericano.

Y así mismo mi objetivo con el desarrollo de mi proyecto es contribuir con su fundación y ayudar para que las mascotas tengan seguridad y bienestar, mediante el uso de las redes sociales y la guía.

Atentamente

SOLICITANTE ISTS

Bryan Israel Calvachi Ochoa  
Estudiante

AUTORIZACION CIELO ANIMAL

Abg. Diana Aguilar  
Directora De Cielo Animal



## 23. Certificado de implementación del proyecto de investigación

### Cielo Animal



Diana Aguilar Villacrés, con cédula número 1104806839, en calidad de Representante Legal de la Fundación Cielo Animal,

CERTIFICO:

Que BRYAN ISRAEL CALVACHI OCHOA, con cédula de ciudadanía número 1150026316, implementó y socializó el Proyecto denominado "Guía didáctica y Campaña publicitaria sobre el correcto cuidado de animales de compañía y prevención del maltrato animal".

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad

Loja 6 de septiembre del 2021

Atentamente,



Ab. Diana aguilar V.

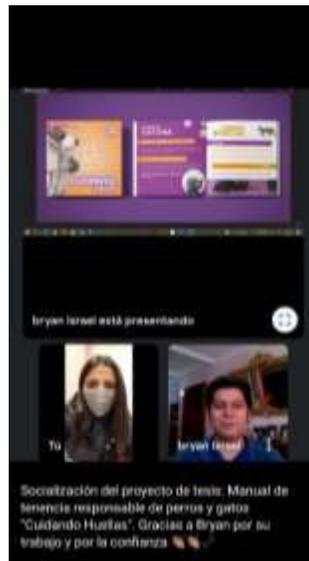
## 24. Evidencia de presentación del proyecto

Figura 12: Socialización después de haber presentado la guía



Fuente: directora de la fundación Cielo Animal.  
Nota: Imagen obtenida de la presentación del proyecto

Figura 13: Presentación de la guía a la directora



Fuente: directora de la Fundación cielo Animal.  
Nota: imagen obtenida de la presentación del proyecto

Figura 14: Mockup guía didáctica



Fuente: Bryan Israel Calvachi Ochoa.  
Nota: implementación de la guía didáctica

## 25. Evidencia fotográfica

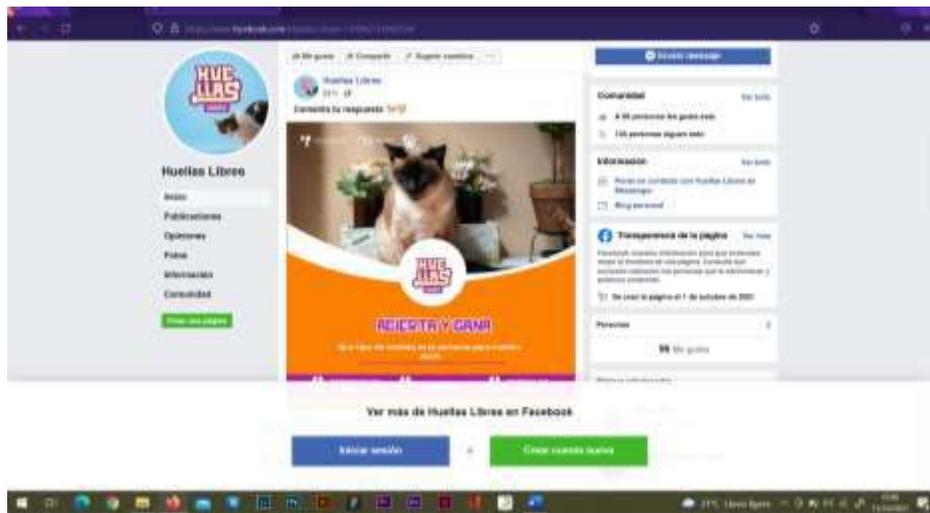
Figura 15: Evidencia fotográfica



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Figura 16: Evidencia Fotográfica



Fuente: Autoría.

Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Figura 17: Evidencia Fotográfica



Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa

Figura 18: Evidencia Fotográfica



Fuente: Autoría.  
Nota: Bryan Israel Calvachi Ochoa