

UNIVERSIDAD DE MONTERREY
DIVISIÓN DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

040 0015
R586e
1995

**ESTRATEGIA DE MEDIOS PARA
"SALVE UN NIÑO"**

PROYECTO DE EVALUACIÓN FINAL

QUE EN OPCIÓN AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN

PRESENTAN

BÁRBARA RÍOS GUZMÁN

902085

ALEJANDRA LÓPEZ DE LA PARRA

SAN PEDRO GARZA GARCÍA FEBRERO DE 1995

AGRADECIMIENTOS

A Dios nuestro Señor por darnos la oportunidad de cumplir una etapa más de nuestra vida

A nuestros padres por apoyarnos en nuestra decisión de estudiar una carrera universitaria, por el ejemplo que nos han brindado y por su cariño y comprensión

A nuestros hermanos por el amor que nos han brindado durante toda nuestra vida

A Cecilia Quintanilla por todos sus consejos para hacer esto realidad y sobre todo por la paciencia que tuvo con nosotros no solo en este proyecto sino que también en el transcurso de nuestra carrera

A Elsa Quintanilla por aportar muchos de sus conocimientos para este proyecto

A Mónica Gutierrez por todo el apoyo y paciencia que nos brindó

A Eduardo Elizarrarás y Alick Amador por estar con nosotros en las buenas y en las malas y por toda la motivación que nos brindaron para salir adelante

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

I.- LA MARGINACIÓN EN EL MUNDO	4
II.- ASOCIACIONES Y DEPENDENCIAS EN AYUDA A LA NIÑEZ	14
A. Guarderías	15
B.-Jardines de Niños	16
C.-Intituciones para Niños Infractores e Inadaptados Sociales	17
D.-Instituciones para Niños con Problemas de Apredizaje, de Conducta o de Desarrollo Psicológico	18
E.-Instituciones Jurídicas de Protección al Menor	19
F.-Instituciones para Niños Huerfanos, Maltratados o de Escasos Recursos	19
G.Centro de Educación y Formación.	25
H.- Salve Un Niño	26
III.- ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	29
A.- Tres puntos a considerar en la estrategia de comunicación	29
1.- Consumidor.	29
2.- Producto	30
3.- Competencia.	30
B.- Objetivos de Comunicación	31

C.-Estrategias de Comunicación	31
1.- Estrategia Creativa	31
2.-Estrategia de Medios	32
a.-Los medios a utilizar	32
b.-El vehículo y los horarios	32
* La radio.	33
* La Televisión.	34
* La prensa	35
D.- Descripción de los spots de radio y guión técnico	36
E.- Descripción de los spots de televisión y story board	41
F.- Descripción y despliegado de prensa	48
CONCLUSIÓN	49
BIBLIOGRAFÍA	51

INTRODUCCIÓN

Cuantas veces un olor, un sabor, un sonido o un rostro, nos transportan a nuestro ser oculto, al niño que se quedó atrapado en los recuerdos; cualquiera que haya sido nuestra infancia se le recuerda con cariño, con nostalgia, más no se puede, por más que se intente, revivirla, hasta que por alguna razón tenemos que convivir de cerca con un niño.

La infancia debería de ser la época más feliz para todo ser humano, sin embargo, al cruzar la calle o al ir más allá de la ciudad o del país, nos encontramos con miles de niños para los cuales la realidad no es alentadora, las desigualdades entre los que tienen y los que no tienen están marcadas en extremo.

Su futuro no es nada seguro, ya que normalmente viven sacando adelante el pan de cada día, y quisiéramos que no se desilusionaran de la vida, por lo tanto, debemos unirnos de cara a la esperanza, mediante una acción concreta en favor del desarrollo de estos niños necesitados de afecto y ayuda económica.

Nuevo León no es ajeno a la presencia de niños de escasos recursos. El Gobierno del Estado se preocupa por esta necesidad que está latente y ha implementado campañas y organismos que ayudan a solventar a niños que lo necesitan.

Ademas, debido a que el problema es muy grande, las personas de un alto nivel socioeconómico también se han preocupado por este problema y como un gesto altruista han creado asociaciones que se dedican a la obtención de recursos económicos como es el caso de "Salve un Niño", asociación de beneficencia sin fines de lucro, que busca la obtención de becas para ayudar a la educación y formación integral de niños de bajos recursos.

En el presente trabajo se realizó una estrategia de comunicación para dar a conocer a Salve Un Niño, y para poder hacerlo fue necesario presentar en el primer capítulo la situación de pobreza en México, enfocándose en Nuevo León. El segundo capítulo, se hace referencia a las asociaciones de beneficencia que hay en el Estado, haciendo énfasis en la labor de "Salve Un Niño".

Por último se presenta una estrategia de comunicación, en la cual definiendo el mercado meta al cual está dirigida la campaña de publicidad, partiendo de los objetivos de comunicación, los cuales buscan aumentar la audiencia en un tiempo determinado, continuado con las estrategias creativa y de medios, las cuales se verán en el desarrollo del trabajo.

Se realizaron dos spots de televisión con un estilo emotivo, con el cual se busca que la gente se motive a cooperar con la asociación. Con el mismo estilo se realizaron 2 spots de radio y un desplegado para prensa. Gracias a la utilización de estos tres medios, se busca dar a conocer a la asociación, cumpliendo los objetivos de la estrategia de comunicación.

Es necesario que Salve Un Niño se de a conocer para que a su vez más personas participen cooperando con la educacion de niños de escasos recursos dándoles así oportunidades que se merecen para triunfar.

CAPITULO I

La Marginación en el mundo

Uno de los problemas más graves que tiene el mundo es la pobreza; ésta ha existido desde el principio de los tiempos hasta la sociedad actual; los gobernantes o líderes de las naciones han tratado de eliminarla, sin embargo no se ha encontrado la manera de erradicar la pobreza, ni se ha descubierto la vacuna contra ella.

En los 90's la situación política y económica es desalentadora para los pobres del mundo, y hasta el momento no se ha encontrado ninguna solución para este problema. Esto lo podemos comprobar con la situación de gran parte del mundo y sobre todo de los países tercermundistas que actualmente se enfrentan con la más grande hambruna y crisis financiera de los tiempos modernos.

Esto trae consigo muchas consecuencias tales como los aumentos de los precios incluyendo la canasta básica, la mala alimentación de millones de familias, una educación deficiente y altos índices de robos, entre otros problemas, siendo éstos el impedimento del crecimiento económico.

Actualmente los gobiernos del mundo dedican en promedio poco más del 10% de sus presupuestos a las necesidades básicas de sus poblaciones, ¹ (siendo este porcentaje muy bajo). Esta política de abandono a los pobres se

¹ Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Desarrollo Humano: Informe 1992, PNUD. Nueva York. 1992 (pág. 31).

manifiesta en malestares sociales, e impide, definitivamente, el avance económico.

Es por eso que los gobiernos necesitan apoyar más a las familias pobres que, debido a su situación económica, carecen de oportunidades como la educación, una sana alimentación y una vivienda digna. Para poder erradicar la pobreza se debe de promover la participación de los gobiernos y sociedades, juntas estas dos potencias podrían eliminar privilegios y discriminaciones existentes en la sociedad.

Amartya Sen, profesor de la Universidad de Harvard y exprofesor de economía política de la Universidad de Oxford, propone una solución para el problema de la salud y la educación, en su tesis "Public Action to Remedy Hunger"², publicada en Londres.

