



UNIVERSIDAD LAICA “VICENTE ROCAFUERTE” DE GUAYAQUIL

**“CAMPAÑA PROMOCIONAL PARA LA OBTENCIÓN DE DONANTES PARA LA
CREACIÓN DEL COLEGIO PARTICULAR MIXTO FUNDACIÓN PROHOY”**

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LCDO. PUBLICIDAD

TUTOR:

LCDO. CÉSAR ESPINOZA BELTRÁN

AUTOR:

**CHERYL ALEXANDRA PUICÓN PINCAY
JAZMIN LEONOR ZAMBRANO QUIJANO**

GUAYAQUIL-ECUADOR

2011

**“CAMPAÑA PROMOCIONAL
PARA LA OBTENCIÓN DE DONANTES PARA LA CREACIÓN
DEL COLEGIO PARTICULAR MIXTO
FUNDACIÓN PROHOY”**

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado en primer lugar a Dios quien nos dio la fe, la fortaleza, la salud y la perseverancia para terminar nuestro trabajo.

A nuestros padres, quienes nos enseñaron desde pequeñas a luchar para alcanzar nuestras metas, nuestro triunfo es para ustedes. ¡Los amamos!

A los que nunca dudaron que lograríamos este triunfo: nuestros hermanos.

A nuestras sobrinas, por ser lo más inocente y amorosas que tenemos, por ellas queremos ser mejores.

Y a todos nuestros seres queridos que no están en cuerpo, pero sí en espíritu y los llevamos profundamente en nuestro corazón.

**CHERYL ALEXANDRA PUICÓN PINCAY
JAZMÍN LEONOR ZAMBRANO QUIJANO**

AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios, a la Universidad, a la Facultad, y a todas las personas que colaboraron de forma espiritual y económica para así poder culminar este proyecto.

Agradecemos a nuestras familias por el apoyo incondicional que nos dieron durante todo este tiempo para culminar esta carrera, que es un paso más en el camino del progreso educativo.

De manera especial al Lcdo. César Espinoza Beltrán.

Y nuestra gratitud a todos nuestros amigos y compañeros.

CHERYL ALEXANDRA PUICÓN PINCAY
JAZMÍN LEONOR ZAMBRANO QUIJANO

CERTIFICACIÓN DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Guayaquil, 16 de Marzo del 2011.

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado CAMPAÑA PROMOCIONAL PARA LA OBTENCIÓN DE DONANTES PARA LA CREACIÓN DEL COLEGIO PARTICULAR MIXTO FUNDACIÓN PROHOY DE LA AURORA", ha sido elaborado por las Srtas. CHERYL ALEXANDRA PUICÓN PINCAY y JAZMIN LEONOR ZAMBRANO QUIJANO, bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal.

Examinador que se designe al efecto.



LCDO. CÉSAR ESPINOZA BELTRÁN

RESUMEN EJECUTIVO

El tema del presente proyecto de investigación es “Campaña promocional para la obtención de donantes para la creación del Colegio Particular Mixto Fundación Prohoy de La Aurora”.

La causa de elaboración del actual trabajo de investigación, es debido a que en la Parroquia La Aurora la población carece de recursos económicos y la educación secundaria es escasa, pues solo cuenta con un colegio nacional que brinda un bajo nivel de educación y un colegio privado que a pesar de tener un buen nivel académico no es accesible económicamente y es enfocado solo a grupos femeninos.

“Fundación Prohoy” entidad privada creada sin fines de lucro, tiene como misión mejorar la calidad de vida de los niños y niñas de la Parroquia La Aurora y de sectores aledaños brindando una educación integral a través de la Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy”, considera necesario crear un colegio con la ayuda de personas y empresas solidarias.

El proyecto de investigación se ha desarrollado en tres capítulos:

1. Identificar el problema, plantear los objetivos, delinear la hipótesis, describiéndose los resultados que se esperan de la presente investigación.
2. Analizar la situación actual educativa del sector y las causas por las que personas y empresas se limitan a realizar contribuciones a fundaciones y organizaciones sociales.
3. Finalmente, en el capítulo 3 se planteará la solución a la problemática planteada.

INTRODUCCION

La educación constituye el medio fundamental para hacer posible el desarrollo integral de las sociedades, y permite estar alerta y preparado para los grandes cambios que día con día experimentamos en los diversos campos de la vida humana.

En nuestro país, muchos ecuatorianos no alcanzan a acceder al derecho a la educación y ven limitadas sus oportunidades de participación social. Las desigualdades educativas entre los servicios urbanos y rurales permanecen intocadas.

La mala administración de los gobiernos, reduciendo el presupuesto a la educación ha traído consigo analfabetismo, deserción y el progreso del país.

Sin embargo gracias a la responsabilidad social empresarial (RSE) que surge a partir del año 2006 en el Ecuador y la solidaridad que aún existe en los ecuatorianos se ha podido realizar varios sueños a fundaciones y organizaciones tanto sociales como educativas.

Fundación Prohoy, entidad privada creada hace 14 años, preocupada por la educación de la niñez de la Parroquia La Aurora y sectores aledaños a través de la Escuela Particular Mixta “Fundación Prohoy”, cree necesario implementar un colegio en esta zona urbana, mediante una campaña de solidaridad dirigida a personas y empresas que generosamente deseen ayudar para la creación del Colegio Particular Mixto Fundación Prohoy, el cual beneficiará a centenares de jóvenes del lugar de La Aurora, ya que carece de instituciones secundarias y donde la población es de escasos recursos económicos,

En el presente proyecto se analizará al sector y a la educación que perciben los niños, niñas y jóvenes de La Aurora, se presentarán las ventajas de crear un colegio y se demostrará la campaña publicitaria.

CAPITULO 1

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN O INTRODUCCIÓN.

La situación de la educación en el Ecuador es dramática y se caracteriza por: Analfabetismo; bajo nivel de escolaridad; tasas de repetición y deserciones escolares elevadas, acompañada de una deficiente estructura educativa y material didáctico.

1.1.1 PRINCIPALES INDICADORES DE LA EDUCACION.

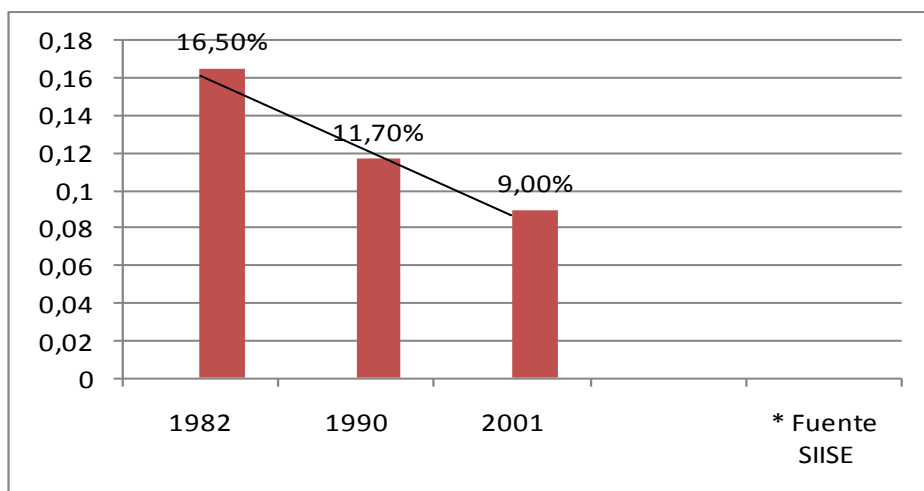
- **ANALFABETISMO**

El porcentaje de la población analfabeta de 15 años y más en el año 2001 asciende al 9% inferior a los registrados en 1982 (16.5%) y 1990 (11.7%).

POBLACION ANALFABETA
TOTAL PAIS
1982-1990-2001
(%)

AÑO	%
1982	16,50%
1990	11,70%
2001	9,00%

* Fuente SIISE



La Cámara de Industriales de Pichincha señala que el índice de Analfabetismo en el Ecuador; es similar a la media Latinoamericana, pero significativamente inferior al 1.2% que registran los países desarrollados y el 0.6% de las economías en transición.

- **ESCOLARIDAD.**

La escolaridad de la población Ecuatoriana a Nivel Nacional es de 7.3 años en el 2001 (5.1% en 1982 y 6.3% en 1990), situación que según el SIISE “Resume las deficiencias que ha tenido el sistema educativo nacional, en cuanto a ofrecer absceso a la educación básica a todos los Ecuatorianos”.

A nivel de área urbana tenemos 8.7 años (7.1% en 1982 y 8.3% en 1990), y a nivel del área rural 4.9 años (2.9% en 1982 y 4.0% en 1990); lo cual evidencia una desigualdad significativa de la población rural frente a la población urbana.

**ESCOLARIDAD NACIONAL, URBANA Y RURAL
1982-1990-2001**

NUMERO DE AÑOS APROBADOS

AREA	1982	1990	2001
NACIONAL	5,1	6,3	7,3
URBANA	7,1	0,9	0,7
RURAL	2,9	4	4,9

* Fuente SIISE

- **TASA NETA DE ESCOLARIZACION.**

Las tasas de matriculación para el 2001 fueron: Primaria (90.1%), Secundaria (44.6%) y Superior (11.9%); las más altas registradas en los años 1982 y 1983.

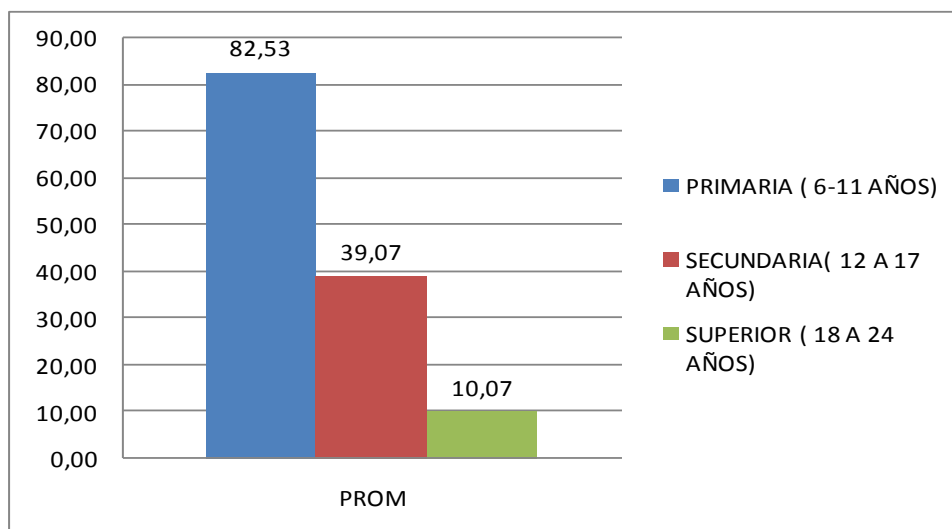
Cada año cerca de 100.000 niñas y niños de 5 años no pueden matricularse en el primer año de educación básica y 757.000 niños y niñas y jóvenes de 5 a 17 años están fuera de las escuelas y colegios.

**TASA NETA DE ESCOLARIZACION
1982-1990-2001**

PORCENTAJE

AÑO	PRIMARIA (6-11 AÑOS)	SECUNDARIA (12 A 17 AÑOS)	SUPERIOR (18 A 24 AÑOS)
1982	68,6	29,5	7,4
1990	88,9	43,1	10,9
2001	90,1	44,6	11,9
PROM	82,53	39,07	10,07

AREA	PRIMARIA (6-11 AÑOS)	SECUNDARIA (12 A 17 AÑOS)	SUPERIOR (18 A 24 AÑOS)
URBANA	92,7	29,5	7,4
RURAL	86,7	43,1	10,9
DEFICIT	6,5	48,3	73,5



A nivel superior es mas critica ya que su tasa de matriculación fue de apenas el 11.9%.

- **DESERCION ESCOLAR.**

La deserción escolar es otro problema que perjudica a la eficiencia del sistema educativo afectando mayoritariamente a los sectores pobres y a la población rural, teniendo a ocurrir alrededor de los 10 años, edad en la cual los niños y niñas comienzan a trabajar.

CAUSAS DE LA DESERCION NACIONAL

AÑO LECTIVO 1993-1994-2004-2005

PORCENTAJE

CAUSAS	PORCENTAJE
GEOGRAFICAS	25,75%
FAMILIARES	17,73%
PERSONALES	16,17%
ECONOMICAS	14,77%
PEDAGOGICAS	9,61%
SALUD	8,75%
OTRAS	7,21%
TOTAL	100,00%

DESERCIÓN A NIVEL PREPRIMARIO, PRIMARIO Y MEDIO

AÑO LECTIVO 1993-1994-2004-2005

PORCENTAJE

AÑO LECTIVO	PREPRIMARIO	PRIMARIO	MEDIO
1993-1994	5,0	5,4	9,5
1994-1995	4,3	4,3	8,7
1995-1996	4,3	4,2	8,1
1996-1997	4,1	4,1	7,6
1997-1998	3,8	4,1	7,3
1998-1999	3,8	4,2	7,1
1999-2000	4,3	4,5	7,1
2000-2001	4,6	4,6	7,2
2001-2002	4,3	4,3	7,0
2002-2003	4,5	4,4	6,7
2003-2004	4,4	4,1	6,2
2004-2005	4,0	3,6	5,9

“Fundación Prohoy”, organización creada sin fines de lucro en el año 1996, se ha comprometido en ejecutar proyectos comunitarios y educativos en la Parroquia Satélite Urbana La Aurora del cantón Daule y en sectores aledaños.

Después de 14 años de haber llevado a cabo la Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy”, organización dedicada a brindar un servicio académico y pedagógico de calidad a niños y niñas del sector de La Aurora entre 4 y 12 años en educación pre-primaria y primaria, se considera la necesidad de la creación de una fundación que brinde educación secundaria ya que las tasas de analfabetización y deserción demuestran que el mayor porcentaje de esta población se encuentra ubicada en zonas urbanas.

La realidad nacional en el campo laboral; demuestra que hoy en día no solo se requiere de una instrucción primaria o de conocimientos básicos pedagógicos; sino de una preparación secundaria que permita a esta población mejorar su calidad de vida.

La causa de elaboración del presente trabajo de investigación, es debido a que la población estudiantil de la Escuela “Fundación Prohoy” es de escasos recursos económicos, la mayoría de sus habitantes laboran en sectores aledaños como empleadas domésticas, jardinería y albañilería, donde la principal preocupación de los padres de familia es enviar a sus hijos e hijas a una institución educativa.

La falta de recursos de la población urbana es alarmante; debido a la escasez de colegios en el lugar, viéndose en la necesidad de recurrir a instituciones alejadas de La Aurora o matricular a sus representados en colegios públicos, los cuales brindan un bajo nivel de educación, o en su efecto desertar a la oportunidad de mejorar su nivel de vida.

El presente trabajo se desarrollará en 3 capítulos, siendo en el primero donde se tratará sobre la problemática existente en La Aurora, razón por la cual se identifica el problema, se plantean el objetivo del presente trabajo, así como también se delinea la hipótesis a comprobar, describiéndose los resultados que se esperan de la presente investigación.

Por otra parte, en el capítulo 2 se realizará un análisis situacional de la población estudiantil de La Aurora, así como de las fortalezas y debilidades de la Escuela “Fundación Prohoy”, validando la hipótesis planteada a través de la realización de encuestas a la población del sector, detallando los resultados obtenidos y concluyéndolos sobre los mismos.

Finalmente, en el capítulo 3 se planteará la solución a la problemática planteada, efectuando las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Se plantea la creación del colegio para el Sector de la Aurora; con una capacidad para 150 niños; con la finalidad de que tenga un mayor acceso a la educación. Que promueva el desarrollo de estos niños en campos técnicos.