"Debe plantearse la cuestión, de si un país pobre ha de esperar muchas décadas hasta que el crecimiento económico haya generado los recursos suficientes para emprender ambiciosos programas públicos de atención, de salud y educación. No está fuera de lugar preguntarse si un país pobre pueda permitirse gastar tanto en salud y educación."³

El catedrático expone: " Para responder a esta pregunta, además de tener presente la realidad empírica de que muchos países pobres han procedido exactamente de ese modo con buenos resultados, también debe comprenderse el hecho general del costo infinitamente más bajo de ofrecer

² Sen Amartya, Public Action to remedy Hunger. Fourth annual, Tanco Arturo, Memorial Lecture, Queen Elizabeth II, Conference Centre, Londres 2 de Agosto de 1990.

³ Ibidem

atención pública de salud y servicios educativos básicos en un país pobre comparado con un país rico.”⁴

Esto se explica, porque tanto la atención de salud como educación son actividades intensivas de trabajo, por lo cual resulta mucho más baratas en los países pobres, dado los niveles más bajos de salarios.

“En consecuencia, aunque un país pobre tenga enormes dificultades para gastar dinero en salud y educación debido a la situación general de pobreza, la autoridad necesaria para pagar estos servicios también es significativamente menor cuando el país es aún bastante pobre.”⁵ concluye Amartya Sen.

Existen varias propuestas para solucionar el problema de la pobreza; sin embargo, muy pocas son llevadas a cabo, y la humanidad sigue sufriendo hambre por su causa. Si las personas de escasos recursos tuvieran acceso a buenos estudios esta perspectiva cambiaría su rumbo ya que de esta manera podrían conseguir mejores empleos y a su vez salarios más altos, elevando así su calidad de vida.

Las estadísticas del INEGI muestran a México como un país que sufre de pobreza, implicando así un bajo índice de educación. En México hay 81,249,645 millones de habitantes (censo de 1990), distribuidos en una extensión de 1,972,546.00 Km. cuadrados. Debido a su gran extensión, se derivan grandes problemas, ya que existen poblados que se encuentran muy

⁴ Ibidem

⁵ Ibidem

abandonados por el gobierno, por lo que no llegan los adelantos tecnológicos y mucho menos buenas instituciones educativas.

En el último sexenio gubernamental a cargo del Lic. Carlos Salinas de Gortari, se han implementado nuevas estrategias como lo es el Programa de Solidaridad, (en el cual el gobierno tiene la función de otorgar fondos económicos y el pueblo la mano de obra) gracias a este programa se han abierto muchas instituciones educativas. Sin embargo falta mucho por hacer, y más con el crecimiento de la crisis económica que sufre el país, la pobreza se duplica día con día.

Nuevo León, uno de los estados más importantes del país, no se encuentra exento de estos problemas. Debido a que es un estado industrial, muchas de las personas que viven en los estados aledaños a Nuevo León, vienen con la esperanza de encontrar una manera de vivir mejor, pero muy pocos tienen la suerte de conseguir un buen empleo y los que no lo consiguen encuentran como única salida deambular por las calles buscando como solventar sus necesidades.

El Lic. Víctor Segovia, coordinador de los Municipios del Desarrollo Integral de la Familia (DIF) comentó que estadísticas de INEGI y del DIF muestran que hay un grado de marginación del 18% (558.411 habitantes), tomando en cuenta un total de 3,102,284 habitantes.⁶ Una porción de estas personas habitan en colonias de poseionarios, que son lugares en donde escasean los servicios básicos, formándose así los cinturones de pobreza que

⁶ Entrevista con el Lic. Víctor Segovia. Coordinador de los municipios del DIF. 26 de abril de 1994.

rodean al Estado. Y es en éstas donde nacen en desventaja un gran porcentaje de niños.

En muchos de los casos, una consecuencia de esto es la deserción: los hijos de los pobres que abandonan la escuela en los primeros años de formación, lo cual trae consigo la disminución de las expectativas económicas y sociales, quedando atrapados en el analfabetismo.

Según estudiosos de la psicología, la niñez es la etapa fundamental en la formación de los recursos humanos, y por ello resulta prioritario que la capacidad potencial de desarrollo físico y mental de los niños no se malogre. Agregan que una de las principales consecuencias cuando se tiene un rendimiento escolar inadecuado, es que al llegar a la edad adulta se reduce la capacidad de obtención de ingresos, de promover cambios y de responder ante las nuevas oportunidades, hecho que a su vez se traduce en familias pobres y a menudo numerosas, vulnerables a la desnutrición y enfermedades con la cuales se cierra un ciclo: la transmisión de la pobreza de generación en generación.

Por eso es de gran importancia mencionar que los niños que desertan de los estudios a temprana edad, queriendo formar parte de una sociedad económicamente activa del estado de Nuevo León y al momento de no lograr sus objetivos se convierten automáticamente en niños de la calle. Y es posible que las calles se hayan convertido en la mejor alternativa remuneradora y formativa ante la falta de oportunidades en la economía formal y por lo mismo, los padres o el menor hayan decidido que este último deje la escuela y se ponga a trabajar.

Sin duda éstas y otras muchas causas pueden ser los detonantes que históricamente han condenado a muchos niños a depender de una actividad callejera y no poder contar con una buena educación. Durante las 24 horas del día, los niños callejeros que deambulan por Nuevo León viven una batalla diaria para sobrevivir, sin más amparo que el de la ley de la calle aplicando así su ingenio, habilidad e iniciativa para garantizarse un ingreso.

Como se podrá observar se trata de un problema complejo y la solución definitiva deberá sustentarse en una gran estrategia de prevención. Sin embargo, para entenderlo es necesario estudiarlo y por lo tanto es importante definir qué se entiende por “niño callejero.”

Según instituciones como el UNICEF, la junta de Asistencia Privada, el Sistema Nacional para el DIF y la Unión de Instituciones de Asistencia Privada; el niño de la calle es aquella persona menor de 18 años cuya sobrevivencia o subsistencia depende de su propia actividad en la calle.⁷

Las actividades en la calle se dan de diferentes maneras:

1. Vendiendo productos (comida, golosinas, billetes de lotería, periódico, etc.)
2. Vendiendo servicios (lavacoches, boleros, repartidores de publicidad impresa, etc)
3. Servicios marginales (limpiabrisas en semáforos, pepenadores, cuida coches, etc.)
4. Actores en cruceros y camiones (payasitos, magos, cirqueros, cantantes, músicos, etc.)
5. Mendigando por las calles.

⁷UNICEF, DIF de Veracruz, Nuevas Alternativas de Atención al Niño de la Calle. Ed. Guadalupe 1991.

Los niños callejeros se dividen en tres categorías:

1. Niño en la calle: Es el menor que desempeña actividades de subempleo para contribuir económicamente al ingreso familiar. No ha roto lazos con su familia ni con su hábitat y muestra irregularidades en el ámbito escolar.

2. Menor en riesgo: El niño que por pertenecer a una familia de situación social y económicamente precaria, corre el riesgo de ser expulsado del seno familiar o es obligado a aportar medios para el sostén familiar o bien, la calle le ofrece un ambiente menos agresivo que además le proporciona la obtención inmediata de satisfactores.

3. Niño de la calle: El menor separado totalmente de su familia, su hábitat y su medio de vida es el que encuentra en la calle, realiza actividades de subempleo o delincuencia, y presenta problemas de conducta antisociales y ha desertado de cualquier actividad escolar.

Cualquier clase de estas categorías, promete un futuro desalentador, lo importante es buscar la manera de ayudarlos para que vuelvan a la escuela, y se den cuenta que en estos tiempos es de vital importancia los estudios.

Según datos del SEP y el INEGI, existen 1,206 escuelas de preescolar con 99,749 alumnos; 2,307 primarias con 473,267 alumnos; 414 secundarias generales con 144,635 estudiantes; 77 bachilleres generales con 45,347 alumnos y 26 bachilleres tecnológicos con 14,504 estudiantes en total existen

de 4,004 escuelas en el estado de Nuevo León con un total de 763,008 alumnos⁸. (ver tabla 1)

NIVEL	ESCUELAS	ALUMNOS
Preescolar	1,206	99,749
Primaria	2,307	473,277
Secundaria	414	144,635
Bachillerato general	77	45,347
TOTAL	4,004	763,008

Tabla # 1 Alumnos distribuidos por niveles escolares de Nuevo León.