1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La Aurora, es un sector geográfico que aglutina una serie de caseríos y recintos los cuales carecen en su mayoría de establecimientos académicos; alcantarillado, pavimentación y sitios de recreación para los niños de dicho sector.

La mala calidad de la educación pública, implica que existe una brecha muy grande, entre las capacidades de la gente no-calificada que solo tiene una educación primaria pública y la gente calificada que tiene una educación superior y probablemente privada. También implica que la movilidad social es muy baja ya que los pobres no pueden pagar una educación de nivel para sus hijos y por eso tienen una desventaja grande en el mercado de trabajo, lo que hace que sigan pobres.

En la Parroquia La Aurora, la educación secundaria es escasa, pues solo cuenta con un colegio nacional y un colegio privado.

- Colegio Fiscal Mixto “Nueva Aurora”,
- Colegio Particular de Señoritas “Jacarandá”.

Donde la gran parte de los estudiantes del sector en especial los de la escuela “Fundación Prohoy” se ven en la necesidad de recurrir a estos colegios y/o establecimientos alejados a La Aurora, o en su efecto muchos de ellos deben dejar la escuela por cuestiones netamente económicas.

1.2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

¿Cómo lograr que empresarios nos contribuyan económicamente en la creación de un colegio mixto que brinde una educación de calidad en la Parroquia La Aurora?

1.2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION.

La sistematización la realizaremos en base de las sub-preguntas derivadas en la formulación y que servirán de guía para nuestra investigación:

- ¿Cuáles son los factores para motivar a donar a fundaciones y organizaciones sin fines de lucro?
- ¿Cuáles son los principales factores que limitan a donar?

1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Obtener las contribuciones económicas para la construcción y mantenimiento de un colegio en la parroquia La Aurora.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Identificar auspiciantes que contribuyan con el financiamiento de los gastos de bienes, materiales, infraestructura, recursos humanos (docente, administrativo y de servicio).
- Identificar las principales personas caritativas para la donación continua por parte de los prospectos de donantes.
- Determinar factores para la aportación de los contribuyentes a la construcción del colegio.

1.4 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

La Parroquia Satélite Urbana La Aurora, es un caserío que corresponde al Cantón Daule de la Provincia del Guayas, está ubicada en el Km. 11 ½ vía La Puntilla-

Pascuales. Es un sector eminentemente agrícola y vulnerable en donde los niveles de educación secundaria no llega a cubrir la demanda necesaria para mejorar la calidad de vida y niveles de ingreso para beneficio de los mismos.

La Aurora cuenta con una población aproximada de 3.215 habitantes con un promedio por familia de entre 5 a 8 personas. En cuanto se estima un total de 1.220 personas de las cuales un 37 % culminó la educación primaria mientras que el otro 20 % culminó su instrucción secundaria de tal manera que aproximadamente 952 no han culminado su instrucción secundaria.

La ubicación geográfica y la situación económica, son uno de los principales factores por los que la mayoría de las personas no envían a sus hijos e hijas a colegios de calidad, ya que en el sector solo existen 2 colegios: Colegio Nacional “Nueva Aurora” que debido a su mala organización no satisface la demanda de la población y Colegio “Jacarandá” institución privada que a pesar de tener un buen nivel académico no es accesible económicamente y es enfocado a grupos femeninos.

Es por esto que “Fundación Prohoy” consciente de su misión, ha visto la necesidad de implementar un colegio que promueva una educación integral y personalizada con calidad para los chicos y chicas de La Aurora y sectores aledaños.

El Plan Nacional del Buen Vivir menciona que los ecuatorianos debemos ejercer los derechos, con énfasis en salud, educación, seguridad social, alimentación, agua y vivienda. En este plan se determina dentro del objetivo 1, la meta de incrementar a 66.5% la matrícula de adolescentes en bachillerato para el 2013.¹

El Gobierno Nacional y el Ministerio de Educación y Cultura están dando pasos para avanzar en el proceso de cambio de la educación ecuatoriana y para su avance efectivo, no bastan los esfuerzos oficiales, se requiere un gran consenso de todos los actores del proceso educativo y la sociedad en su conjunto.

1. SENPLADES.- *Plan nacional del buen vivir (2009-2013)*.

1.5 MARCO DE REFERENCIA DE LA INVESTIGACION.

1.5. 1. MARCO TEORICO.

Muchos ecuatorianos no alcanzan a acceder al derecho a la educación y ven limitadas sus oportunidades de participación social, un número significativo no concluye la educación básica. Se registran familias con dificultades serias para costear la educación de sus hijos. Una gran cantidad de niños y niñas tienen que trabajar prematuramente para contribuir en el ingreso familiar y muchos de ellos deben abandonar la escuela, por la excesiva carga ocupacional. La mayoría de centros educativos siguen manteniendo características de baja calidad y las desigualdades educativas entre los servicios urbanos y rurales permanecen intocadas.

La “Fundación Prohoy” entidad de derecho privado creada sin fines de lucro, legalmente constituida en la ciudad de Guayaquil, el 9 de Agosto de 1996, según acuerdo del Ministerio de Bienestar Social y trabajo # 2005, ha planteado como misión mejorar la calidad de vida de los niños y niñas de la Parroquia La Aurora y de sectores aledaños brindando una educación integral a través de la Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy” ofreciendo en todos los factores calidad, equidad, interculturalidad y universalidad.

La fundación paulatinamente está pendiente de los numerosos casos de crisis económica que sostienen las familias de los niños y niñas que estudian en la institución Prohoy. Para determinar los costos de las mensualidades se realiza un análisis situacional económico de las familias, siendo algunos niños y niñas becados totalmente debido a la paupérrima situación en que viven.

A pesar de que la Escuela Fundación Prohoy se encuentre regida según lo estipulado anualmente por la Dirección de Educación mediante Junta Reguladora de Costos (JRC), no realiza el cobro impuesto por dicha entidad a la totalidad de sus

estudiantes, sino que clasifica a cada alumno y alumna según la situación económica que actualmente se encuentre su familia.

Pues la gran parte de los hogares de los niños y niñas de la Escuela Prohoy y de la Parroquia La Aurora presentan casos de mala situación económica, alcoholismo, maltratos físicos a madres e hijos, desnutrición, madres solteras que tienen que solventar todos los gastos del hogar, e inclusive en una de las viviendas de algún alumno y alumna existe un familiar con enfermedad terminal y/o discapacidad.

Los 14 años de experiencia que posee la Escuela Prohoy en brindar a la niñez de la Aurora, una educación integral se debe a su organización y preocupación constante en la formación académica de los niños y niñas, lo que hace que la institución siga obteniendo trayectoria y por ende una fidelidad por parte de los padres de familia convirtiéndose esto en nuestro principal referente.

Las diversas actividades que realiza la institución permite que siempre los alumnos y alumnas sean los principales actores en todo evento.

Los niños y niñas de la escuela sobresalen en todo programa sean estos internos como externos al establecimiento.

Según comentarios por parte de los pobladores del sector de La Aurora como de instituciones públicas (Municipio de Daule) y privadas, la escuela “Fundación Prohoy” constantemente resalta cualquier programa, esto se debe a su organización, a la dedicación y esmero de sus estudiantes junto con el gran trabajo que realiza el buen equipo humano que labora en esta institución.

ACTIVIDADES Y PROGRAMAS QUE REALIZA LA ESCUELA PROHOY.

Por su naturaleza todo pequeño posee donaire de libertad, sinceridad y en muchos de los casos se convierten en maestros de las personas adultas por su ingenuidad y corazón limpio.

Sin embargo la institución Prohoy concuerda con las sabias palabras del filósofo alemán Kant:

"Los niños deben ser educados no para el presente, sino para una condición futura. Posiblemente mejorada, de manera que se adapte a la idea de humanidad y al destino de hombre."

Esto es lo que realiza la institución, pues en cada presentación los niños y niñas de la escuela dan todo de sí y derrochan sus dones y todo lo aprendido por parte de sus profesores.

El esfuerzo, dedicación y esmero que realizan los niños y niñas de la Escuela Prohoy, también es reconocido y premiado.

Se les enseña que cada cosa que se obtiene en la vida no llega como un regalo... llega como recompensa al esfuerzo por alcanzarla.

Mahatma Gandhi manifiesta que nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.

La educación es un factor fundamental en el desarrollo de los países y regiones, por lo tanto tiene que ser prioridad fundamental. Los ecuatorianos y las ecuatorianas debemos por ello hablar de nuestra educación y proponerle al país una iniciativa que nos permita avanzar.

Las causas sociales por las que personas y empresas no colaboran en instituciones son por ideas (creencias, actitudes y valores) y por prácticas (acto y conducta). Según Kotler y Zaltman las creencias son concepciones que se establecen respecto a un asunto pero no incluyen evaluación.

La actitud es una evaluación positiva o negativa de las personas, objetos, ideas o sucesos.

Los valores son ideas globales respecto a lo que es correcto y erróneo.

Con respecto a las prácticas sociales, existen las del acto único o las conductas. Es muy frecuente que la causa social sea una idea y una práctica.

En efecto, generalmente, las ideas o causas sociales no satisfacen inmediatamente a sus destinatarios; es más, en muchas ocasiones, incluso suponen un freno a la satisfacción de sus deseos más inmediatos. Esto es así porque el marketing social no trata con preferencias superficiales u opiniones, sino con las creencias y valores centrales de las personas. Ello dificulta notablemente encontrar el quid pro quo adecuado para lograr la aceptación o adopción de ideas.

El público es contrario a la adopción de un determinado comportamiento:

- Cambios de una única actuación: Para lograr este cambio, hay que informar al público.
- Cambios permanentes en el comportamiento: Se deberá inducir o ayudar a cambiar el comportamiento de aquellas personas que, de esa forma, verán mejorado su propio bienestar.
- Cambios de costumbres sociales: Pretenden modificar las ideas, creencias y costumbres fuertemente arraigadas en la colectividad o en determinados grupos de personas. Se pide a las personas que olviden los hábitos que tienen, que aprendan otros nuevos y que mantengan esos hábitos con el tiempo.

Mientras que según Moliner Tena, manifiesta que las causas por la que las personas o empresas no colaboran a ONG es porque desconocen de las mismas y para que exista aceptación se deberá crear: interés por la causa, impulso a la acción y consolidación de la relación.

En la creación de interés, es importante la comunicación, ya que no sólo informará, sino también se deberá transmitir una determinada imagen de la entidad que

promueve el cambio, imagen que será fundamental para garantizar la credibilidad requerida en estos casos.

Pero para lograr que el interés se convierta en deseo y posteriormente, en acción, es fundamental conocer las motivaciones que pueden inducir al adoptante a aceptar la causa social. Es importante apoyarse en motivaciones como la generosidad. También será importante tratar de reducir los costes de diversos tipos (materiales, de desplazamiento, de seguridad) y facilitar la acción.

De cara a consolidar la relación, es importante tener presente que el marketing de relaciones se practica en distintos niveles en función del vínculo usado para capturar la fidelidad del público. El primer nivel se produce cuando el vínculo que se establece es sólo financiero. El segundo es social; en este caso, hay conciencia de pertenencia a un grupo, participando en sus actividades. El tercer vínculo será de tipo estructural. En este caso, la relación es completa y el compromiso entre ambas partes, máximo.

Hibbert y Horne concuerdan en que las personas o empresas no colaboran debido a la situación en que se encuentren. Situaciones que pueden ser de tipo anímico, del tiempo que se tenga para dedicarle a la persona que efectúa la petición, de la situación económica, del grado de compromiso que el colaborador potencial está dispuesto a asumir en un momento dado, de quién efectúe la petición, dónde, cuándo o en presencia de cuánta gente.

Los autores concuerdan en lo afirmado por Moliner Tena, ya que a través de una buena campaña de comunicación provereemos estrategias y medidas para obtener donantes quienes nos colaboren con la creación de un colegio particular mixto en la Parroquia La Aurora.

De esta manera se beneficiarían los niños y niñas del sector, además despertaríamos el interés de donar a ONG dejando marcado ese deseo permanente de colaborar, haciendo hincapié de que el desarrollo se construye entre todos, y que

todos podemos hacer algo, logrando de esta manera un efecto positivo para la sociedad.

La investigación se basará, además de lo expuesto anteriormente, con teorías sobre el método a utilizar para lograr los objetivos del proyecto a través de una campaña publicitaria de difusión.

Tenemos que una campaña publicitaria es un amplio conjunto de estrategias comerciales que tienen como objetivo dar a conocer, a través de anuncios distintos pero relacionados, que aparecen en diversos medios de comunicación durante un periodo específico, un producto o servicio determinados.

La campaña está diseñada en forma estratégica para impactar en un grupo de sectores y resolver algún problema crucial. Se trata de un plan a corto plazo que, por lo general, funciona durante un año o menos.

Un plan de campaña resume la situación en el mercado y las estrategias y tácticas para las áreas primarias de creatividad y medios (TV, radio, periódicos, revistas, anuncios espectaculares, etc.), así como otras áreas de comunicación de mercadotecnia de promoción de ventas y mercadotecnia directa. Las relaciones públicas, una disciplina independiente de la publicidad, pueden colaborar con una campaña de este tipo.

Entendemos que publicidad es mucho más que una herramienta empresarial, porque ante todo es una herramienta de comunicación creativa.

La publicidad es una comunicación persuasiva.

Según Philip Kotler y Armstrong concluyen en que la publicidad es como una poderosa herramienta de la promoción, que puede ser utilizada por quien quiera dar a conocer un mensaje, un producto o una idea.

1.5.2 MARCO CONCEPTUAL.

En este marco, incluiremos los conceptos en los que nuestra investigación se basará, conceptos y definiciones que se utilizarán, establecidos por los diferentes autores y teóricos que son parte de nuestra bibliografía de referencia.

Administración: Es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos. La administración es conducción racional de actividades, esfuerzos y recursos de una organización, resultándole algo imprescindible para su supervivencia y crecimiento.

Analfabetismo.- Es la incapacidad de leer y escribir, que se debe generalmente a la falta de aprendizaje.

Es la cualidad del analfabeto, una palabra de origen latino (analphabetus) que hace referencia a aquella persona que no sabe leer ni escribir. De todas formas, el término suele tener un extendido y se utiliza para nombrar a los individuos que son ignorantes o carecen de instrucción elemental en alguna disciplina.

Auspiciantes.- Ayudar o proteger a una persona o promover un proyecto de idea.

Avisos.- En términos generales, un aviso, refiere a aquel anuncio o noticia que una persona tiene para darle a otra o bien, aquel que está destinado a un público mucho más amplio y que puede referir a cualquier situación plausible de ser comunicada.

Caseríos.- Conjunto de casas.

Se designa tanto a la institución económica como al edificio de vivienda que la alberga. En su sentido económico es una institución medieval.

Credibilidad.- Es la cualidad de creíble (que puede o merece ser creído). El término procede del vocablo latino credibilis. No está vinculado a la veracidad del mensaje sino a los componentes objetivos y subjetivos que hacen que otras personas (crean

o no) en dichos contenidos. Para tener credibilidad la persona o la información debe generar confianza.

Concienciar.- Hacer que alguien sea consciente de algo. Adquirir conciencia de algo.

Contribuciones.- Cuota destinada a algún fin, principalmente la que se impone para atender las cargas del Estado.

Cantidad de dinero que un ciudadano debe pagar al estado o a otro organismo para sostener el gasto público.

Ayuda, colaboración o participación en el logro de un fin.

Cantidad de dinero o conjunto de medicinas, alimentos, ropas u otros objetos que se da voluntariamente a una persona o grupo para ayudar a cubrir sus necesidades.