Secretaría de Educación. Concentrado estadístico.

De estos datos se puede deducir que hay notable cambio en las cifras de primaria respecto a las de la secundaria; de 473,267 niños que terminan la primaria sólo continúan y se gradúan de secundaria 144,635. Esto nos lleva a la siguiente pregunta:

¿dónde se quedan los niños que no terminan la primaria? ¿dónde están los niños que no continuaron con la secundaria? y ¿cuál es el futuro que les espera?

Siguiendo en este análisis; de 144,635 niños que empiezan la secundaria sólo terminan e ingresan a la preparatoria general 45,347. Se necesita una solución para mejorar estas estadísticas ya que los datos siguen

⁸Sistema Educativo de Nuevo León. Dirección de Estadística y Estudios de la Subsecretaría de Coordinación y Programación de la Secretaría de Educación. Edición Especial 1990.

empeorando, cada año son muy pocos los jóvenes que tienen acceso a estudios universitarios.

Lo importante es terminar con el analfabetismo, ya que de 3,102,284 habitantes de Nuevo León (censo de 1990) son analfabetas 94,385 habitantes (Información de la SEP). La educación primaria es de vital importancia ya que es donde los niños aprenden a leer, a escribir y a sumar entre otras cosas importantes para su desarrollo personal, y a pesar de ello hay en Nuevo León 44,376 niños de 6 a 14 años que no asisten a la escuela primaria y las probabilidades de que lo hagan son muy bajas.⁹

Aunque el gobierno realiza esfuerzos para dotar de educación a toda la población, esto no es suficiente ya que se requiere de la ayuda de organizaciones privadas que en conjunto con el gobierno puedan mejorar las condiciones educativas. A estas organizaciones se les llama asociaciones de beneficencia o de dependencia social.

En Monterrey y su área metropolitana existen poco más de 50 asociaciones de ayuda sin fines de lucro registradas. Estas instituciones tienen como objetivo ayudar a las personas que más lo necesitan. Las formas de ayuda varían de una dependencia a otra; cualquier persona puede colaborar con estas instituciones a través de apoyo moral, físico y/o económico.

Gracias a este tipo de ayudas se han llegado a resolver varios problemas: familias que no tenían donde habitar, ya lo tienen, niños y jóvenes

⁹ Sistema educativo de Nuevo León. Dirección de estadística y Estudios de la Subsecretaría de Coordinación y Programación de la Secretaría de Educación. Edición especial. 1990.

analfabetas luchan día con día para aprender a leer y a escribir, así como también personas que sufren enfermedades son atendidas debidamente.

Las asociaciones de beneficencia o dependencias pueden llegar a ser una solución a éstos y otros problemas. Su fin es ayudar a satisfacer las necesidades básicas de los menos privilegiados de nuestra sociedad. Y si éstas logran cumplir su objetivo, México tendrá mayores oportunidades de salir adelante y superar en gran medida este problema llamado pobreza.

CAPITULO II

Asociaciones y Dependencias en ayuda a la Niñez

En el estado de Nuevo León existen diferentes grupos que ayudan a la niñez. Cada uno se enfoca a diferentes necesidades, sin embargo, todos tienen un mismo fin: crearles a los niños mexicanos un mundo mejor, ya sea dándoles educación, vivienda, alimentación y asistencia médica, entre otros factores.

El Lic. Victor Segovia, Coordinador de Municipios del DIF, divide a estos grupos en dos:

1. Asociación de Beneficencia: Toda organización que sin considerar el grado de contraprestación se le otorga un tipo de ayuda.
2. Asistencia Social: Cualquier tipo de ayuda tomando en cuenta los siguientes puntos:
 - A.- Selectiva: Se le brinda ayuda a quien más lo necesita.
 - B.- Temporal: Es sólo por un tiempo determinado.
 - C.- Autogestiva: Enseña actividades para que él o los individuos se desarrollen y realicen actividades por su cuenta.

Existen organismos que dependen del Gobierno del Estado, solventando por si mismos todas sus necesidades. Sin embargo, algunas veces llegan a aceptar donativos que les brindan diferentes organismos. Estos donativos pueden ser económicos, morales y de servicio social. También hay algunos que dependen solamente de donativos particulares. Estos dos grupos no tienen fines de lucro.

En el Estado de Nuevo León existen 50 agrupaciones que se dedican a atender las diferentes necesidades de los niños con un alto grado de marginación, dividiéndose en 7 grupos:

A.- Guarderías.

B.- Jardines de Niños,

C.- Instituciones para Niños Infractores e Inadaptados Sociales.

D.- Instituciones para Niños con Problemas de Lento Aprendizaje, de Conducta o de Desarrollo Psicológico.

E.- Instituciones Jurídicas de Protección al Menor.

F.- Instituciones para niños Huérfanos, Maltratados o de Escasos Recursos.

G.- Centros de Educación y Formación.

Cada una de las organizaciones que existen en Monterrey, se subdivide de la siguiente manera:

A.-Guarderías

1.- La Casa de los Niños.

Responsable: Cáritas.

2.- Casa de Cuna Conchita.

Responsable: Dr. Salvador López Acosta.

3.- Centro de Bienestar Social.

Responsable: DIF. Centro de Desarrollo Comunitario.

4.- Centro Especial: Casa de Juanita. (DIF)

Responsable: T.S. Irma Salazar Rodríguez.

5.-Centros Estatales- Centros Municipales.(DIF)

Responsable: Lic. Esperanza Uribe.

6.- Estancia Educativa Infantil. (DIF)

Responsable: Rosa María Flores González.

7.- Estancia Educativa Infantil Cristina Larralde. (DIF)

Responsable: Rosario Morales González.

8.- Guardería Josefa Zozaya.

Responsable: Ana María Gómez.

B.- Jardines de Niños

1.- Parvulatorios.

Responsable: Cáritas.

2.-Centro de Bienestar Social Valle Verde. Porfirio Barba J. (DIF).

Responsable: Laura Lozano Duarte.

3.- Centros Estatales. (DIF)

Responsable: Esperanza Uribe.

4.- Estancia Educativa Infantil. La Esperanza. (DIF)

Responsable: Jesús Alberto Martínez.

5.- Estancia Jardín. María Petra Rodríguez.

Responsable: Marcial Ramírez Torres.

6.- Jardín de Niños. Laura de Garza T.

Responsable: Jesús Contreras Maya.

C.- Instituciones para Niños Infractores e Inadaptados Sociales

1.-Consejo Tutelar de Menores.

Responsable: Profesora Lidia Rodríguez Amara.

2.- Dirección General de Seguridad Pública del Estado de Nuevo

León: Departamento Programa de Apoyo a la Familia.

Responsable: Leticia Hernandez Escamilla.

***D.- Instituciones para Niños de Lento Aprendizaje,
de Conducta o Desarrollo Psicológico***

1.- Centro de Diagnóstico.

Responsable: Dra. María Teresa Valdés.

2.- Centro de Educación Psicopedagógica.

Responsable: Dr. Miguel Araisá.

3.- Centro de Enseñanza Avanzada.

Responsable: Lic. Jesús Siller Rojas.

4.- Centro de Pedagogía y Psicología Avanzada.

Responsable: Srita. Beatriz Martínez Cerda.

5.- Centro de Servicios Psicológicos, A.C.

Responsable: Lic. Sergio Castillo Gaytán.

6.- Escuela Jaime Torres Bodet.

Responsable: Profesora Lidia Contreras Garza.