Deserción escolar.- Abandono de un ciclo escolar, motivado por varios factores. La deserción escolar es un problema educativo que afecta al desarrollo de la sociedad, y se da principalmente por falta de recursos económicos y por una desintegración familiar. Es un fenómeno social ocasionado por diversas causas ya sean políticas, económicas, familiares, etc.

Los inconvenientes que causan este problema de la deserción escolar en realidad son un gran número, podemos clasificar sus causas en dos vertientes: Causas externas a la escuela y causas internas a la escuela, pero unos de los más importantes y más notorias son los siguientes ya que pertenecen a las causas externas a la escuela:

- *Problemas económicos:* Este es uno de los factores más importantes ya que por el no tener el recurso que es el dinero por eso terminan la escuela.
- *Problemas familiares:* Como su nombre lo dice que tienen problemas con sus padres, hermanos, etc.
- *Enfermedades:* Faltan por que tienen alguna enfermedad por la cual dejan de asistir a la escuela y ya no los deja seguir con los estudios.
- *El no gustarle la escuela:* Por el simple hecho de que no les gusta ni les llama la atención los estudios (escuela).

- *Por el trabajar:* Como su nombre lo dice porque empiezan a trabajar para salir adelante.
- *El casarse o unirse:* Esta es una causa que se ve más en el nivel de medio superior y superior
- *El salir embarazada:* Al igual que el casarse o unirse, esto se da mucho en lo ya mencionado anteriormente (arriba).

Difusión.- Es la acción y efecto de difundir (propagar, divulgar o esparcir). Hace referencia a la comunicación extendida de un mensaje.

Donantes.- Persona que voluntariamente hace pasar al poder de otro algo propio.

Escolaridad.- Tiempo durante el que un alumno asiste a la escuela o a cualquier centro de enseñanza.

Flyers.- Volante. El flyer tiene que llamar la atención del cliente, es la imagen de la empresa que se vende, es la tarjeta de presentación y definirá a que público está destinado. El flyer evoluciona rápidamente, no sólo tecnológicamente, sino que se adapta rápidamente a los nuevos ritmos que marcan la moda y el arte. Los diseñadores experimentan, evolucionan y crean nuevas tendencias logrando sintetizar el mensaje o significado del flyer en una sola imagen.

Ideas.- Una idea es una imagen que existe o se halla en la mente. La capacidad humana de contemplar ideas está asociada a la capacidad de raciocinio, autorreflexión, la creatividad y la habilidad de adquirir y aplicar el intelecto. Las ideas dan lugar a los conceptos, los cuales son la base de cualquier tipo de conocimiento, tanto científico como filosófico. Sin embargo, en un sentido popular, una idea puede suscitarse incluso en ausencia de reflexión, por ejemplo, al hablar de la idea de una persona o de un lugar.

INEC.- Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, administra el sistema estadístico nacional, produce y difunde información estadística útil y de calidad del país con el

propósito de facilitar la evaluación del desarrollo de la sociedad y de la economía, así como promover las actividades del sistema estadístico nacional.

El INEC constantemente trata de informar de manera completa, oportuna y confiable satisfaciendo las necesidades de información estadística del sector público, sector privado y de la sociedad en general.

Información.- En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje. Desde el punto de vista de la teoría general de sistemas cualquier señal o input capaz de cambiar el estado de un sistema constituye un pedazo de información.

Los datos sensoriales una vez percibidos y procesados constituyen una información que cambia el estado de conocimiento, eso permite a los individuos o sistemas que poseen dicho estado nuevo de conocimiento tomar decisiones pertinentes acordes a dicho conocimiento.

Infraestructura.- Parte de una construcción que está bajo el nivel del suelo.

Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera.

Junta Reguladora de Costos (JRC).- Departamento del Ministerio de Educación, el cual realiza un análisis para poder establecer el debido costo de matrícula y pensión para cada institución educativa privada del país.

Material Didáctico.- Son distintos elementos que pueden agruparse en un conjunto, reunidos de acuerdo a su utilización en algún fin específico. Los elementos del conjunto pueden ser reales (físicos), virtuales o abstractos.

El material didáctico es aquel que reúne medios y recursos que facilitan la enseñanza y el aprendizaje. Suelen utilizarse dentro del ambiente educativo para facilitar la adquisición de conceptos, habilidades, actitudes y destrezas.

Es importante tener en cuenta que el material didáctico debe contar con los elementos que posibiliten un cierto aprendizaje específico.

Migración.- Se denomina migración a todo desplazamiento de la población (humana o animal) que se produce desde un lugar de origen a otro destino y lleva consigo un cambio de la residencia habitual en el caso de las personas o del hábitat en el caso de las especies animales migratorias.

Las migraciones de seres humanos se estudian tanto por la Demografía como por la Geografía de la población.

Migración (demografía) que presenta dos enfoques; el de la emigración, desde el punto de vista del lugar o país de donde sale la población; y el de la inmigración, desde el punto de vista del lugar o país donde llegan los "migrantes".

Movilidad social.- Movimientos o desplazamientos que efectúan los individuos, las familias, o los grupos dentro de un determinado sistema socioeconómico.

Cuando hay poca movilidad social, son escasas las posibilidades de que alguien mejore su situación económica en relación con los demás, independientemente de su capacidad individual.

Necesidad.- Se llamará necesidad a aquellas sensaciones de carencia, propias de los seres humanos y que se encuentran estrechamente unidas a un deseo de satisfacción de las mismas. Por ejemplo, la sed, el frío, el hambre, un logro, un afecto, el poder, la realización personal, son algunas de las necesidades más comunes que los seres humanos, seguramente, experimentaremos aunque sea una vez en la vida porque están en nuestra naturaleza humana.

Nivel socio-económico.- Es un atributo del hogar, compartido y extensible a todos sus miembros. Para determinar este atributo se estudiaron distintas variables relacionadas con la vivienda, el nivel de hacinamiento, los ingresos medios, la educación y el trabajo del jefe de hogar. A partir de esto se clasificaron los hogares en cinco grupos de mayor a menor pobreza: bajo, medio-bajo, medio, medio-alto y alto.

El nivel socio-económico se basa en los siguientes indicadores:

- Nivel educacional de principal sostén del hogar (indicador de mayor importancia)

- Nivel ocupacional.
- Patrimonio del hogar (posesión de bienes y automóvil).

Ocupación o tipo de trabajo.- Se refiere a la clase de trabajo que efectúa una persona ocupada (o que desempeñaba antes si está cesante) durante el período de referencia adoptado, independientemente de la rama económica a la que pertenezca o la categoría de empleo que tenga. Para facilitar la comparación internacional, se recolectaron los datos en conformidad a la última versión disponible de la Clasificación Internacional Uniforme Ocupaciones, publicada por la OIT.

ONG.- Organismo no estatal, es una entidad de carácter privado, con diferentes fines y objetivos humanitarios y sociales definidos por sus integrantes, creada independientemente por los gobiernos locales, regionales y nacionales, así como también de organismos internacionales.

Jurídicamente adopta diferentes estatus, tales como asociación, fundación, corporación y cooperativa, entre otras formas. Al conjunto del sector que integran las ONG se le denomina de diferentes formas, tales como organizaciones de la sociedad civil, sector voluntario, sector no lucrativo, sector solidario, economía social, tercer sector y sector social. Su membresía está compuesta por voluntarios y trabajadores contratados. Internamente pueden tener un bajo o alto grado de organización. El financiamiento de actividades, generalmente proviene de diversas fuentes: personas particulares, Estados y otras Administraciones Públicas, organismos internacionales, empresas, otras ONG, etc.

La expresión Organizaciones no Gubernamentales (ONG) nació a raíz de la invitación recibida por algunas organizaciones sociales por parte de la ONU en la década de 1960, para asistir sus asambleas como invitadas. Dado que la ONU es una organización de estados se buscó diferenciar los niveles.

Organizaciones.- Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo.

Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas. También se definen como un convenio sistemático entre personas para lograr algún propósito específico.

Las Organizaciones son el objeto de estudio de la Ciencia de la Administración, y a su vez de algunas áreas de estudio de otras disciplinas como la Sociología, la Economía y la Psicología.

Pedagógico.- Relativo a la pedagogía (Ciencia que estudia los métodos y las técnicas destinadas a enseñar y educar).

Manera que tiene una persona de enseñar o educar.

Que enseña las cosas con mucha claridad y es útil para aprender.

Piezas Gráficas.- Una pieza gráfica se refiere a una composición visual en diseño, el cual puede variar en soporte y formato según sus necesidades.

Se relaciona muy fuertemente con la publicidad, la cual es usada tanto en vía pública como en revistas o prensa escrita. A pesar de limitarse a un espacio plano, en la vía pública puede tener relieves para acaparar el interés de los transeúntes.

Promocional.- Acción de promocionar a una persona, un producto o servicio.

Campaña publicitaria que se hace de un determinado producto o servicio durante un tiempo limitado mediante una oferta atractiva.

Quid pro quo.- Latín: «*algo por algo*» o «*algo a cambio de algo*»; también latín medieval: **quiproquo**) es una expresión que originalmente se refería al error de confundir dos términos similares. La locución se refiere, literalmente, a la confusión producida al usar el pronombre interrogativo/indefinido singular de género neutro en caso nominativo (**quid**) cuando debiera de usarse en caso ablativo (**quo**). El sentido original de la locución es, pues, cometer un error gramatical. Se usaba figurativamente para indicar un error conceptual, o la confusión de una persona por otra semejante.

Expresión latina que da a entender que una cosa que se sustituye por otra equivalente.

SIISE.- Es una innovadora herramienta pública, técnicamente autónoma, que reúne las estadísticas sociales disponibles en el país, las elabora y presenta de una manera útil para el diseño y evaluación de políticas sociales, las integra para el estudio de las condiciones de vida de la población, y asegura su difusión permanente a los ecuatorianos - as.

El SIISE funciona como un instrumento técnico y también como un servicio de información, la selección de fuentes indicadores, definiciones y métodos estadísticos es de su entera responsabilidad. Sus cifras pueden diferir de aquellas oficiales o no, elaboradas por otras instituciones nacionales públicas o privadas o por los sistemas de información de los organismos internacionales.

Sistema educativo.- Es un conjunto de elementos interrelacionados con un fin determinado; en el caso del sistema educativo, el fin es educar de una manera uniforme a todos los alumnos lo que provoca el retraso de los alumnos más avanzados y la frustración por incapacidad de los alumnos a los que más les cuesta, los elementos principales son: instituciones educativas y normas.

Situación.- Es la acción y el efecto de situar o situarse (poner a alguien o algo en determinado sitio). El término también se utiliza para nombrar a la disposición de una cosa respecto del lugar que ocupa.

Status.- Es un elemento básico en la estructura social, que hace referencia a la posición social que ocupa un individuo y que los demás reconocen, el lenguaje común, status es sinónimo de prestigio, decimos por ejemplo que el director de un banco tiene más estatus que el empleado que nos atiende en la ventanilla.

En sociología el estatus es sinónimo de prestigio, hace referencia a la posición social, esto es, a las responsabilidades, privilegio y expectativas que acompañan a esa posición.

Subsidio.- Ayuda económica que se concede de manera oficial a una persona o entidad.

Target.- Locución inglesa que se utiliza para designar al público objetivo de una acción comercial.

Vitalista.- Se aplica a la persona que vive mostrando una gran energía y actividad. Relativo al vitalismo.

Vitalismo.- El ‘vitalismo’ se define como aquella filosofía que admite un principio vital, una ‘fuerza vital’ irreductible a los procesos físico-químicos. Teoría que coloca la vida (o los valores vitales) por encima de cualquier otra realidad o valor, suponiendo lo demás subordinado a los intereses de la vida.

Vulnerable.- Que es susceptible de ser lastimado o herido ya sea física o moralmente.

Zona Rural.- Una región rural es aquella que se caracteriza por la inmensidad de espacios verdes que la componen y que por esta razón está destinada y es utilizada para la realización de actividades agropecuarias y agroindustriales, entre otras. Generalmente, las zonas rurales se encuentran ubicadas geográficamente a importante distancia respecto de las zonas urbanas, de las cuales por supuesto no solo difieren en cuanto a los espacios para el verde que proliferan en las primeras y escasean en las segundas, sino también en los usos y costumbres, la forma de vida y en la concepción del tiempo que ostentan los que habitan en un lugar y en el otro.

Zona Urbana.- Es aquella que presenta una población de 2000 habitantes o más. La actualización de los modelos de crecimiento urbano ha generado que la densidad de la población, la extensión geográfica y el desarrollo de infraestructuras se combinen para ser factores claves en la delimitación de este tipo de zonas.

Las zonas urbanas se caracterizan por el desarrollo de su sector secundario (industrial) y terciario (servicios).

Por lo general, el espacio urbano sobrepasa los propios límites de la ciudad, ya que se forman grandes áreas metropolitanas periféricas agrupadas a su alrededor.

Cabe destacar que la tasa de urbanización es índice demográfico que expresa la relación porcentual entre la población urbana (los habitantes de las ciudades) y la población total de un país. A mayor cifra se supone un mayor nivel de desarrollo.

1.6 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES.

1.6.1 HIPÓTESIS GENERAL.

Realizar una campaña promocional para la obtención de donantes para la creación del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy” de la Parroquia Satélite Urbana La Aurora.

1.6.2 HIPÓTESIS PARTICULARES.

- A mayor difusión de comunicación mayor posibilidad de personas y empresas interesadas en colaborar económicamente en la creación del colegio.
- Al obtener un número significativo de donantes, los niños y niñas de la Parroquia La Aurora, tendrán la oportunidad de acceder a una mejor educación de segunda enseñanza.

1.6.3 VARIABLES.

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
Campaña Promocional	1) Donantes
	2) Aportaciones.
	3) Apoyo de medios.

Fuente: Los autores

1.7 ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.7.1 TIPO DE ESTUDIO Y DE DISEÑO.

Según su finalidad esta tesis será de tipo aplicada y según su objetivo será descriptivo y explicativo, según su diseño será de corte no experimental, de campo y transversal, desde una perspectiva cuantitativa.

POBLACIÓN Y MUESTRA.

Este estudio tiene como finalidad obtener donantes para poder crear un Colegio Particular Mixto en la Parroquia Satélite Urbana La Aurora del cantón Daule, con un único fin estrictamente social, incrementar el acceso a educación secundaria de calidad, fortalecer sus conocimientos y redimensionar sus valores morales y éticos. Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la población existente. Es decir, que el parámetro que se desea estimar es el porcentaje de empresarios y empresas de la ciudad de Guayaquil que estarían dispuestos a realizar aportaciones económicas para la construcción e implementación de un Colegio en la Parroquia La Aurora, el tamaño de la muestra requerido para estimar este parámetro p , con un límite para el error de estimación e , basados en un muestreo aleatorio-simple, donde la población es finita (empresarios y empresas de Guayaquil) que se determinará por la siguiente ecuación:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza (95% de confianza)= 1.96.

p: Probabilidad que ocurra el evento (es decir que el empresario o empresa acepte contribuir económicamente para la construcción del colegio, $p= 0.5$)

q: Probabilidad que no ocurra el eventos (es decir que el empresario o empresa no acepte contribuir económicamente para la construcción del colegio, $q=1-0.5=0.5$)

N: Tamaño de la población (número total de empresarios y empresas de Guayaquil)

E: Error de estimación ($5\% = 0.05$)

Aplicando esta fórmula se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.50)(1-0.50)(N)}{(N)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.50)(1-0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.50)(0.50)(N)}{(N)(0.0025) + (3.84)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)(N)}{(N)(0.025) + (3.84)(0.25)}$$

“Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mendenhall y Ott, versión en español de la tercera edición, capítulo 3. Pag. 27-29

1.7.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

El método, constituye el camino que el investigador sigue para encontrar verdades científicas. En esta investigación podemos interpretar como método prácticamente a todo el accionar que aplicaremos para conseguir de las fuentes de información todos los datos requeridos para cumplir con los objetivos que nos proponemos.