7.- Instituto de Desarrollo Educativo.

Responsable: Patricia Leal Posadas.

E.- Instituciones Jurídicas de Protección al Menor

1.-Casa Hogar de Jesús.

Responsable: María Teresa Olvera Ochoa.

2.- Escuela Preevocacional Jose María Morelos.

Responsable: Sra. Elsa Rovira de García.

F.-Instituciones para Niños Huérfanos, Maltratados, o de Escasos Recursos

1.- Casa Hogar de Jesús.

Responsable: María Teresa Olvera.

Teléfono: 347-0110

Servicio: Albergue para jóvenes, sexo femenino, de 11 a 18 años de edad con problemas familiares o de conducta.

2.- Casa Hogar Arco Iris de Jesús.

Responsable: Martha Consuelo Rodriguez.

Teléfono: 370-8880

Servicio: Protección a los hijos de mujeres internadas en el penal del estado.

3.- Casa Hogar Douglas I .

Responsable: Wymant Pylant.

Teléfono: 357-4347

Servicio: Albergue para niños desamparados de 3 a 13 años de edad.

4.- Casa Hogar Douglas 2.

Responsable: Juan Saucedo.

Servicio: Albergue para niños desamparados de 3 a 13 años.

5.- Casa Hogar Villa Eudes.

Responsable: Madre Beatriz Rodríguez Silva.

Teléfono: 357-7672.

Servicio: Albergue para niñas y jóvenes, sexo femenino, de 6 a 18 años edad, de escasos recursos, huérfanas o hijas de madres solteras.

6.- Casa Paterna La Gran Familia.

Responsable: Alberto Santos de Hoyos.

Teléfono: 36-0863. Santiago. N.L.

Servicio: Albergue para Niños y jóvenes, ambos sexos de 0 a 18 años de edad, que sean desamparados, huérfanos total o parcialmente; hijos de padres incapacitados o de escasos recursos.

7.- Albergue Acuña. (DIF, Arroyo, NL)

Responsable: Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643.

Servicio: Albergue, que les permita tener más facil acceso a la escuela. Mixto, de 6 a 22 años de edad y de escasos recursos.

8.- Albergue Alfonso Martínez Domínguez. (DIF, Arramberrí, NL)

Responsable: Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para Niños y Jóvenes que les permita tener más facil acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años y de escasos recursos.

9.- Albergue Area Rural Ford # 2. (DIF, Iturbide, N.L.)

Responsable: Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para niños y jóvenes que les permita tener más facil acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años de edad y de escasos recursos.

10.- Albergue Benito Juárez . (DIF, Zaragoza; NL:)

Responsable: Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para niños y jóvenes que les permita tener más facil acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años de edad y de escaos recursos.

11.- Albergue Charquillo (DIF, Dr. Arroyo NL:)

Responsable: Marcia Irazoque

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para niños y jóvenes que les permita tener acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años de edad y de escasos recursos.

12.-Albergue la Esperanza. (DIF, Arramberri,NL.)

Responsable Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para niños y jóvenes que les permita tener más fácil acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años de edad y de escasos recursos.

13.- Albergue Margarita Maza de Juárez. (DIF. Zaragoza. NL)

Responsable: Marcia Irazoque.

Teléfono: 345-5643

Servicio: Albergue para niños y jóvenes que les permita tener acceso a la escuela. Mixto de 6 a 22 años de edad y de escasos recursos.

14.- Centro Infantil de Perfeccionamiento. (DIF)

Responsable: Lic. Marisa Trujillo.

Teléfono: 346-3194

Servicio: Atención a niños con problemas morales o físicos, mixto de 2 meses a 14 años de edad. Rehabilitación del lenguaje, pedagogía y psicología.

15.- Comunidad Infantil Gonzalitos. (DIF)

Responsable: Marina Duque Mora.

Teléfono: 338-0796

Servicio: Albergue para niños maltratados, huérfanos, o de escasos recursos; mixto, de 6 a 12 años de edad, instrucción primaria.

16.- Comunidad Infantil. Los Angeles. (DIF).

Responsable: Martha Villarreal.

Teléfono: 346-1152

Servicio: Albergue para niños maltratados de 0 a 5 años de edad, mixto.

Coordinación del Programa del Niño Maltratado.

17.- Albergue Idalia Cantú de Livas. (DIF)

Responsable: Rosalinda Robledo.

Teléfono: 342-4277

Servicio: Albergue para niños y jóvenes, sexo femenino, de 6 a 14 años de edad, provenientes de hogares desintegrados o de escasos recursos. Instrucción primaria.

18.- Albergue Laura Barragan de Elizondo. (DIF)

Responsable: Blanca Martínez García.

Teléfono: 370-6147

Servicio: Albergue para niños de familias desintegradas, mixto de 4 a 6 años de edad.

19.- Hogar Infantil Municipal Treviño. (DIF)

Responsable: Delfina Montemayor.

Teléfono: 375-1290

Servicio: Albergue Infantil para niños de 2 a 4 años de edad, mixto hijos de madres que trabajan.

20.- Centro de Convivencia Infantil. (DIF)

Responsable: Ernestina Jaime Castañeda.

Teléfono: 376-4100

Servicio: Albergue y educación para niños de 4 a 10 años de edad que sean maltratados, desamparados, explotados o víctimas de abuso sexual. Los niños pueden estar internos para recibir su terapia.

21.- Hogar Infantil Santa María Guadalupe

Responsable: Alfonsina Torres Nuñez.

Teléfono: 340-3660

Servicio: Albergue de lunes a viernes, para niños de 6 a 12 años de edad, sexo masculino. Hijos de madres solteras, matrimonios separados, huérfanos o cuyos padres trabajen.

22.- Hogar Ortigosa

Responsable: Gloria Ochoa

Teléfono: 342-0406

Servicio: Albergue para niñas de 6 a 15 años de edad huérfanas de escasos recursos. Educación primaria (mixto) y secundaria (sexo femenino).

23.- Instituto Bautista Monte Hebron.

Responsable: Tommy Ashcraaft.

Teléfono: (91-826) 601-20

Servicio: Albergue para niños y jóvenes, mixto de 6 a 18 años de edad, de escasos recursos, huérfanos o dados en adopción. Atención especial a sordomudos.

G.- Centro de Educación y Formación

1.- Ciudad de los Niños de Monterrey, A.C

Responsable: Guadalupe Cantú Villalobos.

Télefono: 354-00-17

Servicio: Ayudar a los niños desamparados de Nuevo Leon.

2.- Salve Un Niño, A.C.

Responsable: Sra Alicia de Fernandez.

Télefono:369-66-88

Servicio: Busca la colocación de becas esolares para niños de escasos recursos.

H.-Salve un Niño

Salve Un Niño forma parte de este grupo de asociaciones. Nació en 1991 como una idea entre varias personas que decidieron formar un patronato que ayudara a los niños mexicanos a tener una mejor educación, pues se percataron del grave problema que sufre México, con respecto a la falta de educación en los menores. Su funcionamiento está basado en el sistema de “World Vision”, asociación conocida mundialmente.

La diferencia entre ésta y Salve Un Niño es que la primera se dedica a ayudar a todos los niños del mundo, en tanto que la segunda está enfocada a los niños mexicanos, comenzando sus actividades actualmente sólo en el Estado de Nuevo León.

El sistema de Salve Un Niño consiste en adquirir becas a través de personas físicas llamadas padrinos, que quieran y puedan aportar una cantidad de 120 nuevos pesos mensuales, para solventar los estudios de niños de escasos recursos.