1.7.3 FUENTES Y TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.7.3.1 MÉTODO TEÓRICO.

Deductivo – Inductivo: Este método nos servirá para evaluar los aspectos particulares de la Parroquia La Aurora ya que con la creación del colegio estamos contribuyendo a que los jóvenes del sector obtengan educación de calidad. Este estudio nos permitirá establecer las mejores estrategias para contrarrestar esta problemática.

Analítico - Sintético: Con el análisis de la información recolectada permitirá llegar a la explicación de cuál es la causa por la que niños y niñas de la Parroquia La Aurora no tienen acceso a la educación secundaria de calidad. El análisis consistente en la descripción pormenorizada de cada uno de los componentes de un todo, jugará un papel importantísimo puesto que permitirá descubrir cosas, hechos y elementos que no se encontraban a la luz del día, ni que se podrán apreciar a primera vista; nos permite pensar que detrás de las cosas visibles existen otras que forman parte del todo y que necesitan conocerse para saber cuál es su relación con el problema que investigamos. Este método permitirá someter cada uno de los factores que componen el modelo de Porter a un proceso de análisis y luego sintetizarlos, para determinar de mejor manera las probables causas y las soluciones más convenientes.

1.7.3.2 MÉTODO EMPÍRICO:

Los métodos empíricos que utilizaremos en nuestra investigación se detallan a continuación.

1.7.3.2.1 TÉCNICAS DE LA OBSERVACIÓN:

Desde siempre la observación ha constituido una de las formas más usuales de obtener información y de explicarse lo que ocurre en el mundo exterior de los individuos, esta técnica nos permitirá registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades educativas de los habitantes del la Parroquia La Aurora.

1.7.3.2.1.1 OBSERVACIÓN INDIRECTA:

Este tipo de observación documental realizaremos mediante la obtención de información a través de la lectura de libros de tipo informativo, reportes gubernamentales, estadísticas, etc. Mediante este tipo de observación, nos permitirá ponernos en contacto con hechos del pasado. La tecnología moderna nos favorecerá enormemente, como el teléfono, internet y otros.

1.7.3.2.2 LA TÉCNICA DE LA ENCUESTA:

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica que consiste en recoger información de lo que las personas: son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten; a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con la educación y situación socio-económica de La Aurora.

1.7.3.2.3 LA TÉCNICA DE LA LECTURA CIENTÍFICA.

Es la técnica de investigación secundaria que nos permitirá recoger información de tipo bibliográfico, la que encontramos en abundancia, información que nos permitirá recopilar y fundamentar nuestras ideas y teorías sobre la creación del Colegio en la Parroquia La Aurora.

1.7.4 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.

La información recopilada, para la presente investigación, será ordenada por separadas de tal manera, que pueda estar disponible para estructurar el documento. Respecto a la información estadística, ésta será filtrada hasta obtener las informaciones pertinentes a la investigación la cual será presentada en forma de tablas y cuadros que permitirán enunciar comparaciones y porcentajes. De las entrevistas y observaciones que se efectuarán se procederá a recopilar la información y a elaborar cuadros estadísticos que resuman la información a través de tablas y gráficas, se utilizará diferentes técnicas paramétricas.

1.8 RESULTADOS E IMPACTOS ESPERADOS.

Deseamos que el presente tema de investigación logre a corto plazo, captar la mayor cantidad de contribuyentes para poder llevar a cabo la construcción, implementación y realización del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy” en la Parroquia Satélite Urbana La Aurora.

A mediano plazo, que los niños y niñas de La Aurora y de sectores aledaños accedan a una educación de calidad e integral.

A largo plazo, que se mantenga o que se supere el número de aportantes con los que se inició el trabajo de investigación.

Convertir al Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy”, en una institución que otorgue el acceso a educación de calidad e integral, a costos que estén de acuerdo a la situación socio-económica de los hogares de los niños y niñas de la Parroquia La Aurora”.

En conclusión que la Fundación Prohoy organización preocupada constantemente en el bienestar de la comunidad y de la población estudiantil promueva esta campaña con el único objetivo social, el de hacer de esta sociedad una sociedad más digna, justa y equitativa.

Recordemos un pequeño fragmento del Consejo Superior de Educación:

“La educación inicial, básica y de bachillerato es, sin duda alguna, es uno de los pilares fundamentales para pensar en Ecuador como un país viable y con esperanza”.

Invitamos a todos los ciudadanos a soñar y hacer realidad un Ecuador donde todos asistan a la escuela y tengan diez años de educación básica de calidad; un país que valore, estimule y reconozca el trabajo del docente; un país orgulloso de su diversidad por y para todos los ecuatorianos y ecuatorianas”.

CAPITULO 2

ANÁLISIS, PRESENTACIÓN DE RESULTADOS Y DIAGNÓSTICO.

2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL SECTOR

La Parroquia Satelital Urbana La Aurora perteneciente al cantón Daule ocupa un territorio localizado entre los 01°51' de latitud sur y entre los 79°48' longitud oeste. Comprende un área de 95 km² y se encuentra rodeada de urbanizaciones de clase media, media alta como Matices, Sambo City, Villa Club, La Joya.



Según el VI Censo Nacional de Población y V de Vivienda (INEC, 2001), la población estimada es de 3215 habitantes. El número de niños y niñas en edad de colegio son de 965. La tasa de analfabetismo es de 45%. La tasa de matriculación en educación básica es de 31%, de educación media es de 17% y de educación superior es de 7%.

Las actividades económicas de los habitantes de la parroquia son agricultura, ganadería y quehaceres domésticos.

Los habitantes de este sector se caracterizan por su hospitalidad y por su empeño en el ámbito laboral.

2.1.1 ANALISIS EDUCATIVO DEL SECTOR.

Una vez que los niños y niñas de la Escuela “Fundación Prohoy” y los de la Parroquia La Aurora terminan su educación hasta séptimo año básico concurren a colegios ubicados en Guayaquil y en Samborondón o sino a las dos únicas instituciones de nivel secundario que posee la Parroquia que son: Colegio Fiscal Mixto Nueva Aurora y Colegio Particular de Señoritas Jacarandá.

Los pobladores de esta parroquia son vulnerables en el aspecto educativo, ya que al hacer contacto con algún Auroreño se detecta un bajo nivel de educación y cultura.

A nivel de la parroquia se registran 6 centros educativos entre públicos y privados.

Tabla 1: Número de centros educativos en la Parroquia La Aurora.

TIPO DE FINANCIAMIENTO	ESCUELAS	COLEGIOS
Públicos	1	1
Autofinanciados	3	1
TOTALES	4	2

La Parroquia cuenta con cuatro instituciones educativas de nivel primario, de las cuales una es fiscal y tres son particulares.

1. Escuela Fiscal Mixta “Marina Gallardo”.
2. Escuela Particular Mixta “Antonio Pesantes Pozo”.
3. Escuela Particular Mixta “San Gerónimo”.
4. Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy”.

Cada una de estas escuelas se diferencia por su organización y administración.

Y en lo que respecta a instituciones que brinden educación secundaria, La Aurora cuenta con un colegio fiscal y un colegio particular cercano al sector ubicado en el Km. 10 vía a Samborondón que es solo para señoritas.

1. Colegio Vespertino Fiscal “Nueva Aurora”.
2. Colegio Particular de Señoritas “Jacarandá”.

2.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

DIAGNOSTICO DE LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DE LA AURORA.

Escuela Fiscal Mixta “Marina Gallardo”.

Con más de 70 años de creación, anualmente recepta entre 300 niños y niñas de la Parroquia La Aurora y sectores aledaños.

Posee nivel pre-primario y primario.

Brinda educación a niños y niñas entre 4 y 12 años.

En la actualidad gracias a la ayuda del gobierno, su infraestructura ha sido modificada, hoy cuenta con cerramiento total, dando así más seguridad a la niñez, ya que esta institución se encuentra cerca de la carretera muy transitada por vehículos pesados.

Aunque en lo que respecta a educación, los niños y niñas poseen grandes vacíos, debido a la inasistencia e irresponsabilidad de sus profesores y por ende de su administración.

Escuela Particular Mixta “Antonio Pesántes Pozo”.

Con 4 años de ser fundada, acoge anualmente a 60 niños y niñas.

Posee educación de nivel pre-primario y primario.

La carencia de personal docente e inadecuado hace que los niños y niñas estén expuesto a recibir clases unificando grados.

Escuela Particular Mixta “San Gerónimo”.

Con 2 años de creación, cuenta con 40 niños y niñas.

Proporciona educación de nivel pre-primaria y primaria.

Su poca experiencia hace que existan ciertos problemas en cuanto a administración y organización.

Colegio Fiscal Mixto “Nueva Aurora”.

Institución financiada por el Gobierno.

Se encuentra ubicado en la Parroquia La Aurora, funciona desde el año 1980.

Posee una problemática tanto en la parte organizacional directiva como en el personal docente que labora.

Además tiene una mala infraestructura, ya que el establecimiento no se encuentra del todo cerrado dando lugar a que los estudiantes fácilmente salgan del colegio.

Colegio Particular de Señoritas “Jacarandá”.

Educación subsidiada por la fundación Pro Familia y dirigida a alumnas de escasos recursos, en especial de Samborondón y zonas aledañas.

Se encuentra ubicado en el km 12½ de la vía La Puntilla-Samborondón y funciona desde el año 2000.

El costo de la mensualidad es de \$ 22,00, pero se realizan becas a estudiantes de muy bajo recurso económico, la visitadora social hace un seguimiento a la alumna y a su familia. Después de estudiar el caso se determinará si se le otorgará la beca.

Un beneficio adicional que este colegio ofrece a sus alumnas es el de la residencia, que tiene capacidad para alojar a 20 estudiantes. Esta opción está dirigida a quienes viven en sectores muy lejanos al plantel o que sus padres trabajen todo el día.

El plantel tiene capacidad para educar hasta 400 alumnas, brinda una educación de nivel secundario de calidad solo para señoritas limitando así el acceso de educación para el género masculino.

Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy”

La Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy” es una institución que tiene 14 años sirviendo a la comunidad, impartiendo educación de calidad e integral y formación en valores. Se preocupa en los procesos del crecimiento como personas críticas, líderes y principalmente autónomas capaces de tomar sus propias decisiones. Además, su educación se basa en el desarrollo de las habilidades del pensamiento así como el incentivo a la investigación científica.

La estructura de una unidad educativa es muy importante para brindar una educación de calidad e integral.

Dentro de esta estructura tenemos la planta docente, la infraestructura, el equipamiento y organización administrativa.

- *Personal Docente:* La institución está conformada por 11 profesores. Cuenta con 4 educadores por año básico, 4 profesores de áreas, y 3 profesores especiales (idioma extranjero, computación y educación física).

Esta población docente está constituida por un grupo humano eficiente, donde la mayor parte son profesionales en educación y un pequeño porcentaje aún se encuentra educando y cumpliendo su función “de la mejor forma”. El personal docente permanentemente tiene deseos de capacitarse y algunos mantienen gran interés por aprovechar y participar en cualquier oportunidad de cursos.

- *Personal Administrativo:* Esta conformado por un Asesor de Proyectos, la directora del plantel, la coordinadora general y la secretaria de la escuela. Es un grupo eficiente y humanitario, pues preocupados por las diversas adversidades que existen en los Auroreños realiza un sondeo de la situación de cada uno de los hogares de los niños y niñas de la escuela para poder realizar la debida clasificación de los rubros de pensiones, a pesar de regirse según lo estipulado por la Dirección de Estudios mediante resolución de la Junta Reguladora de Costos (JRC).

- *Alumnos:* La población estudiantil, está conformada por niños y niñas entre 6 y 12 años, provenientes de los hogares de la Parroquia La Aurora, como de personas que laboran en los sectores aledaños como Samborondón.

Una característica común de los estudiantes es que provienen de hogares de bajos recursos económicos. Sus padres no han terminado una educación básica ni secundaria, dedicándose a labores como agricultura, guardianía y quehaceres domésticas.

La mayoría de los hogares de los niños y niñas de la Escuela Prohoy está conformada por 5 a 8 integrantes.

Cabe mencionar que en cada una de las familias de los alumnos existe algún caso de alcoholismo, maltrato físico a madres e hijos, divorcio, madres solteras solventando el hogar, familiares con enfermedad terminal y/o discapacidad y en ciertos casos debido a la situación económica (migración) hay niños y niñas que viven con algún familiar sean estos abuelos y tíos.

- *Infraestructura:* Por constituir una obra social, es meritorio, el esfuerzo que está haciendo la empresa privada.

La escuela posee 999 metros cuadrados de terreno, de los cuales 600 metros cuadrados es donde se asienta las 8 aulas de los años básicos. Dos laboratorios, uno de computación equipado con 11 computadoras y un proyector de video y el laboratorio de inglés con audiovisuales (audífonos, Dvd, televisor, radiograbadora, Cds instructivos, etc.), además un amplio patio

para que los educandos puedan recrearse y realizar actividades físicas y un bar que provee alimentos nutritivos.

En cada salón solo se trabaja con un máximo de 25 alumnos ya que sería antipedagógico enseñar con más de esta cifra por aula.

Una gran ventaja que posee la escuela para la creación del Colegio Prohoy, es la tenencia de un solar ubicado junto a las instalaciones del plantel.

Este solar se convierte en una gran oportunidad de la escuela para la construcción del colegio, en base a esto hemos realizado encuestas para poder determinar el grado de ayuda.

Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionó el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la Población existente.

El parámetro que se estimó es el porcentaje de habitantes de la ciudad de Guayaquil de 35 a 50 años de edad de clase media alta.

Partimos del universo de Guayaquil de 3'697.631 habitantes, de los cuales el 45,99% pertenece al grupo de hombres y mujeres de 35 a 50 años de edad arrojándonos un total de 1'700.540 habitantes. A ese total se le suma la variable de clase media alta que corresponde al 45% dándonos una muestra total de 765.243 personas.

Aplicando esta fórmula se obtiene el siguiente resultado:

$$n = \frac{Z^2 pq N}{Ne^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(1 - 0,50)(765.243)}{(765243)(0,05)^2 + (1,96)^2 (0,50)(1 - 0,50)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,50)(0,50)(765.243)}{(765.243)(0,0025) + (3,84)(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(765.243)}{(765.243)(0,025) + (3,84)(0,25)}$$

$$n = \frac{734939,38}{19132,035}$$

$$n = 38$$

Obtuvimos como resultado de nuestra muestra un total de 38 personas a las cuales se les realizó la encuesta, para determinar su solidaridad, para la creación del colegio.

2.2.1 LA ENCUESTA.

La encuesta como método para medir las opiniones de un determinado conglomerado social, resulta de valor científico para quienes se ocupan de este tipo de análisis.

La Encuesta es una fuente primaria ya que se está obteniendo información directa con nuestro grupo objetivo.

Factores que se han considerado para la elaboración de la encuesta:

- Decisiones preliminares: la encuesta ha sido elaborada con la intención de obtener la información que se desea, se busca el sentido común del entrevistado.
- Decisiones sobre el contenido del cuestionario: el cuestionario ha sido elaborado con la intención de que el entrevistado pueda contestarla, con vocabulario sencillo. Esta elaborado para que un entrevistador le pregunte directamente.
- Otros factores: el cuestionario tiene preguntas cerradas, algunas son objetivas.

Para elaborar las encuestas se tomaron muchos aspectos.

Para aplicar la encuesta se realizó una Prueba Piloto con la intención de evaluar si existen dificultades a la hora de contestar la pregunta.