El patronato de esta organización decidió enfocarse a los niños que por falta de recursos económicos dejan la escuela y se ponen a trabajar. Esto se demuestra con las altas estadísticas de la SEP y de INEGI sobre la deserción escolar. (remetirse a página 12)

En el año de 1993, se hizo realidad esta idea en el Estado de Nuevo León y en un futuro no muy lejano se piensa extender por toda la república. Actualmente cuentan con oficinas en Cintermex que están a cargo de la Sra. Alicia Fernández, quien ayuda a organizar esta asociación y a hacer un uso adecuado de todos los donativos

Los recursos económicos de Salve Un Niño son muy bajos por el poco tiempo de vida que lleva, es por eso que se vieron en la necesidad de recurrir a diferentes Universidades del Estado para que los estudiantes realizaran ahí su servicio social, a través de diversas actividades.

Esto se llevó a cabo, y un grupo de jóvenes de la carrera de Ciencias de la Comunicación hizo una pequeña estrategia de publicidad, realizando posters y trípticos los cuales se repartieron en lugares estratégicos de Monterrey y su área metropolitana, con el fin de conocer a esta organización.

Salve Un Niño es una asociación sin fines de lucro que consiste en otorgar becas a niños de escasos recursos para que tengan acceso a una educación y formación integral. Es muy importante mencionar que SUN mantiene una comunicación estrecha entre ahijado (becario) y padrino para que éste participe en el avance y progreso de sus becados.

Las escuelas seleccionadas para recibir los beneficios tienen un excelente nivel académico, actividades deportivas y fomentan su formación a través de valores morales y cívicos. Con solo N\$ 120.00 mensuales se garantiza la educación y formación integral de un niño.

Para facilitar al padrino y a la asociación, se ofrecen varias alternativas de pago como efectivo, cheque y el sistema de tarjetas de crédito, como es una asociación de beneficencia las donaciones son deducibles de impuestos.

Es muy importante mencionar el proceso de selección en los niños que gozarán de este beneficio. La primera prioridad es que se encuentren entre los diez primeros lugares de cada grado en la escuela.

Poca gente conoce a esta asociación, ya que su publicidad ha sido muy escasa pues solamente constan de posters y trípticos. Para que esta asociación crezca es necesario una estrategia de medios, en la cual se incluyan el medio impreso (prensa) y medios electrónicos (radio y televisión), dirigiendo esta publicidad a todas las personas físicas que cuenten con solvencia económica y con ganas de ayudar a los demás.

III.-ESTRATEGIA DE COMUNICACION

A.- Tres puntos a considerar.

El primer paso al desarrollar una estrategia de comunicación es hacer un análisis situacional, que es de vital importancia. Hay tres puntos a considerar, que son las áreas básicas para las clases de un producto:

- * El consumidor
- * El producto
- * La Competencia

Estos puntos serán analizados conforme a las características de Salve Un Niño, tomando en cuenta el mercado meta, al cual está dirigida la estrategia de comunicación.

*** Consumidor**

Es la persona que brinda una beca para solventar los estudios de los niños de escasos recursos. Este se le llama también padrinos y cuenta con las siguientes características demográficas:

Los puntos demográficos dentro del análisis situacional se usan para generar el perfil del consumidor, tomando en cuenta la edad, el sexo, la educación, el tamaño de la familia, la ocupación y el ingreso mensual. De estos seis puntos solamente dos son fundamentales para Salve Un Niño:

a)La edad: Se considera desde los 20 años en adelante, ya que se piensa que a esta edad tiene la capacidad de recibir ingresos mensuales.

b) Ingreso mensual: Es necesario que el consumidor tenga un ingreso mayor al salario mínimo para que pueda solventar la tarifa mensual que se aporta a la asociación.

Todos los puntos que no se mencionan (sexo, educación, el tamaño de la familia y la ocupación) son variables y esto no afecta a Salve Un Niño, ya que el consumidor puede ser de cualquier profesión u ocupación y puede tener o no tener familia, sin importar su sexo.

*** El Producto**

Salve Un Niño es una organización que tiene como fin dar educación a niños de escasos recursos por medio de becas, preocupándose por conseguir escuelas con buen nivel académico y que fomenten la moral, para que en ellas puedan estudiar y superarse los niños becados. (para mayor información remitirse al Capítulo II, pág. 25).

*** La Competencia**

El competidor para Salve Un Niño es World Visión, ya que tiene objetivos muy similares a los de SUN, la diferencia es que la primera es a nivel mundial y SUN es a nivel regional. Otros competidores importantes son las asociaciones de beneficencia que existen en el estado de Nuevo León; sin embargo, no hay alguna que cuente con las mismas características que Salve Un Niño.

B.- Objetivos de Comunicación

Los objetivos de comunicación se definen como una tarea específica , cuyo fin es aumentar la audiencia en un período de tiempo. Y el objetivo de comunicación para Salve Un Niño es: "Dar a conocer a Salve Un Niño, entre personas físicas mayores de 20 años, con ingresos mayores al salario mínimo, para lograr incrementar el número de 20 (actuales) a 350 becas, en un período de seis meses de campaña."

C- Estrategias de Comunicación

Dentro de la estrategia de comunicación existen tres puntos importantes que no deben de estar ausentes: ¿cómo decir el mensaje? ¿qué decir? ¿cuándo decirlo? y ¿dónde decirlo? . Y estas preguntas se resuelven con la estrategia creativa, y la de medios.

1.-Estrategia creativa

Existen diferentes estilos en los cuales se puede enfocar una campaña publicitaria. El que se utilizará es el estilo emotivo, ya que se busca sensibilizar a las personas para que ayuden a los niños de escasos recursos, dándoles a conocer la necesidad que se tiene de aumentar la escolaridad en los niños de escasos recursos y la solución está en sus manos.

2.-Estrategia de medios

Es poder lograr que el mercado apropiado reciba el mensaje que se quiere transmitir. Y ese mensaje debe ser recibido las veces necesarias, para que el consumidor pueda reconocer el concepto deseado. Es indispensable que se presenten los siguientes puntos para que el Plan de Medios sea efectivo:

- * Que se transmita el mensaje al consumidor.
- * Encontrar la frecuencia deseada en la que se van a transmitir los mensajes
- * Minimizar el costo.
- * Ser efectivo y eficiente

Para realizar el plan de medios de la estrategia de comunicación fue necesario tomar dos decisiones importantes que refuerzan a los puntos anteriores.

a.-Los medios a utilizar

El consumidor va a recibir el mensaje a través de los medios que causen más impacto al espectador como son la televisión, la radio y el periódico.

La elección de estos medios fue muy importante, ya que son los más utilizados por nuestro mercado meta que es Monterrey y su área metropolitana.

b.- El vehículo y los horarios para utilizar

* **La radio:** Es el medio que tiene el costo más económico por audiencia alcanzada, es de fácil selección demográfica y es de habilidad universal, esto quiere decir que las personas que no se encuentran en su casa, por ejemplo que estén en carros, en la playa, durante un día de campo, la radio les ofrece sus servicios, ya que es un medio fácil de portar y se puede escuchar en lugares muy lejanos porque cuenta con una frecuencia muy amplia.

Es muy importante tomar en cuenta la frecuencia en la que se van a pasar los spots de radio, ya que así se podrá cubrir todo tipo de público; se transmitirán durante el día 3 spots de 30 segundos por cada una de las siguientes estaciones:

ESTACIÓN	FRECUENCIA	DURACIÓN	COSTO
XHJD-FM	98.9 MHZ	30"	N\$ 150.00
XHAW-FM	101.3 MHZ	30"	N\$ 180.00

Se transmitirán por la XHJD-FM, en el noticiero de la 8:00 A.M. , 1:00 P.M. y 7:00 P.M. Por la XHAW-FM se transmitirá en el noticiero de las 8:00 A. M. 1:00 P.M. Y 7:00 P.M.