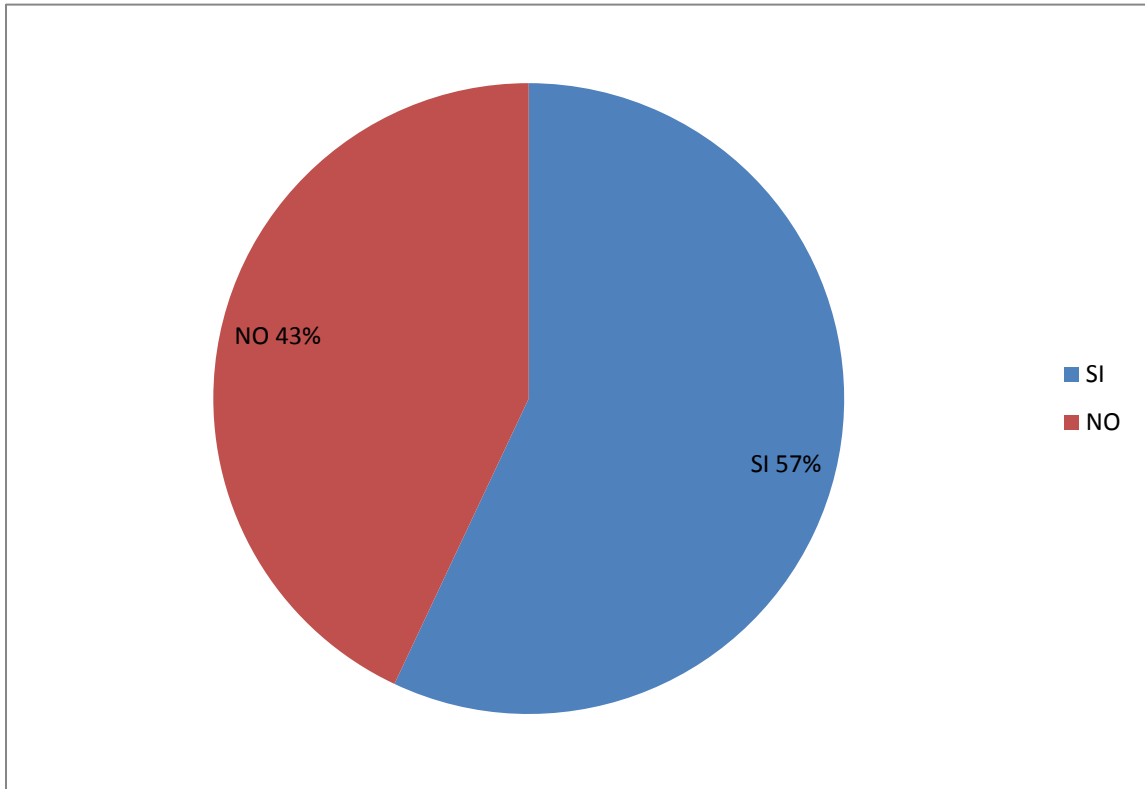
Se hicieron ajustes para obtener las respuestas que se querían evaluar, dando como resultado una encuesta sencilla y fácil de responder y lo más importante que nos brindó la información que buscábamos.

Selección de la Muestra.

Para el muestreo de esta investigación a realizarse se aplicara como tamaño de muestra a 38 individuos.

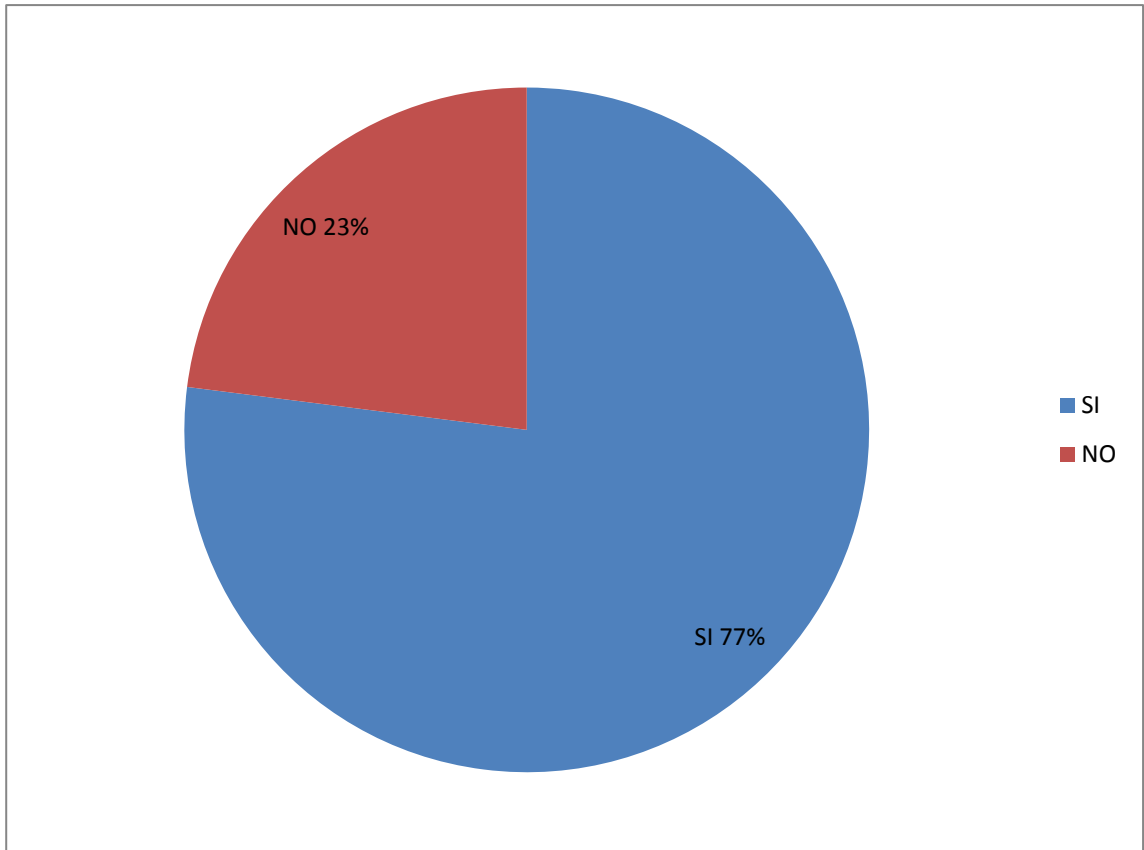
Tabulación de Encuesta.

1. ¿Tiene usted credibilidad en las Fundaciones que existen en el país?



Según los resultados arrojados mediante datos estadísticos se ha llegado a la conclusión que de las 38 personas encuestadas, el 57 % afirma que sólo algunas fundaciones de nuestro país tienen buena credibilidad, y el 43% nos manifiestan que no, demostrando que existe una gran mayoría que tiene desconfianza con las fundaciones u organizaciones sociales.

2. ¿Ha colaborado alguna vez con una Fundación u organización social?



En la segunda pregunta se consultó a las 38 personas si alguna vez han colaborado con alguna causa social de la cual obtuvimos que la mayoría de los encuestados si han apoyado una organización social en algún momento de sus vidas sea esto por diversos motivos: creencias, actitudes y valores.

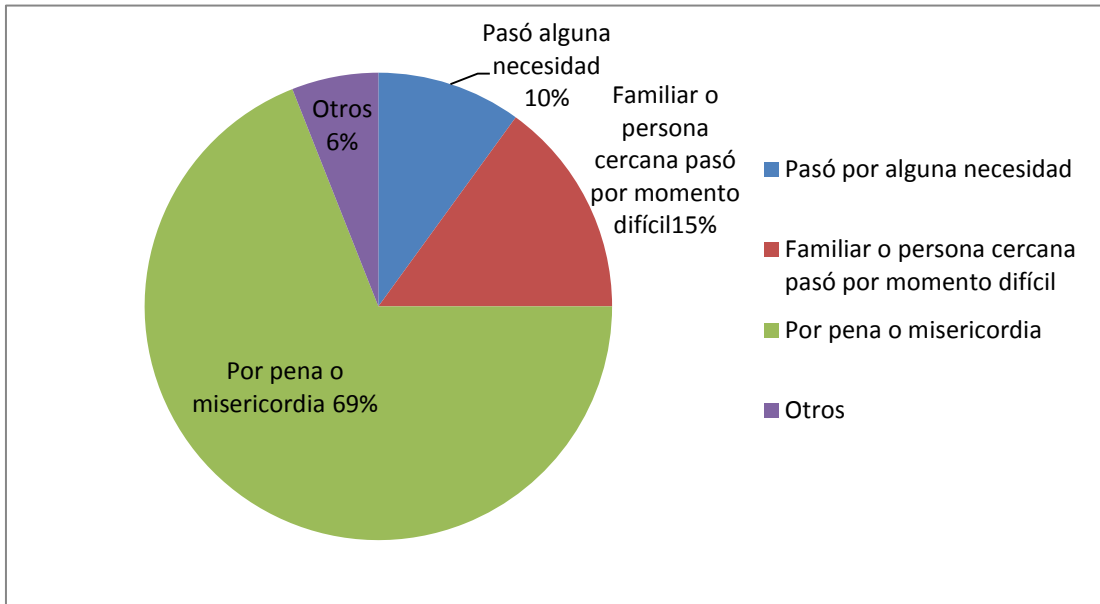
Además nos manifestaron que su donación no fue constante.

Y que su contribución fue de manera monetaria.

Analizando la pregunta anterior con esta, se puede concluir que las personas no tienen credibilidad en las fundaciones pero si de alguna manera ha existido un gesto de colaboración.

Determinando que si hay personas que a pesar de no donar constantemente realizan contribuciones.

3. Si su respuesta es positiva ¿Qué es lo que lo motivó a donar?



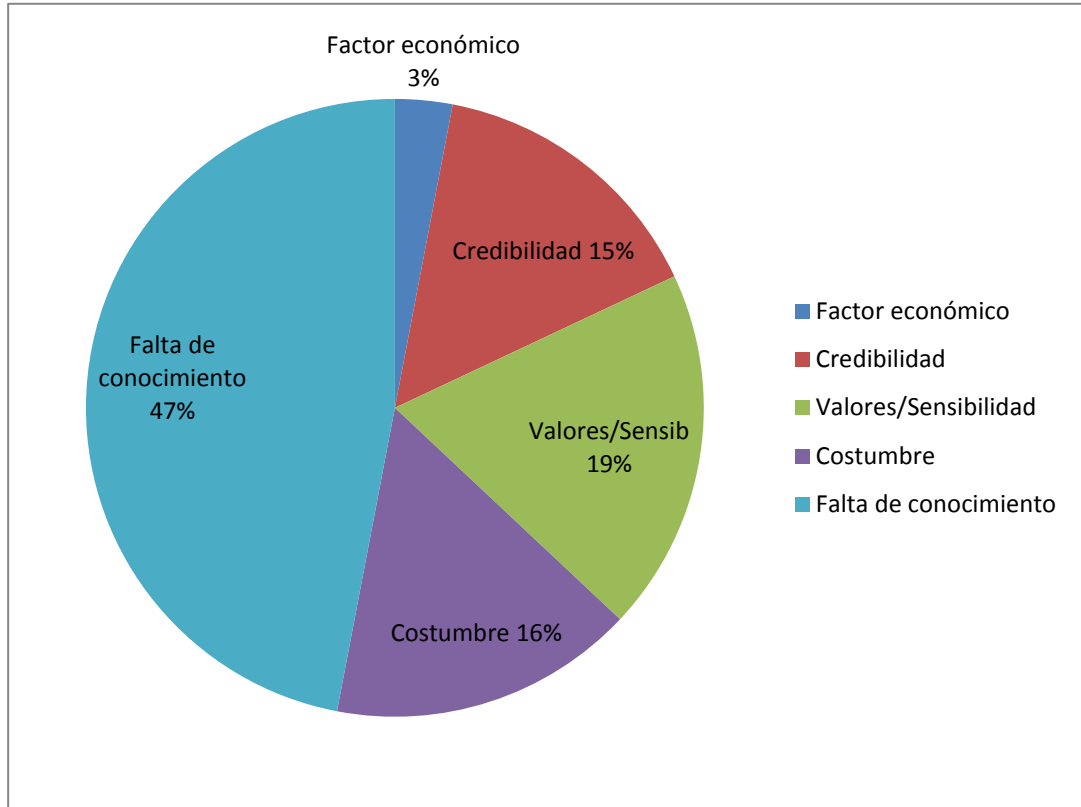
Según los resultados arrojados mediante gráficos estadísticos se llegó a la conclusión que las personas han realizado alguna donación por las siguientes razones:

En primer lugar tenemos, por sentir misericordia principalmente en los niños y niñas y en las personas enfermas, en segundo lugar porque han tenido un familiar o persona cercana que ha pasado por un momento muy difícil, en tercer lugar porque han palpado en carne propia una necesidad en algún momento de sus vidas, y por último por otras causas.

Concluyendo que las personas sienten compasión en los niños y niñas. Basándonos en la temática de nuestro proyecto surgirían un gran número de aportantes que ayudarían a esta noble causa social dirigida a pequeños que debido a los escasos recursos económicos de sus padres no pueden acceder a una educación secundaria de calidad.

Además tenemos que de las personas encuestadas el 15%, ya sea de manera directa o indirectamente a palpado una situación compleja.

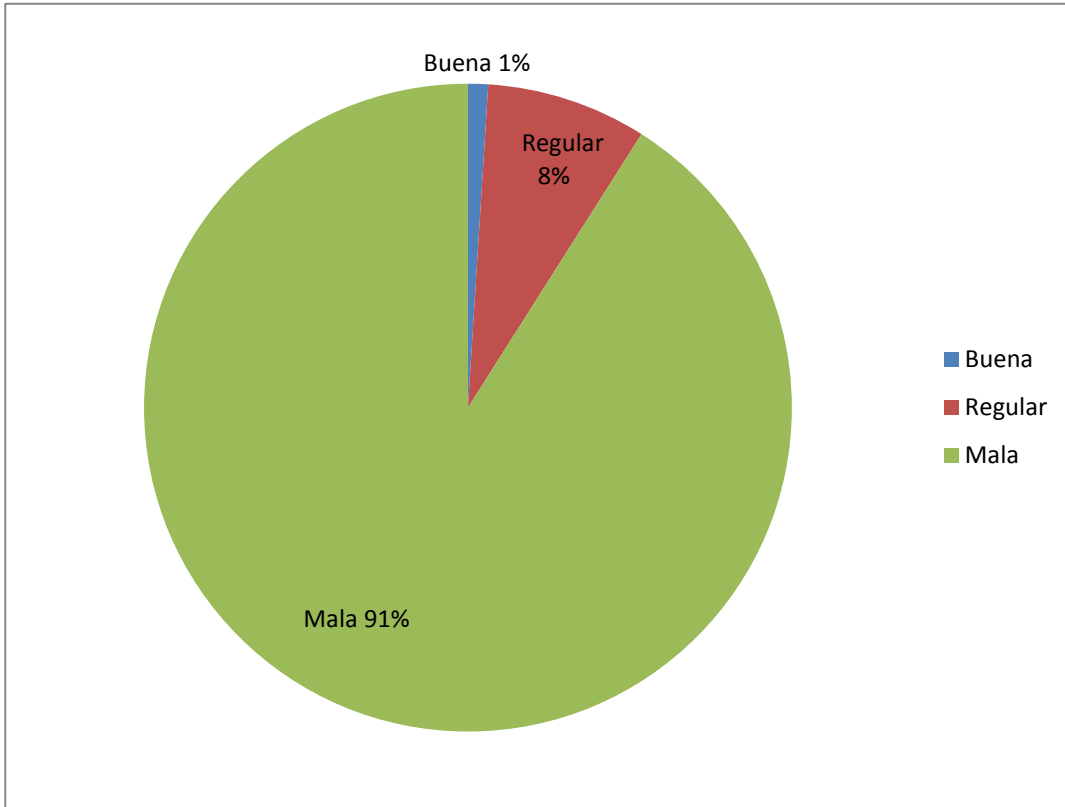
4. Señale según su criterio en base a la siguiente pregunta ¿Por qué personas y/o empresas se limitan a ayudar a organizaciones sociales?



Se ha llegado a la conclusión que las personas y empresas se limitan a realizar donaciones o ayudas a organizaciones sociales por las siguientes razones:

- Falta de conocimiento, pues desconocen la gran cantidad de organizaciones sociales que existen en el país, cuál es su finalidad, objetivo y necesidades.
- Pocos valores e insensibilidad ante personas necesitadas.
- La mala administración y deshonestidad de ciertas personas e instituciones que mal administran los donativos conllevan a no tener credibilidad en instituciones u organizaciones sociales.
- La situación económica preocupante a nivel mundial.

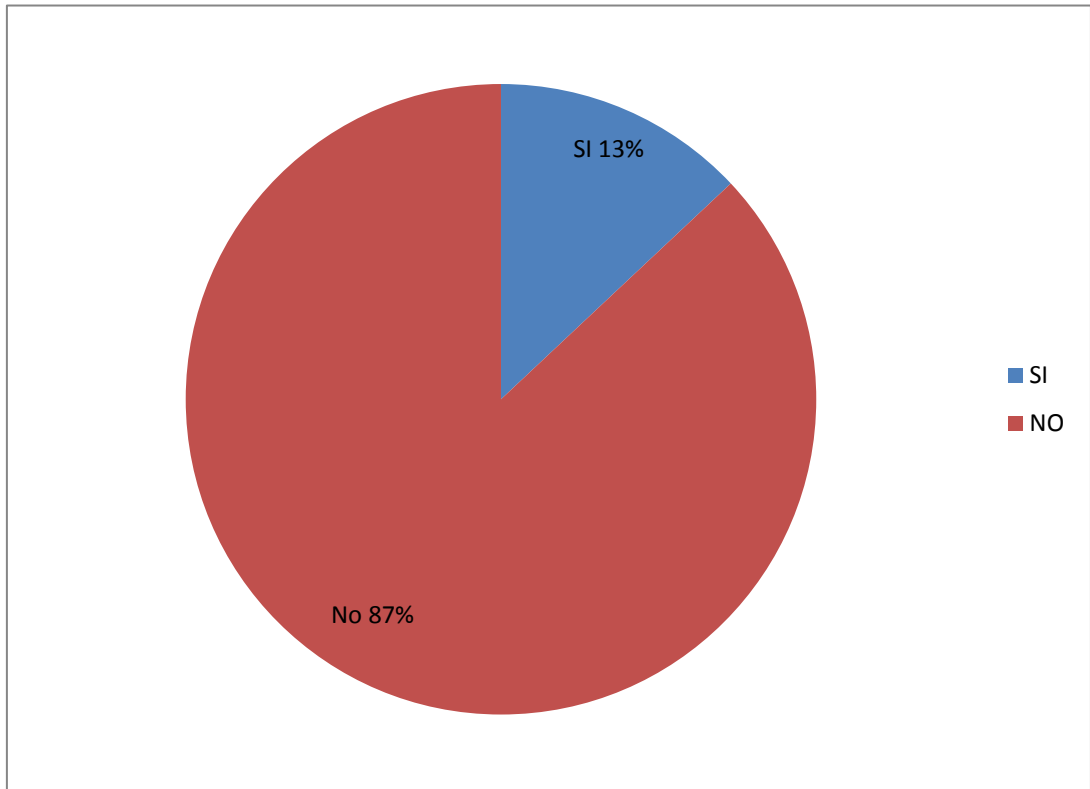
5. ¿Qué opina de la educación de nuestro país en lugares alejados a la ciudad?



Según información obtenida mediante tabulación de las encuestas realizadas, la gran parte de las personas afirman que la educación de nuestro país en lugares alejados es mala, debido a diversos factores como: infraestructura, acceso para llegar al establecimiento, cancelación de sueldo a personal docente, etc.

Además nos manifestaron que uno de los principales factores es que los gobiernos no le dan la importancia que se merece: le reducen su presupuesto.

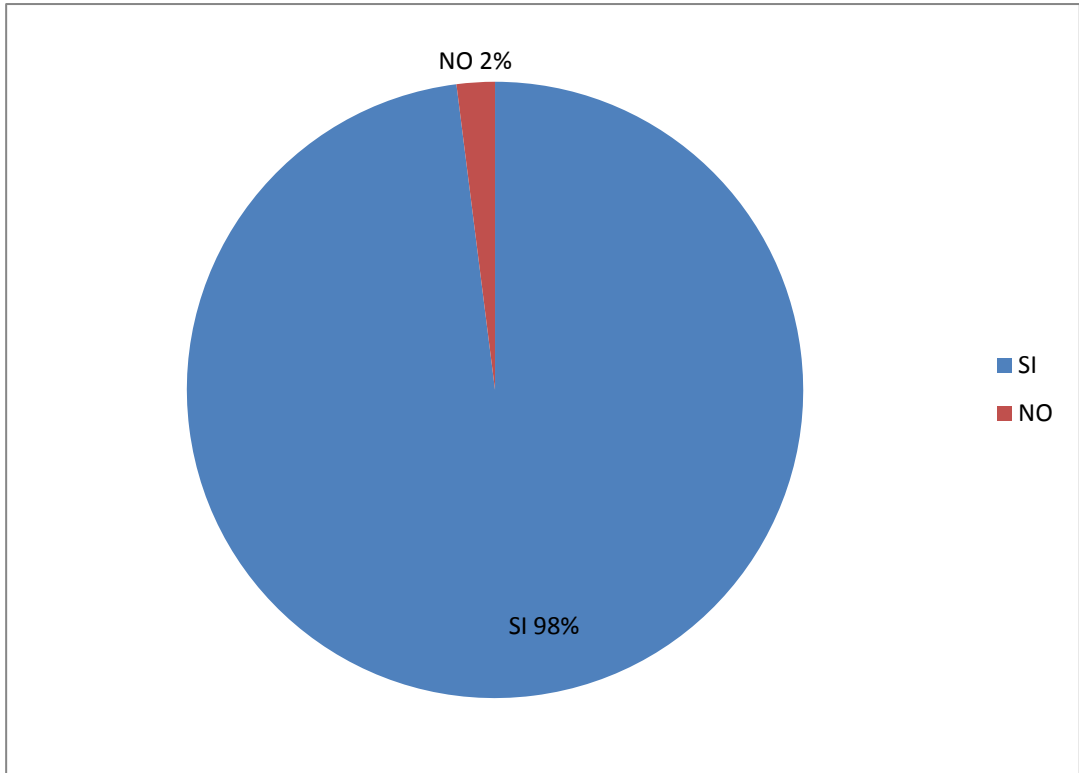
6. ¿Conoce usted las condiciones en que viven los niños y niñas del sector de La Aurora?



La respuesta predominante en base a la pregunta cuestionada fue que la mayoría de personas no conocen la situación en que viven los niños y niñas de la Parroquia La Aurora, desconocen cuáles son sus necesidades, forma y estilo de vida, e inclusive hubo un porcentaje mínimo que no sabía cuál es su ubicación.

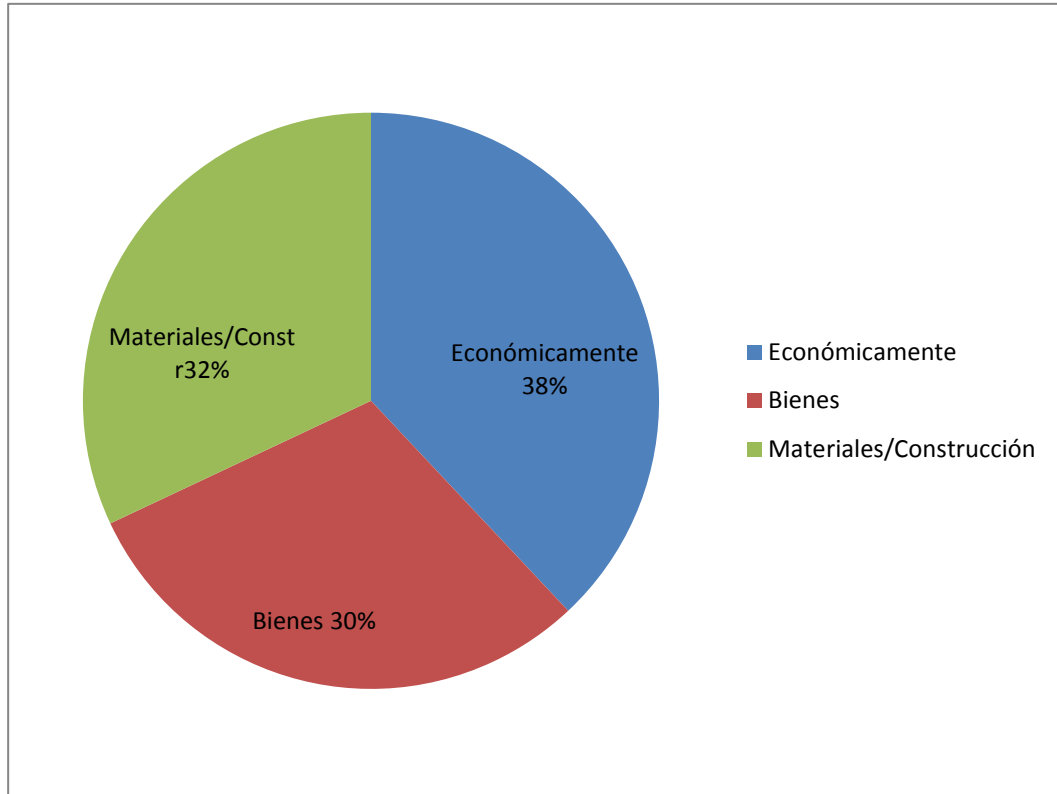
Determinando que la Parroquia La Aurora es un sector desconocido que pasa desapercibido por muchos ciudadanos y ciudadanas y de sus gobernantes quienes deberían ser los principales de promover las características generales de La Aurora, Parroquia Urbana perteneciente al cantón Daule.

7. ¿Estaría usted dispuesto a colaborar con la Escuela Fundación Prohoy para la creación de un colegio?



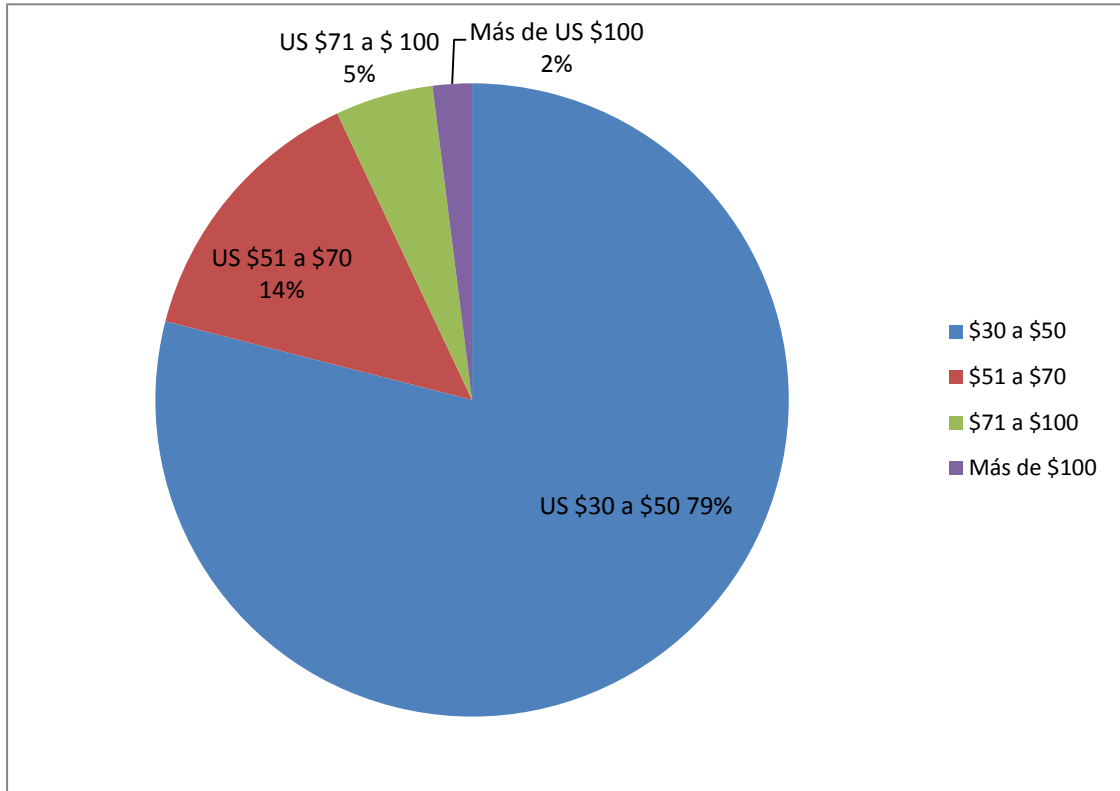
Se ha determinado que en casi su totalidad, el 98% de las personas encuestadas ayudarían con la creación del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy” de la Parroquia La Aurora.

8. Si su respuesta fuera positiva ¿Cómo lo haría?



Según el resultado de las encuestas se ha determinado que el 38% de las personas encuestadas ayudarían a la creación del colegio en forma monetaria, seguido del 32% que lo harían aportando materiales de construcción entre ellos la mano de obra y el 30% contribuiría con bienes sean estos computadoras, escritorios, bancas, pizarras, etc.

9. Si usted contribuiría económicamente con la creación del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy” ¿Con que monto usted aportaría mensualmente?

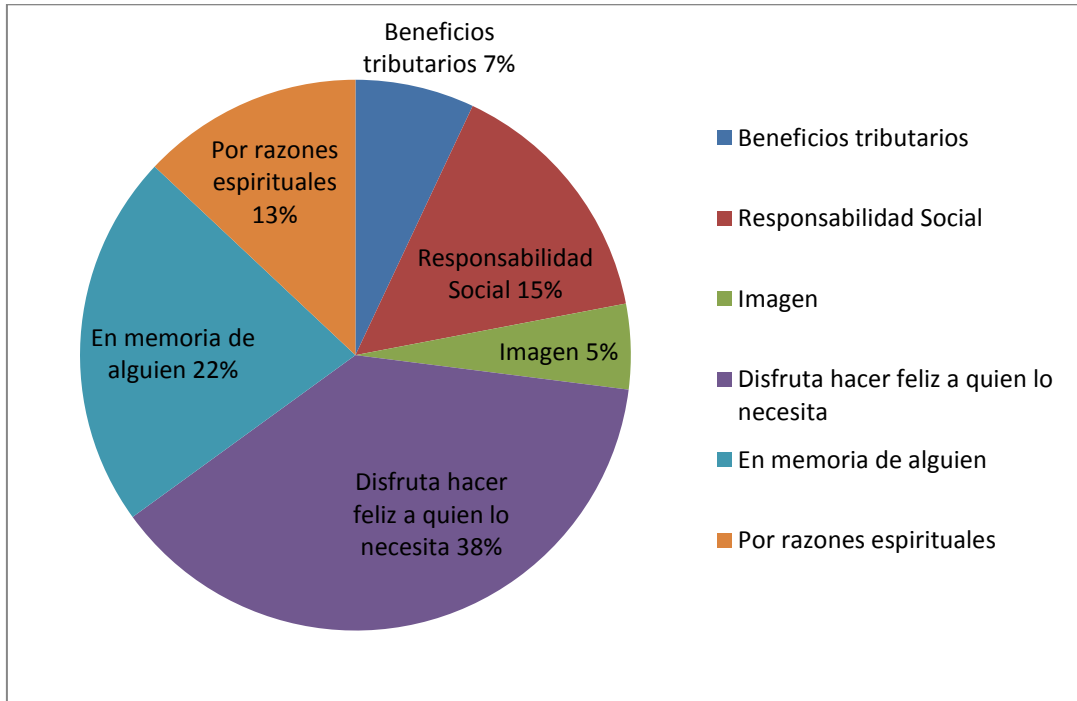


Los resultados arrojados en base a esta pregunta fueron los siguientes:

El 79% (siendo este grupo el mayoritario) aportaría mensualmente al colegio con un valor de US \$30 a \$50, el 14% contribuiría con US \$51 a \$70, el 5% con US \$71 a \$100 y el 2% con US \$100.