La razón por la cual se eligieron estos horarios, fue porque nuestro mercado meta está interesado en las noticias y en lo que acontece en el mundo, también son personas que tienen un ingreso fijo, y les interesa saber sobre la situación económica del país, y esto lo consigue por medio de los noticieros.

* **La televisión:** En la actualidad la televisión es el medio que más alcance tiene ya que el porcentaje de televisores en los hogares es muy alto. Una gran parte de la población tiene un monitor a color, también tiene una frecuencia muy alta y tiene la ventaja de la selección demográfica ya que tiene la posibilidad de dirigir sus mensajes a ciertos segmentos, es por eso que nuestra campaña publicitaria, cuenta con dos spots de televisión, con una duración de 1 minuto cada uno.

Los spots se transmitirán por los siguientes canales:

CANALES	FRECUENCIA	DURACION	COSTO
2 DE MONTERREY	1 VEZ AL DIA	1´	N\$ 5,000
	1 VEZ AL DIA	1´ 10"	N\$ 5,500
12 DE MONTERREY	1 VEZ AL DIA	1´	N\$ 5,000
	1 VEZ AL DIA	1´ 10"	N\$ 5,500

Estos dos canales, son los que más rating tienen en Monterrey y su área metropolitana, es por eso que los elegimos; y se transmitirán durante el programa de "Buenos Días" del Lic. Gilberto Marcos de lunes a viernes de 7:00 A.M a 9:00 A.M, por el Canal 2 de Monterrey. Y también en el noticiero del Arq. Hector Benavides que es de lunes a viernes de 7:00 P.M a 8:00 P.M por el canal 12 de Monterrey.

Estos dos noticieros tiene un horario muy accesible ya que el primero es para que las personas lo vean antes de salir de su casa por las mañanas y el

segundo es para aquellas personas que no alcanzaron a ver ni leer las noticias, puedan verlas al llegar de la escuela, el trabajo, etc.

* **La Prensa:** Este medio masivo tiene algunas ventajas sobre los anteriores ya que cubre un mercado específico en cada una de sus áreas a nivel regional, local y nacional, tiene una respuesta inmediata del consumidor y es el medio local que tiene más lectores, tiene gran alcance a nivel local.

En la campaña publicitaria de Salve Un Niño, se realizará un desplegado en los periódicos El Norte y El Diario de Monterrey, ya que son los más importantes de la ciudad. Se publicarán los sábados y los domingos, puesto que son los dos días que más gente lo lee, ya que los fines de semana la mayoría de las personas no trabajan y tienen tiempo para leer el periódico.

PERIÓDICO	SECCIÓN	TAMAÑO	COSTO
El Norte	Cultural lu/sa	1/4 de plana	N\$ 3,348.00
	Cultural dom	1/4 de plana	N\$ 4,536.00
El Diario	Cultural lu/sa	1/4 de plana	N\$ 3,312.00
	Cultural dom	1/4 de plana	N\$ 4,250.00

En los dos periódicos los desplegados van a ser en blanco y negro, ya que si fueran en color los precios se elevarían mucho y no se cuenta con ese presupuesto.

La campaña constará de spots de televisión, dos de radio y desplegados en prensa. A continuación se describirá cada uno de ellos:

D.- Descripción de los spots de radio y guiones técnicos

Los spots de radio tienen una duración de 30 segundos cada uno, su fin al igual que los de televisión es sensibilizar a las personas, en la producción del primero se buscó un diálogo sencillo y claro, dando la información necesaria para dar a conocer a la asociación, en éste se utilizó una voz femenina y agradable para crear un ambiente de confianza.

En el segundo spots se buscó la voz de una niña que tuviera las características precisas para poder sensibilizar al público mediante una voz tierna y convincente, y para lograr un ambiente más agradable se decidió poner de fondo una música instrumental.

A continuación se presentan los guiones técnicos de los dos spots:

GUIÓN TÉCNICO

SPOT # 1

NOMBRE DEL CLIENTE: Salve Un Niño.

CAMPAÑA: Asociación de Beneficencia.

SPOT No.: 1

DURACIÓN: 30"

PRODUCTOR: Alejandra López de la Parra y Bárbara Ríos Guzmán

EMISORA: XHJD-FM 98.9 MHZ

XHAW-FM 101.3 MHZ

DURACIÓN DE LA CAMPAÑA: 6 meses.

FRECUENCIA: 3 veces al día

HORARIO: 8:00 a.m., 1:00 p.m., 7:00 p.m.

CONTROL: ENTRA A PRIMER PLANO MUSICA DE PIANO SAMPLER

DISCO: PIANO SAMPLER BANDA: 3 - 30 " Y BAJA A FONDO

HABLA LOCUTOR - MUSICA DE FONDO MIENTRAS HABLA.

LOCUTOR: (FEMENINA Y MADURA)

Este anuncio va dirigido para tí, que eres una persona que tiene la dicha de contar con los medios necesarios para llevar una vida digna, sin embargo hay otros que a diferencia tuya no tienen ni lo más necesario para subsistir y mucho menos para tener una educación que eleve su nivel de vida.

Es por eso que Salve Un Niño, te da la oportunidad de que con

tan sólo ciento veinte nuevos pesos mensuales, tú puedas ayudar a un niño a cambiar su futuro.

Comunícate al tres sesenta y nueve sesenta y seis ochenta y ocho. Salve Un Niño.

**CONTROL: SUBE INMEDIATAMENTE MUSICA A PRIMER PLANO 2" Y
DESAPARECE LENTAMENTE.**

GUIÓN TÉCNICO

SPOT # 2

CLIENTE: Salve Un Niño

CAMPAÑA: Asociación de Beneficencia

SPOT No.: 2

DURACIÓN: 30"

PRODUCTOR: Alejandra López de la Parra y Bárbara Ríos Guzmán

EMISORA: XHJD-FM 98.9 MHZ

XHAW-FM 101.3 MHZ

DURACION DE LA CAMPAÑA: 6 meses.

FRECUENCIA: 3 Veces al día

HORARIO: 08:00 a.m., 12:00 p.m., 7:00 p.m.

CONTROL: ENTRA A PRIMER PLANO MUSICA DE WINHAM HILL DISCO

PIANO SAMPLER BANDA: 30" Y BAJA A FONDO - HABLA

LOCUTOR - MUSICA DE FONDO MIENTRAS HABLA

LOCUTOR 1: (AMABLE, TIERNA, CARIÑOSA)

Hola, soy Lupita y uno de mis deseos en la vida es poder estudiar y llegar a ser una profesionista, pero eso no puede ser posible sin tu ayuda ya que no cuento con los recursos necesarios.

LOCUTOR 2: (FEMENINA Y MADURA)

"Salve Un Niño" te da la oportunidad de que con tan solo ciento veinte nuevos pesos mensuales ayudes a todos esos niños que

como Lupita. desean superarse. Informes al teléfono tres sesenta y nueve sesenta y seis ochenta y ocho. Salve Un Niño

**CONTROL: SUBE INMEDIATAMENTE LA MUSICA A PRIMER PLANO 2" Y
DESAPARECE LENTAMENTE.**

F.Descripción de los spots de televisión y story board

Como se mencionó antes, la estrategia busca sensibilizar a la gente. Por esta razón se pensó en mostrar una pequeña historia en cada uno de los spots. Con el primero se busca mostrar la situación en la que viven algunos niños de nuestro Estado, poniendo como ejemplo a uno que su futuro sería caminar por las calles buscando dinero para solventar sus necesidades, comparándolo con el gran cambio que sería su futuro si fuera ayudado por Salve Un Niño; al final del spot se da la solución a este problema, invitando a las personas a ayudar a estos niños.

En el segundo se busca mostrar la historia de una niña que gracias a Salve Un Niño ha logrado salir adelante. Es importante mencionar que los niños que aparecen en el video son en realidad niños becados de Salve Un Niño, esto con el motivo de mostrar al público una situación más real.