Concluyendo que la mayoría de las personas encuestadas ayudaría con el valor más significativo expuesto, expresando que la economía también ha afectado a sus hogares, la situación económica es preocupante y que no se expondría a ofrecer algo que a futuro no pudieran hacer.

10. ¿Qué es lo que lo motivaría a usted a ser un contribuyente activo de la fundación?

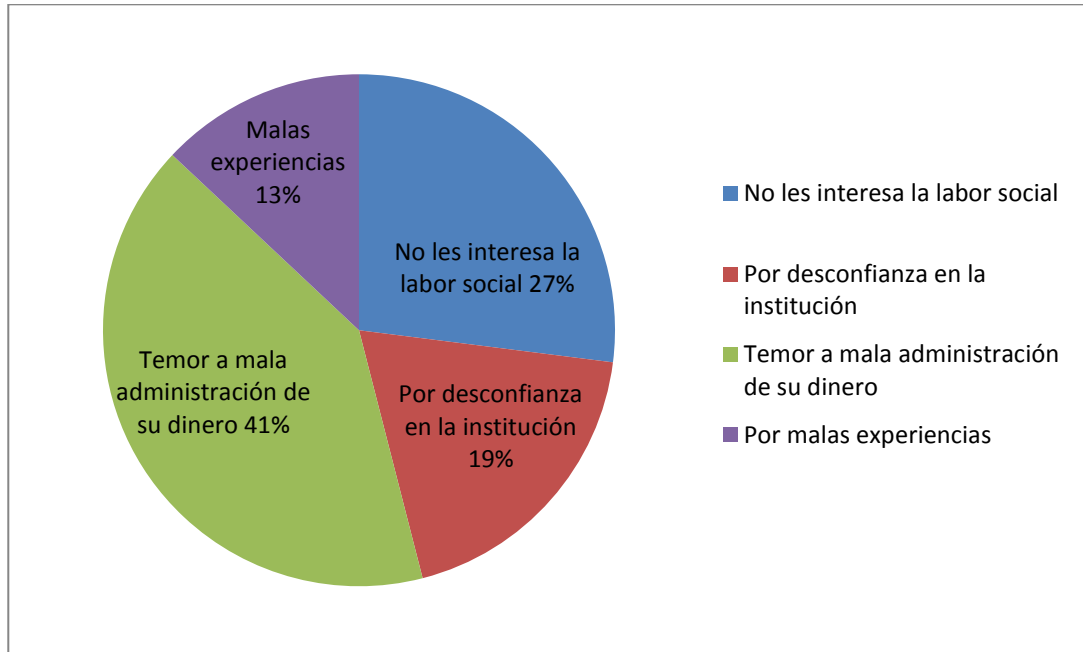


Según el resultado de las 38 personas encuestas respondió que el 38% se convertiría en contribuyente activo de la fundación porque le es grato hacer feliz a personas necesitadas, es decir que aún existen almas nobles y caritativas que les agrada ver una sonrisa en rostros de personas que carecen de ciertos factores, el 22% ayudaría a la fundación en memoria de un ser especial, en reconocimiento de alguien que marcó sus vidas, el 15% lo motivaría es la responsabilidad social que actualmente deben tener las empresas, el 13% por razones espirituales, estar en paz cumpliendo las obras de misericordia y una minoría que corresponde al 7% para sus beneficios tributarios.

En conclusión las personas que serían nuestros contribuyentes activos para la creación del Colegio Particular Mixto Fundación Prohoy, son aquellos seres humanitarios y altruistas que se deleitan al ver la felicidad de su prójimo.

Pues: La verdadera generosidad, en relación con el futuro, consiste en dárselo todo al presente.

11. Indique usted cuáles serían los motivos por los cuales las personas no donan.



Según datos obtenidos en la encuesta la respuesta que prevaleció fue que el 41% siente temor al entregar sus donativos, y estos sean mal administrados, ya que son muchos los casos en que fundaciones y organizaciones sin fines de lucro, se enriquecen de estas contribuciones logrando que las personas no tengan la credibilidad total en ellas, perjudicando al resto de instituciones que honestamente desean ayudar a quienes lo necesitan.

En segundo lugar, lo ocupa el 27% de las personas que creen que no les interesa la labor social, ellos manifiestan que se encuentran exentos de ayudar a alguien, el 19% por la desconfianza que existen en las fundaciones, la poca credibilidad que tiene el ser humano en ellas, por el error y ambición de gente deshonestas y el 13% a malas experiencias que han pasado tanto familiares, conocidos como personales. Estos son algunos de los principales factores por los que las empresas y personas no realizan contribuciones de ninguna índole a fundaciones y organizaciones sociales.

2.2.2. MATRIZ FODA.



El análisis FODA es una herramienta analítica que permite trabajar con toda la información que se tenga sobre la organización, las que deben ser enfocadas en puntos claves internos y externos los cuales permitirán estudiar la interacción de estas en la empresa.

A continuación se describe en la matriz FODA el análisis realizado, esta matriz nos permitirá indagar en las posibles estrategias FO, FA, DO, DA a través de la valoración del impacto o incidencia de las variables internas con las externas.

Estrategias FO.- A través del uso de las fortalezas internas de la empresa para tomar ventaja de las oportunidades externas.

Estrategias DO.- Mejorar las debilidades internas para tomar ventaja de las oportunidades externas.

Estrategias FA.- Usar las fortalezas de la empresa para evitar o reducir el impacto de las amenazas externas.

Estrategias DA.- Son todas las tácticas defensivas que puedan ser usadas con el fin de reducir las debilidades internas evitando las amenazas del entorno.

COLEGIO PARTICULAR MIXTO "FUNDACION PROHOY"
DIAGNOSTICO SITUACIONAL: F.O.D.A.

ANALISIS ORGANIZACIONAL: FORTALEZAS	ANALISIS DE ENTORNO: OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> Experiencia y conocimiento en la administración, gestión y control de una unidad educativa. Personal docente y administrativo altamente calificado. Infraestructura adecuada para brindar servicios de calidad relacionados al soporte académico, a los estudiantes que estudiarían en el colegio. Actualización permanente de la malla curricular de todos los cursos. 	<ol style="list-style-type: none"> Contar con un terreno legalizado, adecuado y listo para realizar la construcción del colegio. Población de niños y niñas al término de la primaria. Empresarios y ONG'S que apoyan como contribuyentes activos a la fundación. (responsabilidad social)
ANALISIS ORGANIZACIONAL: DEBILIDADES	ANALISIS DE ENTORNO: AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> No cuenta con un departamento médico y una psicóloga u orientadora. Falta de fondos para incrementar proyectos. 	<ol style="list-style-type: none"> Crisis económica del hogar obliga a que los niños y niñas opten por trabajar y no prosigan en los estudios secundarios. Falta de concientización de los padres de familia en la importancia de acceder a una educación secundaria de calidad e integral.

MATRIZ FODA.

En la matriz que está a continuación se puede ver qué estrategias son las más convenientes en este caso.

ESTRATEGIAS FO-FA-DO-DA	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Contar con un terreno legalizado, adecuado y listo para realizar la construcción del colegio.	Crisis económica del hogar obliga a que los niños y niñas opten por trabajar y no prosigan en los estudios secundarios.
	Población de niños y niñas al término de la primaria.	Falta de concientización de los padres de familia en la importancia de acceder a una educación secundaria de calidad e integral.
	Empresarios y ONG'S que apoyan como contribuyentes activos a la fundación.	
FORTALEZAS	FO	FA
Experiencia y conocimiento en la administración, gestión y control de una unidad educativa.	Aprovechar el prestigio académico y la experiencia que tiene la institución para asegurar su vigencia en el mercado.	Diseño de metodología de estudios socioeconómicos de los hogares de los estudiantes que ingresarían al colegio.
Personal docente y administrativo altamente calificado.	Diseñar e implementar una construcción que brinde todos los servicios a los estudiantes con tecnología actual.	Solicitar ayuda de ONG'S para que orienten a los padres de familia y a niños y niñas la importancia de la educación secundaria.
Infraestructura adecuada para brindar servicio de calidad, relacionados al soporte académico, a los estudiantes que estudiarían en el colegio.	Diseñar y buscar convenios con ONG'S para los estudiantes que obtengan mejores calificaciones durante el periodo lectivo se les conceda un curso.	
Actualización permanente de la malla curricular de todos los cursos.		
DEBILIDADES	DO	DA
No cuenta con un departamento médico y una psicóloga u orientadora	Diseñar y planificar la creación de un departamento médico y de orientación.	Talleres de capacitación a los padres de familia de temas relacionados a la importancia de la educación de sus hijos.
Falta de fondos para incrementar proyectos.		Talleres de capacitación a los padres de familia con el objetivo de crear microempresas y aumentar los ingresos del hogar.

ESTRATEGIAS SEGÚN ANALISIS FODA.

1. Aprovechar el prestigio académico y la experiencia que tiene la institución para asegurar su vigencia en el mercado.
2. Diseñar e implementar una construcción que brinde todos los servicios a los estudiantes con tecnología actual.
3. Aprovechar el amplio solar vacío que posee la institución para la distribución y construcción respectiva de las aulas teniendo en mente para una población estudiantil aproximada de 150 niños y niñas.
4. Solicitar ayuda de ONG'S para que orienten a los padres de familia y a niños y niñas la importancia de la educación secundaria.
5. Diseñar y planificar la creación de un departamento médico y de orientación.
6. Diseñar, y buscar convenios con ONG'S para los estudiantes que obtengan mejores calificaciones durante el periodo lectivo se les conceda un curso ya sea de computación e inglés certificados por la Dirección de Estudios.
7. Diseño de metodología de estudios socio-económico de los hogares de los estudiantes que ingresarían al colegio.
8. Talleres de capacitación a los padres de familia de temas relacionados a la importancia de la educación en sus hijos.
9. Talleres de capacitación a los padres de familia con el objetivo de crear microempresas y aumentar los ingresos del hogar.

2.2.3 MISION Y VISION DEL COLEGIO PARTICULAR MIXTO FUNDACIÓN PROHOY.

MISION.

Mejorar la calidad de vida de los(as) niños(as) de la Parroquia La Aurora a través de programas y proyectos de educación con la participación comprometida, responsable y permanente de los actores sociales.

VISION.

Convertirse en la primera institución educativa secundaria de La Aurora que brinde una educación completa y de calidad tanto a niños y niñas de la Parroquia como a sectores aledaños.

IDENTIFICACION DEL SECTOR AL QUE VAMOS A AYUDAR.

El mercado académico es cada vez más invasivo y recriminatorio; no todos los grupos sociales tienen la oportunidad de acceder a la educación secundaria. Lo cual incrementa el nivel de desempleo y sub-empleo en el Ecuador.

La falta de acceso a la educación secundaria, se debe a problemas sociales y económicos; la educación se convierte en un privilegio a los que muy pocos pueden acceder.

Los altos costos de matriculas y libros escolares, hacen que los padres de familia desistan en brindar o en ejercer todo esfuerzo para llegar a la secundaria.

Fundación Prohoy; centra sus esfuerzos en este grupo sensible; dentro de una zona urbana con poco acceso a la educación.

Solo gracias a la ayuda de gente noble y solidaria, este sueño puede ser realidad y beneficiar a muchos niños y niñas de la Parroquia La Aurora.

SEGMENTACIÓN DE NUESTRO GRUPO OBJETIVO.

MERCADO.

Un mercado no es un todo homogéneo. Está compuesto por cientos, miles e incluso millones de individuos, empresas u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socio-económico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra, etc.

MERCADO OBJETIVO.

Un mercado meta es el grupo de clientes al que captará, servirá y se dirigirá los esfuerzos de mercadeo. Para localizar posibles clientes conozca aspectos como edad, sexo, estado civil, entre otros.

CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTO DEL MERCADO
Geográfico	Guayaquil y Samborondón.
Perfil Demográfico	Edad: 35 a 50 años. Sexo: Hombres y Mujeres.
Perfil socio-económico	Ocupación: Empresarios. Estrato socio-económico: Alto.
Conductual	Personas solidarias.

2.3 RESULTADOS (objetivos - hipótesis)

La investigación a los encuestados permite concluir con lo siguiente:

- Existe un gran número significativo de personas y empresas que se limitan a realizar donaciones a fundaciones u organizaciones sociales, debido a la poca credibilidad que existen en ellas, por culpa de gente inescrupulosa que maliciosamente a utilizado los fondos recaudos por almas nobles para fines personales.
- En algún momento, el ser humano se solidariza con los más necesitados y tiende su mano para ayudarlos.
- Esta ayuda se debe en ciertos casos por sentir misericordia en las personas que carecen de algo, también porque en cierto tiempo se palpó en carne propia una dificultad y necesidad,
- Otras de las causas por las que las personas o empresas no colaboran a fundaciones es porque desconocen de las mismas.

CAPITULO 3

PROPUESTA DE CREACIÓN.

3.1 BRIEF CREATIVO

CAMPAÑA PUBLICITARIA

TEMA: Campaña promocional para la obtención de donantes para la creación del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy” de La Aurora.

SERVICIO: Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy”

GRUPO OBJETIVO: Empresarios.

ANTECEDENTES

La Escuela Particular Mixta N° 2 “Fundación Prohoy”, ubicada en el Km. 11 ½ de la vía La Puntilla-Pascuales en la Parroquia Satélite Urbana La Aurora, legalmente constituida en el año 1996, fue creada con la finalidad de brindar una educación primaria de calidad a niños y niñas de la Parroquia y sectores aledaños (Buijo y Km. 10) bajo un precio muy vulnerable para los padres de familia, mediante previo análisis situacional de cada hogar de los educandos.

La escuela con 14 años de estar activamente laborando, se encuentra en su etapa de madurez, puesto que anualmente registra un número considerado de matriculados debido a la experiencia y calidad de servicio.

A pesar de todo lo anteriormente mencionado, es necesario recalcar que existen altos niveles de fidelidad por parte de los clientes.

Una de las principales razones de fidelidad es el precio asequible de educación para cada niño y niña.

OBJETIVOS DE LA COMUNICACION:

- Dar a conocer la trayectoria, logros y el éxito alcanzado de la institución.
- Despertar el interés de solidaridad, ayudando a los niños y niñas de la Parroquia La Aurora a mejorar su educación secundaria.
- Crear conciencia en la mente de nuestros futuros contribuyentes que su generosidad es importante.

DEFINIR GRUPO OBJETIVO.

Personas naturales y Empresarios de la ciudad de Guayaquil y Samborondón de clase alta con una edad promedio de 35 a 50 años.

CONCEPTO DE COMUNICACIÓN.

La idea central de la campaña es: Solidaridad.

A través de esta campaña queremos que nuestros potenciales contribuyentes sientan la satisfacción y necesidad de ayudar a un niño Ecuatoriano a crecer su nivel educativo.