A continuación se describe el story board de cada uno de los spots.

STORY BOARD
VIDEO DE NIÑOS DE SUN

Fade in (negros y audio)

Gráfica: La vida de Luis es así..

Cámara fija.

Full Shot

Aparece un niño de 5 años llamado Luis, caminando por las vías del tren, es un día soleado, jugando con dos pelotas.

Fade in

Fade out (negros)

Cámara fija

Full shot

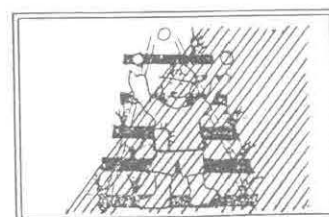
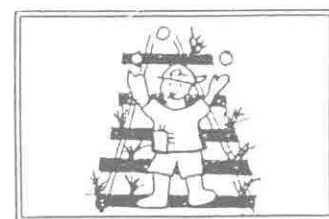
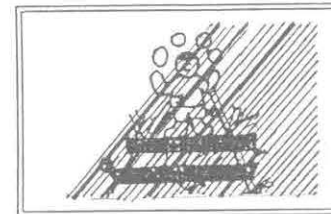
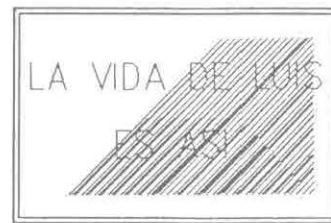
Aparece Luis caminando por las mismas vías del tren, pero de 8 años, él continúa caminando por la vía y a su vez juega con dos pelotas.

Fade in

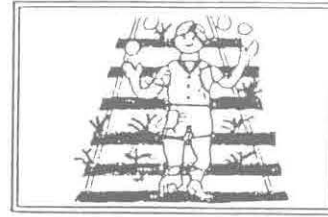
Fade out (negros)

Cámara fija

Full shot



Aparece Luis de 12 años caminando por la vía del tren, vestido como en los cuadros anteriores, jugando con dos pelotas.

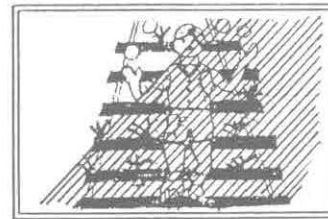


Fade in

Voz en off :

Gracias a Salve Un Niño....

Tu puedes cambiar su futuro...



Gráfica: Gracias a Salve Un Niño...

Tu puedes cambiar su futuro..



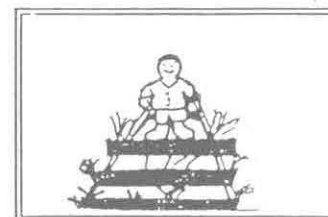
Fade out (negros)

Zoom out

Cámara fija



Aparece Luis de 5 años, caminando por la vía del tren, sin embargo ahora se ve con otro rostro y su vestimenta es diferente, en su mano derecha trae cargando unos libros.

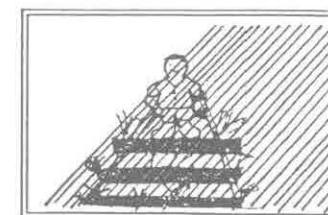


Fade in

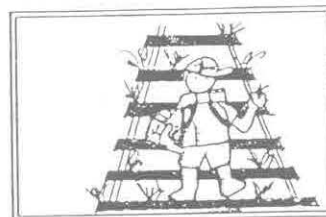
Fade out (negros)

Zoom out

Cámara fija



Aparece Luis de 8 años, caminando por la vía del tren, su mirada es al frente y sonriendo

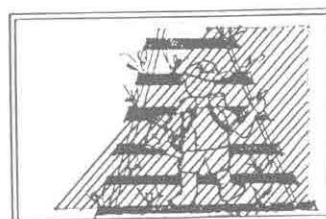


Fade in

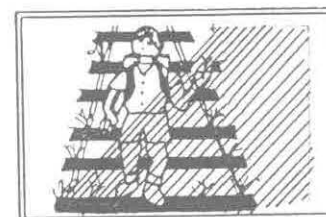
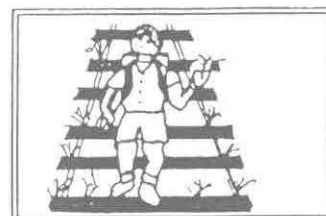
Fade out

Zoom out

Cámara Fija



Aparece Luis de 12 años, caminando por las vías del tren, y en su mano derecha carga unos libros, su mirada es de satisfacción, mirando siempre al frente. Voz en Off: Con solo 120 pesos mensuales. Puedes cambiar la vida de un niño.

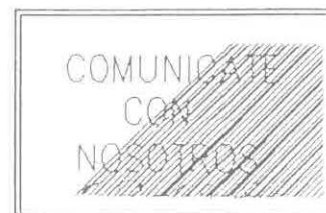


Fade in

Gráficas: Comunícate con nosotros Tel:
369-66-88

Voz en off: Comunícate con nosotros

Fade out (negros y audio)



STORY BOARD
VIDEO DE NIÑAS DE SUN

Fade in

Fade out (negros y audio)

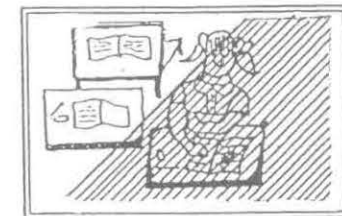
Gráfica: GRACIAS A TI, LUPITA A LLEGADO A SER UNA EXCELENTE ALUMNA.

Cámara Fija

American shot



Aparece Lupita de 4 años de edad, sentada en el banco de adelante de un salón de clases, todos los demás bancos están vacíos, ella está dibujando en una hoja, voltea a ver a la cámara, sonrío y vuelve a dibujar.



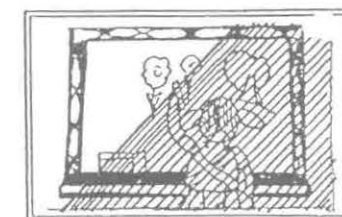
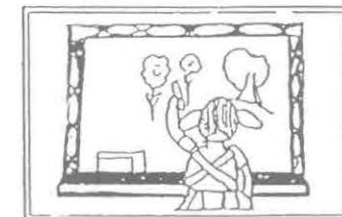
Fade in

Fade out (negros)

Cámara fija

Medium shot

Aparece otra vez Lupita, esta vez está parada frente al pizarrón de clases, dibujando uno arbolito, voltea a la cámara, sonrío y sigue dibujando.



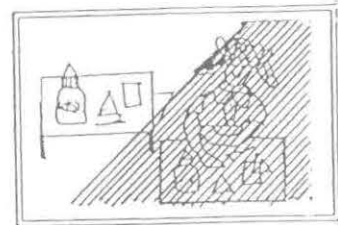
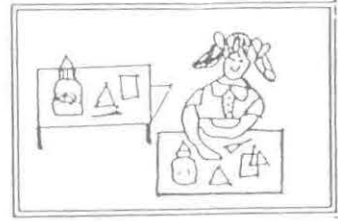
Fade in

Fade out (negros)

Cámara fija

Full Shot

Aparece Lupita en el mismo salón, pero de 8 años de edad trae puesto el uniforme, y se encuentra sentada en el asiento de adelante, pegando un papel de china a un cono de cartulina, voltea a la cámara sonrío y continúa trabajando.