La campaña hacia los contribuyentes debe tener un contexto emotivo, que apele la conciencia humana de cada empresario.

Aún cuando se conoce lo difícil que es obtener personas colaboradoras, por la desconfianza de los empresarios a fundaciones por el desconocimiento de la administración de su dinero.

Debemos lograr la concientización y forjar la credibilidad sobre el trabajo de la fundación, al desear construir una Institución Educativa de Nivel Secundario.

¿Cómo lo lograremos?

Fundación Prohoy debe buscar los medios públicos; en que hará conocer su trayectoria y logros en beneficio a la sociedad.

El uso del Marketing Masivo para la difusión de flyers con información de la historia y propósito de campaña sobre la elaboración del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy”.

CONCEPTO CENTRAL CREATIVO:

(Transformación del objetivo de comunicación en una sola frase de recordación)

“Sabemos que podemos contar contigo”.

PLANING:

1.- No solo parezca bueno sino que haga el bien

El proyecto de crear un colegio mixto en la Parroquia La Aurora es fundamental, ya que en este sector no existe una institución secundaria que brinde una educación integral, completa y de calidad y que proporcione la debida enseñanza con la que se imparte en zonas urbanas para un niño y niña de bajo recurso.

2.- No solo refleje la cultura ¡Lidérela!

Concientizar a las personas y/o empresas que el ayudar a niños y niñas en obtener una educación secundaria de calidad en una zona urbana no quede solo como una responsabilidad social, sino que sea parte innata del ser humano.

3.- Hacer alianzas con marcas sofisticadas

Alianzas con instituciones bancarias:

- Banco del Pacífico
- Banco del Guayaquil
- Banco Bolivariano

REASON WHY

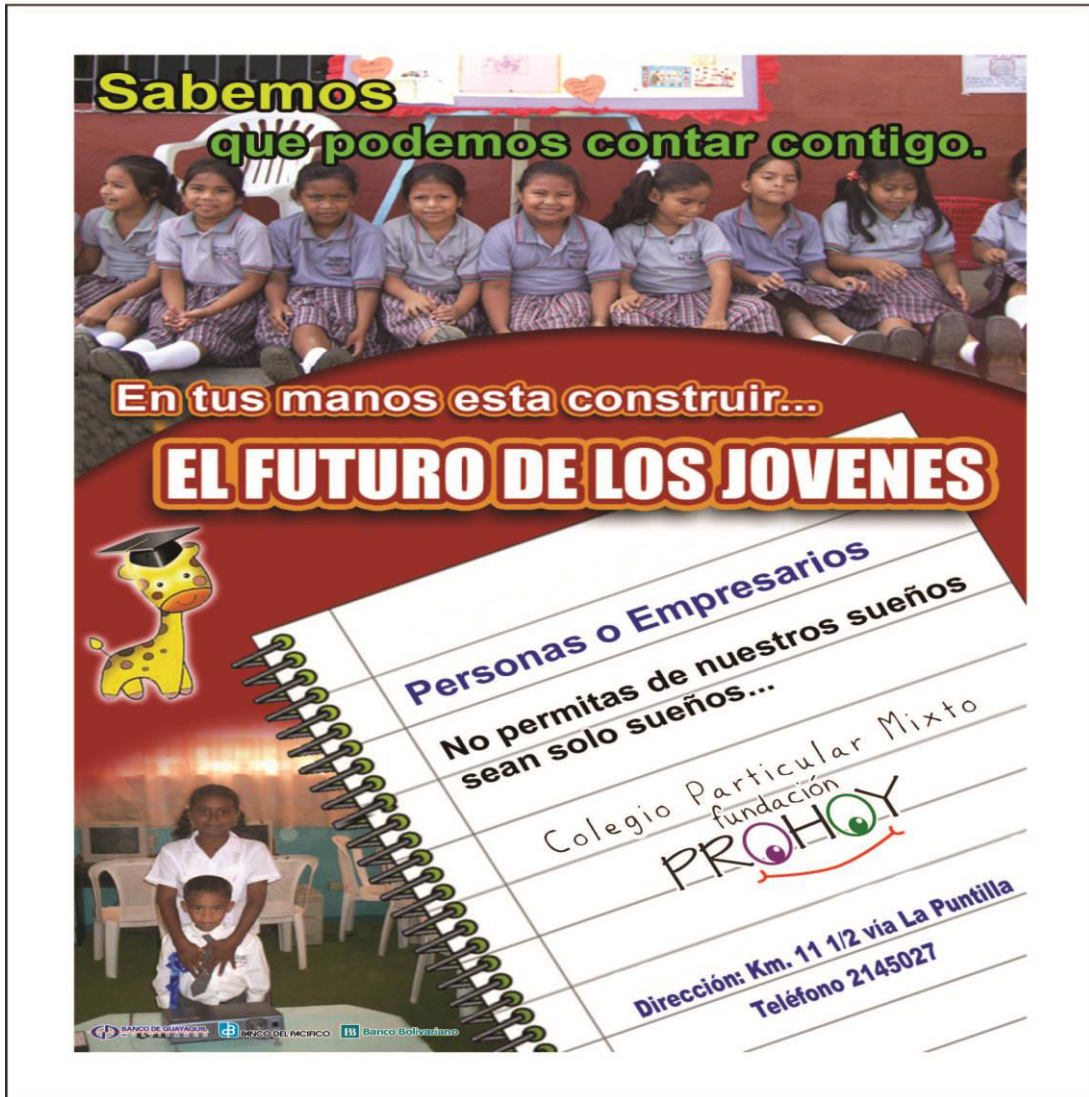
- Porque con las futuras contribuciones se podrá llevar a cabo la creación del Colegio Particular Mixto Fundación Prohoy en la Parroquia La Aurora.
- Porque con tu ayuda se beneficiarán centenares de niños y niñas que terminan su educación básica y podrán acceder a una mejor educación de nivel secundario en el sector.
- Porque colaborar a niños y niñas de escasos recursos para la obtención de una mejor educación secundaria contrarresta el analfabetismo y trae consigo el progreso para nuestro país.

TONO Y MANERA

- Positivo y esperanzador
- Vitalista
- Directo
- Sencillo

3.2 ESTRATEGIA DE MEDIOS

REVISTA



Durante: 3 meses

Revista: Dineros.

Tamaño: 20.5cm*27cm.

Ubicación: 1 Página Derecha

Número de Avisos: 1 por cada mes (Enero, Febrero, Marzo).

Total Inversión: US \$ 6785,18

PRENSA.

PERIODICO



Sabemos
que podemos contar contigo.

En tus manos esta construir...

EL FUTURO DE LOS JOVENES
Personas o Empresarios

No permitas de nuestros sueños
sean solo sueños...

Colegio Particular Mixto
fundación
PROHOY

 BANCO DE GUAYAQUIL
MULTIBANCO  BANCO DEL PACIFICO

 Banco Bolivariano



Dirección: Km. 11 1/2 vía La Puntilla
Teléfono 2145027
E-mail: prohoy.org@hotmail.com

Ciudad: Guayaquil

Diario: La Revista (El Universo) y Revista Semana (Expreso).

Medidas: 22,89cm*27cm (Universos) y 24,5cm*26,5cm (Expreso).

Tamaño: 1 página.

Durante: 1 meses.

Circulación: 225.000 (El Universo), 85.000 (Expreso).

Número de avisos: 1

Total inversión: US \$ 8.169,75

PUBLICIDAD EXTERIOR-VALLA



Ciudad: Guayaquil

Proveedor: Zazapec

Medidas: 10mts ancho *4mts largo

Ubicación: Av. Pedro Menéndez Gilbert, a la altura de la gasolinera junto al Colegio Liceo naval.

Periodo: 3 meses.

Número de vallas: 1

Formato: Plana

Total inversión: US \$ 3.146,75

PUBLICIDAD EXTERIOR-PALETAS.



Ciudad: Samborondón

Ubicación: Km. 1,5 Riocentro Entre Ríos, Km. 11,5 La Aurora.

Proveedor: Amofi.

Medidas: 1,50m*1,10m

Periodo: 3 meses

Número de vallas: 2

Formato: Plana

Total de inversión: US \$ 2950,08

CORREO DIRECTO - INSERTOS EN ESTADO DE CUENTA.

ESTADO DE CUENTA

Sabemos
que podemos contar contigo.

¡Con tu colaboración ayudas a que una educación digna y de calidad no sea solo un deseo para mí!

Construyamos juntos un mejor futuro para los jóvenes en La Aurora

Colegio Particular Mixto fundación **PROHOY**

Km. 11 1/2 vía La Puntilla - Teléfono 2145027
E-mail: prohoy.org@hotmail.com

 BANCO DE GUAYAQUIL MULTIBANCO  BANCO DEL PACIFICO  Banco Bolivariano

TOTAL INVERSION: 278,86

Artículos Promocionales



MATERIAL PROMOCIONAL.

Durante: 3 meses.

Empresa: Síntesis material de publicidad.

Material: plástico, porcelana, cartulina.

Ubicación: repartir exclusivamente en talleres realizados.

Cantidad: 1.000 c/ producto

Total inversión: US \$ 3000

PROPUESTA DE REVISTA

Cliente: Fundación Prohoy

Servicio: Colegio

Periodo: 3 meses

	CIUDAD	REVISTA	FORMATO	TAMAÑO CMS		# DE	FECHA		TOTAL	Total
				ANCHO	ALTO	AVISOS	CIERRE	PUBLICACION	AVISOS	INVERSION
Enero	Nacional	Diners	1 Página Derecha	20.5	27	1	3 de diciembre	1 de enero	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Febr	Nacional	Diners	1 Pagina Derecha	20.5	27	1	3 de enero	1 de febrero	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
Marz	Nacional	Diners	1 Pagina Derecha	20.5	27	1	3 de febrero	1 de marzo	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
						3				\$ 6.900,00
							(-) Dscto.agencia 15%			1.035,00
							Sub total			5.865,00
							(+) Com.agencia 2,8%			193,20
							Neto + comisión			6.058,20
							(+) IVA 12%			726,98
							Total inversión			6.785,18

PROPUESTA DE PRENSA

Cliente: Fundación Prohoy

Servicio: Colegio

Periodo: 1 mes

CIUDAD	DIARIO	TAMAÑOS	CIRCULACION	UBICACION	MEDIDAS CMS		# DE AVISOS	INVERSION 3 MES
					ANCHO	ALTO		
Guayaquil	LA REVISTA (EL UNIVERSO)	1 Pàgina	225.000	DETERMINADA	22.89	27	1	\$ 3.860,00
Guayaquil	REVISTA SEMANA (DIARIO EXPRESO)	1 PAGINA	85.000	DETERMINADA	24.5	26.5	1	\$ 4.448,00

\$ 8.308,00

(-) Dcto.agencia 15%	1.246,20
Sub total	7.061,80
(+) Com.agencia 2,8%	232,62
Neto + comisión	7.294,42
(+) IVA 12%	875,33
Total inversión	8.169,75

PROPUESTA PUBLICIDAD EXTERIOR-VALLAS

Cliente: Fundación Prohoy

Servicio: Colegio

Periodo: 1 mes

CIUDAD	UBICACIÓN	PROVEEDOR	MEDIDAS	PERIODO	N° DE VALLAS	FORMATO	VALOR	INVERSION
Guayaquil	Av. Pedro Menendez, en la altura del Liceo Naval	Zazapec	10 MTS ANCHO * 4 MTS LARGO	3 MESES	1	PLANA	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00

\$ 3.200,00

(-) Dscto.agencia 15%	480,00
Sub total	2.720,00
(+) Com.agencia 2,8%	89,60
Neto + comisión	2.809,60
(+) IVA 12%	337,15
Total inversión	3.146,75

PROPUESTA PUBLICIDAD EXTERIOR-PALETAS

Cliente: Fundación Prohoy

Servicio: Colegio

Periodo: 3 meses

CIUDAD	UBICACIÓN	PROVEEDOR	MEDIDAS	PERIODO	N° DE PALETAS	FORMATO	VALOR	INVERSION
Samboyondón	Km. 1,5 Riocentro Entre Ríos	AMOFI	1,50mts largo*1,10mts ancho	3 MESES	1	PLANA	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Samboyondón	Km. 11,5 La Aurora	AMOFI	1,50mts largo*1,10mts ancho	3 MESES	1	PLANA	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00

2 **\$ 3.000,00**

(-) Dscto.agencia 15%	450,00
Sub total	2.550,00
(+) Com.agencia 2,8%	84,00
Neto + comisión	2.634,00
(+) IVA 12%	316,08
Total inversión	2.950,08

3.3 PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA

MEDIO	INVERSION
Revista	\$ 6.785,18
Prensa	\$ 8.169,75
Publicidad Exterior (Vallas)	\$ 3.146,75
Publicidad Exterior (Paletas)	\$ 2.950,08
Material promocional	\$ 3.000,00
Correo Directo (insertos)	\$ 278,86
TOTAL INVERSION	\$ 24.330,62

FINANCIAMIENTO

El Presupuesto de la campaña será financiado por los Bancos con quienes se han hecho alianzas, los cuales invertirán en forma equitativa US \$ 8110,21 cada institución bancaria.

- Banco de Guayaquil
- Banco del Pacífico
- Banco Bolivariano

DURACIÓN DE LA CAMPAÑA

Con la efectividad de los medios alcanzaremos al grupo objetivo aproximadamente en 3 meses.

CONCLUSIONES (campaña)

- Toda campaña de solidaridad debe tener un contexto emotivo, que apele la conciencia humana de cada persona y empresario.
- Los mensajes publicitarios para campañas de solidaridad deben apoyarse en motivaciones como la generosidad.
- Se trata de llegar con un lenguaje, sencillo, breve y ameno para que la captación de los beneficios sea entendible y pueda ser transmitido a nuestro grupo.
- La utilización de los medios idóneos también es fundamental para poder llegar a nuestro grupo objetivo.
- Se espera resultados de positivismo y respaldo para poder llevar a cabo la implementación del Colegio Particular Mixto “Fundación Prohoy”.

RECOMENDACIONES

- Mantener las alianzas con las tres instituciones bancarias para que sigan apoyando en la comunicación de crear un colegio particular mixto en la Parroquia La Aurora.
- Realizar pequeñas activaciones en los centros comerciales de la ciudad de Guayaquil y la vía a Samborondón.
- Informar periódicamente a los donantes acerca de las actividades que se han realizado en base al dinero recaudado.
- Crear ese vínculo de agradecimiento por parte de los estudiantes hacia las personas que han contribuido.
- Invitar a los donantes a cada programa que efectúe la institución secundaria para que puedan constatar el trabajo en equipo que se realiza gracias a su noble contribución.

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. y Andreasen, A.R., Strategic Marketing for Nonprofit Organizations. Prentice Hall. Cuarta edición. Estados Unidos, Englewood Cliffs. New Jersey, 1991.
- Kotler, P. y Roberto, E.L., Marketing Social. Estrategias Para Cambiar La Conducta Pública. Ediciones Díaz de Santos. España, Madrid, 1989.
- Aguirre García María Soledad, Marketing en sectores específicos, Ediciones Pirámide, España, Madrid, 2000.
- Moliner Tena Miguel Ángel, M. A. Marketing Social: la gestión de las causas sociales, Editorial Esic, España, Madrid, 1998.
- Hibbert, S., y Horne, Giving to charity: questioning the donor decision process, Journal of Consumer Marketing, 13,2, p. 8.
- <http://www.inec.gob.ec/preliminares/somos.html>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/talavera_i_a/capitulo2.pdf
- http://www.educacion.gov.ec/_upload/ReformaBachillerato.pdf
- <http://www.redceres.org/>
- <http://www.voltairenet.org/article128898.html>
- <http://www.wordreference.com>