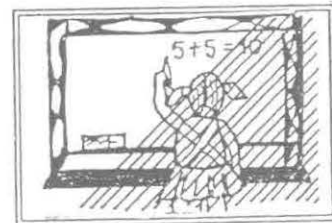
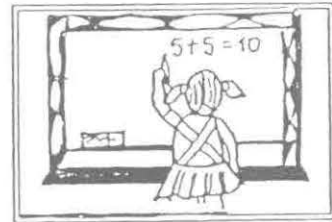
Fade in

Fade out (negros)

Cámara fija

Medium shot

Aparece Lupita de 8 años de espaldas pintando en un pizarrón en un salón de clases, ella voltea a la cámara, sonrío y vuelve a pintar.



Fade in

Fade out

Cámara fija

American Shot

Aparece Lupita de 12 años de edad, sentada en un salón de clases en el banco de adelante, está leyendo un libro, voltea a ver a la cámara, sonrío y sigue leyendo.

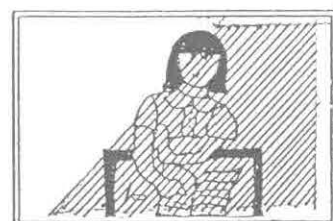


Fade in

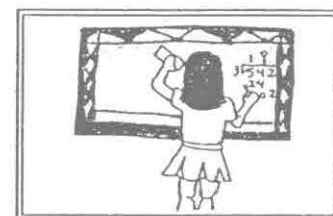
Fade out

Cámara fija

Medium shot

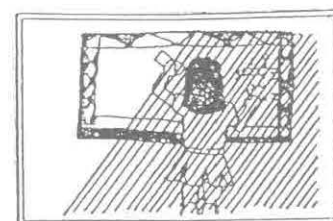


Aparece Lupita de 12 años de espaldas, haciendo unas sumas en el pizarrón de un salón de clases, voltea a ver a la cámara, sonrío y sigue sumando.



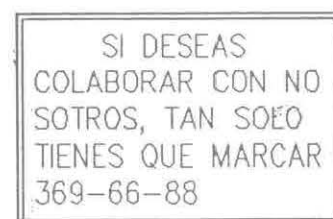
Fade in (negros y audio)

Voz en Off: Si deseas colaborar con nosotros tan solo tienes que marcar este teléfono: 369-6688



Gráficas: Salve Un Niño

Tel: 369-6688.



C.- Descripción del desplegado de prensa.

En los desplegados en el periódico fué necesario encontrar la manera adecuada para que los lectores encontraran en él un anuncio llamativo que despertara la curiosidad y fuera sensibilizado al leerlo, provocando así una necesidad de cooperar con la asociación. Se buscó que se incluyera la información necesaria para dar a conocer la organización.

Salvame La Vida
salvame de la ignorancia...
de la calle, la drogadicción...
del pandillerismo.....

SOLO SOMOS NIÑOS
Y TU PUEDES AYUDARNOS MUCHO
CON TAN POCO.....



**CON N\$ 120 PESOS MENSUALES GARANTIZAS
LA EDUCACION DE UN NIÑO QUE SIN TU
AYUDA, NO LO PODRIA LOGRAR.**



“Salve Un Niño” es una asociación sin fines de lucro que se dedica a otorgar becas a niños de escasos recursos, para que tengan acceso a una educación y formación integral.

“Salve Un Niño” mantiene una comunicación estrecha entre ahijado y padrino para que este participe en el avance y progreso de sus becados

CINTERMEX LOCAL 57-PB MONTERREY, N.L. MEXICO 640010 TEL (918) 369-6688 FAX (918) 369 66 95

CONCLUSIÓN

México es un país que a pesar de los problemas que ha padecido siempre ha salido adelante, esto es gracias a su optimismo y su gente. Actualmente el país sufre de extrema pobreza, como una solución a esto se presentan las asociaciones de beneficencia, para ayudar a las clases de bajos recursos.

Una de estas asociaciones es Salve Un Niño, que tiene como fin ayudar a que los niños mexicanos de bajos recursos, asistan a la escuela para que eleven su capacidad intelectual y a su vez a encontrar un trabajo digno y un futuro prometedor.

Para que esto se haga realidad es necesario que la gente conozca esta asociación y para ello fue necesario realizar una estrategia de medios, que incluye 2 spots de televisión, 2 spots de radio y desplegados en el periódico esto con el fin de dar a conocer a SUN. Esta estrategia va a tener una duración de 6 meses intensivos de campaña en los cuales se piensa aumentar el número de niños becados.

Antes de realizar este proyecto no teníamos idea de la gran deserción escolar que existe en los niños de bajos recursos de nuestro país y para ello fue necesario, hacer un trabajo de campo y acudir a instituciones como el INEGI, que nos proporcionara datos exactos relacionados a este problema. Nos enfrentamos con varias dificultades para llegar a dar con estos datos, ya

que el INEGI no cuenta con todos los datos que nosotros necesitábamos, fue por eso que se recurrieron a entrevistas y a un investigación más amplia.

Para poder saber cuántas asociaciones de beneficencia hay en Monterrey fue necesario acudir a diversas organizaciones, quienes se mostraron muy interesados en este proyecto. La información que nos presentaron fue de gran ayuda ya que sin ella no hubiéramos podido conocer la competencia que existe en Monterrey y su área metropolitana.

Para poder conseguir todos los datos referentes a Salve Un Niño, fue necesario acudir con el patronato que fundó a esta asociación de beneficencia, para que de esta manera se conociera cómo surgió SUN y sus objetivos principales.

En el tercer capítulo, que habla sobre la estrategia de comunicación, se hizo una estudio para conocer los medios masivos indicados , para realizar este proyecto acudimos no solo a libros de publicidad si no que también a los periódicos El Norte, El Diario y a Multimedios Estrellas de Oro.

La Universidad de Monterrey siempre ha inculcado a sus estudiantes el siguiente lema: "EL HOMBRE SOLO SE REALIZA AL SERVICIO DEL HOMBRE": Es por eso que nuestro objetivo principal al realizar este proyecto, fué hacer un bien a la sociedad, pensando que los niños con una buena educación pueden lograr hacer un México mejor para las siguientes generaciones.

BIBLIOGRAFÍA

ADVERTISING. Concepts and Strategies. Berkman, Harold y Gilson Christopher. Segunda Edición. Neva York. 1990.

ASOCIACIONES DE BENEFICENCIA. DIF de Nuevo León, 1992.

CONSEJO NACIONAL EL FOMENTO EDUCATIVO (CONAFE). Secretaría de Educación Pública. 1980.

LA NIÑEZ MEXICANA, PRIORIDAD DE LA NACIÓN. México, Secretaría de Relaciones Exteriores y Grupo Intersecretarial. 1990.

MARKETING COMMUNICATIONS. From Fundamentals strategies. Rothschild, Michael L. Lexington, Massachusetts Toronto. 1987

MÉXICO EN LA CUMBRE MUNDIAL EN FAVOR DE LA INFANCIA. Programa Nacional de Acción. México, 1991. PERFIL SOCIODEMOGRAFICO XI. Censo de Población, Nuevo León. 1990.

NIÑOS DE Y EN LA CALLE. UNICEF. Santiago de Chile. 1991

PERFIL SOCIODEMOGRAFICO XI. INEGI. Censo de poblacion, Nuevo León. 1990.

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO HUMANO.
Informe PNUD Nueva York. 1992.

PUBLIC ACTION TO REMEDY HUNGER. Amartya Sen. Fourth Annual, Tanco Arturo, Memorial Lecture, Queen Elizabeth II, Conference Centre, Londres 2 de agosto 1990.

SISTEMA EDUCATIVO DE NUEVO LEON. Dirección de Estudios de la Subsecretaría de Coordinación y Programación de la Secretaría de Educación. Ed. Especial 1990.

NUEVAS ALTERNATIVAS DE ATENCIÓN AL NIÑO DE LA CALLE. UNICEF, DIF de Veracruz. Ed. Guadalupe, 1991.

902085